

# LAS MUJERES EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL

INFORME WED PANAMÁ



Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor. No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción o de traducción, deben formularse las correspondientes solicitudes a Publicaciones de la OIT (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, o por correo electrónico a [rights@ilo.org](mailto:rights@ilo.org), solicitudes que serán bien acogidas.

Las bibliotecas, instituciones y otros usuarios registrados ante una organización de derechos de reproducción pueden hacer copias de acuerdo con las licencias que se les hayan expedido con ese fin. En [www.ifrro.org](http://www.ifrro.org) puede encontrar la organización de derechos de reproducción de su país.

---

OIT/CoNEP/ENRED

Las Mujeres en el Desarrollo Empresarial. Informe WED Panamá. Lima: OIT, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2022. 140 p.

Desarrollo empresarial, igualdad de género, protección social, trabajo decente, América Latina.

ISBN: 978-92-2-037513-6 (versión impresa)

ISBN: 978-92-2-037512-9 (versión web pdf)

Datos de catalogación de la OIT

---

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Las publicaciones y los productos digitales de la OIT pueden obtenerse en las principales librerías y redes de distribución digital, u ordenándose a: [ilo@turpin-distribution.com](mailto:ilo@turpin-distribution.com). Para más información, visite nuestro sitio web: [ilo.org/publns](http://ilo.org/publns) o escribanos a: [biblioteca\\_regional@ilo.org](mailto:biblioteca_regional@ilo.org).



Financiado por  
la Unión Europea

La elaboración de este estudio ha sido financiada por la Unión Europea a través del Proyecto Conducta Empresarial Responsable en América Latina y el Caribe (CERALC). Sus contenidos son responsabilidad exclusiva de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y no necesariamente reflejan los puntos de vista de la Unión Europea ni de sus socios implementadores, la Oficina de la Alta Comisionada para los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (ACNUDH) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

---

**Informe realizado por:**

CoNEP (<https://www.conep.org.pa/>)  
ENRED Panamá ([www.enred.es](http://www.enred.es))

**Coordinación OIT:**

- Randall Arias S., Especialista Principal en Actividades con Empleadores ACT/EMP de la Oficina de la OIT para México, América Central, Haití, Panamá, República Dominicana y Cuba
- Olga Orozco, Jefa de Proyecto CERALC
- Virginia Rose, Coordinadora del Programa para el Desarrollo de la Iniciativa Empresarial de la Mujer

**Dirección:**

- Analisa Montenegro, Directora Ejecutiva CoNEP
- Katherine Shahani, Presidenta de la Comisión de Género del CoNEP
- Ángel Sallé, Director de ENRED Panamá

**Investigadoras CoNEP:**

- Katherine Shahani
- Khadine Sanbueza
- Adriana Angarita
- Bianca Moran

**Investigadores(as) ENRED Panamá:**

- Laura Molpeceres Álvarez (ENRED Panamá)
- Juan Fernández Vaquero (ENRED Panamá)
- Lidia Fernández Molinero (ENRED Panamá)

**Agradecimientos:**

La elaboración de este documento ha contado con la colaboración y contribución desinteresada de diversos especialistas, así como de mujeres empresarias de los distintos territorios del país. Agradecemos la colaboración prestada sin la cual este informe no hubiera sido posible.

**Comisión de Género del CoNEP:**

- Katherine Shahani
- Khadine Sanbueza
- Adriana Angarita
- Bianca Moran
- Elisa Suarez de Gomez
- Aida Michelle maduro
- Melissa Miranda
- Nivia Rossana Castrellón
- Esilda Camacho

# Índice

<b>1. Acrónimos</b>	<b>5</b>
<b>2. Punto de partida: La metodología WED de la OIT</b>	<b>9</b>
<b>3. Panamá en contexto</b>	<b>14</b>
3.1. Situación económica y de desarrollo social.	15
3.2. Participación de las mujeres en la economía panameña.	18
3.3. Mujeres en el desarrollo empresarial.	22
<b>4. Análisis de las condiciones WED</b>	<b>28</b>
4.1. CONDICIÓN WED 1. Sistema legal y regulatorio sensible al género que promueve el empoderamiento económico de las mujeres.	29
4.2. CONDICIÓN WED 2. Liderazgo político efectivo y coordinación para la promoción de WED.	39
4.3. CONDICIÓN WED 3. Acceso a servicios financieros sensibles al género.	48
4.4. CONDICIÓN WED 4. Acceso a servicios de apoyo al desarrollo empresarial con perspectiva de género.	56
4.5. CONDICIÓN WED 5. Acceso a mercados y tecnología.	67
4.6. CONDICIÓN WED 6. Representación de mujeres empresarias y participación en diálogo político.	80
4.7. Resumen de puntuaciones WED.	87

# Índice

5. Conclusiones y propuestas	89
6. Bibliografía	98
7. Anexos	102
Anexo 1. Perfil de las mujeres empresarias de la encuesta WED	
8. Anexo 2. Listado de informantes clave entrevistados	134

# Índice de gráficos

● <b>Gráfico 1:</b> Posición y puntuación alcanzada por Panamá en el Global Gender Gap según dimensiones. 2021	18
● <b>Gráfico 2:</b> Tasa de Participación Económica por sexo (%). 1999-2021	20
● <b>Gráfico 3:</b> Distribución de personas ocupadas por rama de actividad y sexo (%). 2021	21
● <b>Gráfico 4:</b> Población ocupada por cuenta propia y dueña de negocio por sexo (%). 2015-2021	26
● <b>Gráfico 5:</b> Población ocupada por categoría en la ocupación (%). 2021	27
● <b>Gráfico 6:</b> Tasas por sexo en las etapas de la Tubería Empresarial. %. 2019	27
● <b>Gráfico 7:</b> Nivel de registro según organismo. %.. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	34
● <b>Gráfico 8:</b> Percepciones sobre la Condición WED 1. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	36
● <b>Gráfico 9:</b> Percepciones sobre la Condición WED 2. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	46
● <b>Gráfico 10:</b> Fuente de financiación inicial para la empresa. %. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	51
● <b>Gráfico 11:</b> Problemas de obtención de crédito. %. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	52
● <b>Gráfico 12:</b> Percepciones sobre la Condición WED 3. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	54
● <b>Gráfico 13:</b> Participación en programas de capacitación empresarial. %. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	63
● <b>Gráfico 14:</b> Percepciones sobre la Condición WED 4. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	64
● <b>Gráfico 15:</b> Mercados en los que operan las empresas. %. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	70

# Índice de gráficos

● <b>Gráfico 16:</b> Integración de las TIC en la empresa. %. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	76
● <b>Gráfico 17:</b> Percepciones sobre la Condición WED 5. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	77
● <b>Gráfico 18:</b> Participación en organizaciones empresariales. %. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	82
● <b>Gráfico 19:</b> Percepciones sobre la Condición WED 6. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	84
● <b>Gráfico 20:</b> Puntuación de las condiciones WED (sobre 5). Panamá. 2022	87
● <b>Gráfico 21:</b> Puntuación de las subcondiciones WED (sobre 5). Panamá. 2022	88
● <b>Gráfico 22:</b> Valoración global WED %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022	91
● <b>Gráfico 23:</b> Perfil demográfico de las empresarias.%. Panamá. 2022	104
● <b>Gráfico 24:</b> Experiencia e historial de las empresarias. %. Panamá. 2022	106
● <b>Gráfico 25:</b> Características de las empresas. %. Panamá. 2022	109
● <b>Gráfico 26:</b> Desafíos y financiamiento para la puesta en marcha de la empresa. %. Panamá. 2022	113
● <b>Gráfico 27:</b> Apoyo de información y desarrollo empresarial. %. Panamá. 2022	118
● <b>Gráfico 28:</b> Formalidades de registro de empresas y trato del funcionariado gubernamental. %. Panamá. 2022	122
● <b>Gráfico 29:</b> Desarrollo de la empresa. %. Panamá. 2022	124
● <b>Gráfico 30:</b> Impacto de la crisis COVID. %. Panamá. 2022	126
● <b>Gráfico 31:</b> Percepciones de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial de la mujer. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Panamá. 2022	130

# Acrónimos

1

# Acrónimos

● <b>ADP</b>	Asociación de Directoras de Panamá
● <b>AIG</b>	Autoridad Nacional para la Innovación Gubernamental
● <b>AIP</b>	Academia Interamericana de Panamá
● <b>AMPYME</b>	Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa
● <b>APEDE</b>	Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa
● <b>APEX</b>	Asociación Panameña de Exportadores
● <b>BID</b>	Banco Interamericano de Desarrollo
● <b>BIRF</b>	Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento del Banco Mundial
● <b>CCIAP</b>	Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá
● <b>CEDAI-MYPE</b>	Centro de asistencia integral para la micro y pequeña empresa de Panamá
● <b>CEDAW</b>	Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer
● <b>CeFA</b>	Certificado de Fomento para la Agroexportación
● <b>CEPAL</b>	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
● <b>CFE</b>	Centro Financiero Empresarial
● <b>CFI</b>	Corporación Financiera Internacional
● <b>CFP</b>	Certificados de Fomento a la Productividad
● <b>CIAPP</b>	Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Panamá
● <b>CIEPS</b>	Centro Internacional de Estudios Políticos y Sociales AIP-Panamá
● <b>CINAMU</b>	Centros del Instituto Nacional de la Mujer
● <b>CNC</b>	Centro Nacional de Competitividad
● <b>CoNEP</b>	Consejo Nacional de la Empresa Privada
● <b>DGCP</b>	Dirección General de Contrataciones Públicas
● <b>DGTC</b>	Dirección de Gestión y Transferencia del Conocimiento de la Universidad Tecnológica de Panamá
● <b>ENEFem</b>	Estrategia Nacional de Emprendimiento Femenino
● <b>EPM</b>	Regulaciones laborales y empresas propiedad de mujeres
● <b>FIDEMICRO</b>	Programa de microcrédito del Gobierno nacional de Panamá
● <b>GEM</b>	Estudio Global de Emprendimiento (Global Entrepreneurship Monitor)
● <b>ICEX</b>	España Exportación e Inversiones
● <b>IDH</b>	Índice de Desarrollo Humano
● <b>INADEH</b>	Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano

# Acrónimos

● <b>INAMU</b>	Instituto Nacional de la Mujer
● <b>INEC</b>	Instituto Nacional de Estadística y Censo
● <b>IPACOOOP</b>	Instituto Panameño Autónomo Cooperativo
● <b>IPG</b>	Iniciativa de Paridad de Género
● <b>ITC</b>	Centro de Comercio Internacional
● <b>ITSE</b>	Instituto Técnico Superior Especializado
● <b>LAC</b>	El área de Latinoamérica y el Caribe (Latin America and the Caribbean)
● <b>MEDUCA</b>	Ministerio de Educación
● <b>MEF</b>	Ministerio de Economía y Finanzas
● <b>MIAMBIENTE</b>	Ministerio de Ambiente
● <b>MICI</b>	Ministerio de Comercio e Industrias
● <b>MiCultura</b>	Ministerio de Cultura
● <b>MIDA</b>	Ministerio de Desarrollo Agropecuario
● <b>MIDES</b>	Ministerio de Desarrollo Social
● <b>MIPYME</b>	Política Nacional de Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa
● <b>MITRADEL</b>	Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral
● <b>OIT</b>	Organización internacional del Trabajo
● <b>OMC</b>	Organización Mundial del Comercio
● <b>PERLA</b>	Programa de Empoderamiento y Recursos para la Autonomía Económica
● <b>PIASI</b>	Programa de Innovación Agropecuaria Sostenible e Incluyente
● <b>PIB</b>	Producto Interno Bruto
● <b>PNCI</b>	Programa Nacional de Competitividad Industrial del Ministerio de Comercio, MICI
● <b>PNUD</b>	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
● <b>PROFIMYPE</b>	Programa de financiamiento a la micro y pequeña empresa de AMPYME
● <b>PROMAGRO</b>	Programa para la Promoción y Modernización Agropecuaria y Agroindustrial
● <b>PROPANAMA</b>	Autoridad para la Atracción de Inversiones y la Promoción de Exportaciones
● <b>REDNOMIPEM</b>	Red Nacional de las Micros y Pequeñas Empresas
● <b>SAE</b>	Servicio de Autonomía Económica
● <b>SDE</b>	Servicios de Desarrollo Empresarial
● <b>SEM</b>	Sedes de Empresas Multinacionales
● <b>SENACYT</b>	Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación
● <b>SENADIS</b>	Secretaría Nacional de Discapacidad

# Acrónimos

- **SIDEP** Sistema de Incubación para el Desarrollo Empresarial
- **SIP** Sindicato de Industriales de Panamá
- **STEM** Ciencias, Tecnología, Ingeniería y matemáticas (Science, Technology, Engineering and Mathematics)
- **TEA** La Tasa de Actividad Emprendedora (Total early-stage Entrepreneurial Activity)
- **TIC** Tecnologías de la información y la comunicación
- **UNPYME** Unión Nacional De Pequeñas Y Medianas Empresas
- **UTP** Universidad Tecnológica de Panamá
- **WEF** Foro Económico Mundial - World Economic Forum

# Punto de partida:

## La metodología WED de la OIT

2

El presente informe aborda una dimensión clave para el empoderamiento económico de las mujeres en Panamá: el papel de las mujeres en el desarrollo empresarial, focalizando el análisis en la situación que atraviesan como emprendedoras y empresarias y en qué medida Panamá ofrece las condiciones idóneas para potenciarlo.

El informe se basa en la aplicación de una metodología de análisis estandarizada de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de eficacia probada: la metodología Desarrollo de la Iniciativa Empresarial de la Mujer (WED).

Esta metodología forma parte del programa WED de la OIT, el cual trabaja en más de 25 países de África, los Estados Árabes, Asia y el Pacífico, Asia Central y el Cáucaso, y América Latina. El programa ha apoyado evaluaciones nacionales de WED en varios países utilizando la metodología estandarizada y, a nivel regional, ha sido aplicado en Costa Rica, Chile, Uruguay, México, Nicaragua, Jamaica, Brasil, Honduras, Guatemala y, ahora, en Panamá.

“ La metodología WED trata de averiguar en qué medida se dan las condiciones adecuadas para el desarrollo empresarial de las mujeres en el país y qué situación y dificultades atraviesan. En concreto, analiza seis condiciones y, dentro de cada una, una serie de subcondiciones. ”

Con esta finalidad, la metodología se sustenta en una combinación de técnicas de análisis que han sido aplicadas entre los meses de enero a mayo de 2022, a saber:

- i. **El análisis de fuentes secundarias.** Se han analizado los principales informes y estudios relativos a la empresarialidad de las mujeres en el país, así como las políticas y programas existentes.
- ii. **Entrevistas con informantes clave.** Se han realizado 27 entrevistas a informantes clave del país (ver Anexo) procedentes de la academia, gremiales empresariales, proveedores de

servicios financieros, organismos internacionales, instituciones políticas y grandes empresas. Las entrevistas han buscado facilitar información respecto a los programas, servicios y puntos de vista especializados en torno a las condiciones WED.

**iii. Encuesta a mujeres empresarias.** La encuesta ha estado soportada en el modelo estandarizado de la metodología WED. Incluye 65 preguntas agrupadas en los siguientes bloques:

**A. Experiencia pasada e historial de propiedad empresarial;**

**B. Características de la empresa;**

**C. Desafíos y financiamiento para la puesta en marcha de la empresa;**

**D. Apoyo de información y desarrollo empresarial;**

**E. Formalidades de registro de empresas y trato con funcionarios gubernamentales;**

**F. Desarrollo de la empresa;**

**G. Percepciones de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial de la mujer;**

**H. Datos demográficos.**

A través de la encuesta se ha alcanzado un total de 140 respuestas válidas, de diversos territorios del país y sectores de actividad. Aunque la muestra no responde a una representatividad exacta sobre el universo de mujeres empleadas por cuenta propia y dueñas de negocio en Panamá<sup>1</sup>, lo cierto es que ha sido capaz de alcanzar variedad de sectores (y en particular los que muestran mayor concentración de empresarialidad femenina) y territorios, a excepción de las Comarcas Indígenas, cuya visión ha sido cubierta, no obstante, con la celebración del Grupo Focal específico (Grupo Focal de la Región Oriental). Predomina en la muestra, no obstante, un perfil de empresarias de oportunidad, de edades maduras y de alto nivel educativo.

**iv. Grupos focales.** Adicional, se han celebrado un total de cuatro Grupos Focales en los distintos territorios del país que presentan características económicas y sociales distintas<sup>2</sup>. Estos han sido:

---

<sup>1</sup> Comparado con los datos ofrecidos por el INEC en su Encuesta de Mercado Laboral de 2019 en la muestra de la encuesta WED existiría sobrerrepresentación de empresarias de la Región Metropolitana y del sector servicios.

<sup>2</sup>(1) En concreto, se corresponden con las cuatro zonas básicas que utiliza el INEC en sus trabajos de encuestación relacionadas con el mercado laboral.

	Fecha celebración	Nº Participantes	Perfil
Región Metropolitana (Panamá, Panamá Oeste y Colón).	05/04/22	10	Emprendedoras y empresarias en distintos sectores o rubros. Participantes de APEDE. Ejecutivas de SEM en Panamá. Gerente de Operaciones de Logística en una empresa local.
Provincias Centrales (Herrera, Los Santos, Coclé y Veraguas).	06/04/22	7	Emprendedoras. Organizaciones informales y emprendimientos familiares. Emprendedoras en rubros de textil, taller de costura, y servicios. Algunas de ellas participantes en la Asociación de Artesanas de Coclé.
Provincias Centrales (Herrera, Los Santos, Coclé y Veraguas).	05/04/22	8	Emprendedoras y empresarias en rubros de agricultura, ganadería, y servicios. Algunas de ellas participantes en APEDE.
Región Oriental (Darién y Comarcas Indígenas).	22/03/22	7	Emprendedoras. Organizaciones informales y familiares. Rubros de agricultura, ganadería, textil, taller de costura, reciclaje, lava autos, venta de cosmética, distribuidora relacionada al tabaco.

“ Los insumos obtenidos a través de las diversas técnicas de análisis han sido la base para la puntuación de los indicadores WED sobre las condiciones marco para la empresarialidad de las mujeres en el país. ”

### Ilustración 1. Condiciones marco y subcondiciones de análisis WED

<p>1. Sistema legal y regulatorio sensible al género que promueve el empoderamiento económico de las mujeres</p>	<p>A. Leyes y reglamentos laborales. B. Reglamentos y procedimientos de registro y licencia de empresas. C. Derechos de propiedad y herencia.</p>
<p>2. Liderazgo político efectivo y coordinación para la promoción de WED.</p>	<p>A. WED como una prioridad política nacional. B. Presencia de un punto focal del gobierno para la promoción y coordinación de WED y acciones de apoyo.</p>
<p>3. Acceso a servicios financieros sensibles al género</p>	<p>A. Participación de mujeres empresarias en programas de financiamiento genérico. B. Programas de financiamiento específicamente dirigidos a empresas propiedad de mujeres.</p>
<p>4. Acceso sensible al género a servicios de desarrollo empresarial</p>	<p>A. Acceso de las mujeres a los servicios de desarrollo empresarial convencionales. B. Los servicios de desarrollo empresarial responden a las necesidades de las mujeres empresarias. C. Presencia de servicios de desarrollo empresarial centrados en las mujeres.</p>
<p>5. Acceso a mercados y tecnología</p>	<p>A. Promoción de las exportaciones para las mujeres empresarias. B. Programas de contratación pública dirigidos específicamente a empresas de mujeres. C. Cadenas de suministro y vínculos que integran empresas propiedad de mujeres. D. Las TIC y el acceso a la tecnología de las mujeres empresarias.</p>
<p>6. Representación de mujeres empresarias y participación en diálogo político</p>	<p>A. Representación y "voz" de las mujeres en las asociaciones empresariales. B. Presencia de mujeres empresarias en asociaciones y redes. C. Participación de mujeres empresarias en el diálogo de políticas del sector público-privado e influencia en los resultados.</p>

# Panamá en contexto: Situación económica y de desarrollo social

3

## 3.1. Situación económica y de desarrollo social

La economía panameña ha sido una de las más dinámicas del mundo. Entre 2004 y 2018 el país tuvo un crecimiento promedio anual del 7%, frente al 3.3% de América Latina. Como consecuencia de este dinamismo, el país se convirtió, junto con Chile, en el de mayor ingreso per cápita de la región, pasando a ser considerado un país de ingreso alto. No obstante, la caída del PIB per cápita a raíz de la pandemia, de 15,830 dólares en 2019 a 12,373 dólares en 2020, ha supuesto que pierda ese estatus temporalmente (ICEX, 2021).

De hecho, la crisis de la COVID-19 provocó una contracción de dos dígitos en el PIB en 2020 y un aumento de 2,7 pp. en la tasa de pobreza (Banco Mundial, 2022). En 2021 el PIB se ha recuperado, con un crecimiento del 15,3%. Se espera que el PIB vuelva a crecer con fuerza en 2022 gracias al crecimiento remanente de 2021 (9.4 %), la expansión continua del sector minero y la recuperación del turismo y el transporte aéreo. En el mediano plazo, la previsión es que el PIB regrese a su tasa de crecimiento potencial de alrededor del 5% (Banco Mundial, 2022).

El progreso económico experimentado en los últimos años no se ha reflejado, sin embargo, en la distribución de los ingresos. La desigualdad no solo es comparativamente superior en Panamá respecto a la región LAC, sino que además ha sido mucho más persistente. Panamá continúa siendo uno de los países más desiguales de América Latina, con un valor del índice de Gini del 50.4 (frente a 46.2 en la región). Por cada punto de crecimiento del PIB, la desigualdad ha disminuido a un ritmo dos veces y medio inferior en Panamá que en América Latina. La pobreza rural es seis veces más alta que en las áreas urbanas. Pese a todo, la clase media consiguió expandirse, pasando del 51% en 2015 al 57% en 2019 (Banco Mundial, 2022).

El IDH de Panamá en 2019 fue de 0.815, lo que sitúa al país en la categoría de desarrollo humano muy alto y en el 57º lugar de 189 países y territorios (PNUD, 2021).

La estructura sectorial de Panamá muestra una marcada dualidad, con un sector de servicios dinámico, competitivo y con presencia en el mercado internacional y, por otro, un sector agrícola y manufacturero poco sofisticado y con problemas de competitividad (ICEX, 2021). Los principales motores de la economía son el sector comercial (con el 18.4% del PIB) y el sector logístico (con el 13.9%), donde son fundamentales los aportes del Canal de Panamá (que suponen aproximadamente un 20% de los ingresos del Estado) y de la Zona Libre de Colón (ZLC). Junto a ellos ha tomado una gran relevancia el sector de la construcción, derivado de la inversión pública en infraestructuras y de la privada en promociones inmobiliarias, llegando a representar más del 18% del PIB del país de forma directa (y del 25% si se consideran los efectos indirectos). Este sector, sin embargo, ha sido uno de los más afectados por la crisis COVID. El cuarto motor de desarrollo lo constituye el centro bancario

internacional que, aunque muestra una participación decreciente, aún supone entre un 6-7% del PIB. Recientemente, con la puesta en funcionamiento de la mina de cobre en 2019, se ha incrementado el peso de este sector en la economía. Destacar también el crecimiento de la Administración Pública, que ya supone más del 12.3% del PIB (ICEX, 2021).

Desde el punto de vista del empleo Panamá, antes de la pandemia, contaba con una población económicamente activa de aproximadamente 2 millones de personas. En los últimos cinco años (2014-2019) esta población se había incrementado en más de 285 mil personas, aumento protagonizado particularmente por las mujeres que sumaron casi 160 mil nuevos efectivos a la población activa (vs. 127 mil hombres) (INEC, 2014) (INEC, 2019). Sectorialmente, las actividades que concentran la mayor parte de la ocupación son la agricultura y el comercio (con un 14% de la ocupación cada una), seguida de lejos por otros sectores como la construcción (9% de la ocupación), la industria manufacturera y transporte y almacenamiento (7.5% cada una), la Administración Pública (6%), la enseñanza (5.5%) y los hoteles y restaurantes (5.3%) (INEC, 2019). Las actividades señaladas concentran gran cantidad de empleo, pero no necesariamente coinciden con los sectores más dinámicos de la economía.

La composición de la ocupación indica una alta proporción de trabajadores y trabajadoras independientes en la estructura laboral, con casi 3 de cada 10 personas ocupadas en esta categoría, la misma que ha encabezado el crecimiento de la ocupación en los últimos años. La mayor proporción, en todo caso, se corresponde con la de personas asalariadas (o personas empleadas en la empresa privada), con un 45% (INEC, 2019). También destaca la alta concentración de empleados y empleadas del Gobierno, del 15%, una de las más elevadas de la región (CEPAL, 2021).

Adicional, en esa composición destacan los puestos de trabajo no calificados (que representan un 19% de la ocupación) y los trabajos manuales vinculados al sector primario y secundario (el 32% de la ocupación). El empleo calificado, en las categorías de personal directivo, profesionales científicos e intelectuales o personal técnico de nivel medio, viene a presentar el 24% de ocupación (INEC, 2019).

La mayoría de la población ocupada (el 65%) presenta unos niveles educativos inferiores o iguales a los de educación secundaria. Un 35% de las personas ocupadas posee estudios universitarios. En este contexto 8 de cada 10 empleos no requerían calificación universitaria. El nivel promedio de años aprobados en la ocupación es de 11.5, pero con importantes variaciones según las actividades económicas: actividades profesionales y científicas, financieras, la enseñanza o la información y la comunicación, con más de 15 años aprobados de promedio, frente a la actividad minera, la construcción, la industria manufacturera o las actividades de los hogares, donde apenas se superan los 10 años (INEC, 2019).

Otro rasgo característico del mercado laboral son las importantes tasas de informalidad, que alcanzan al 45% de la población ocupada no agrícola (INEC, 2019). Complementariamente, solo el 51% de la población empleada, en 2019, contribuía a la Caja del Seguro Social (BID, 2021a).

El país se ha caracterizado por mantener unas bajas tasas de desempleo durante los últimos años (de alrededor del 5%), aunque en 2019 los signos de desaceleración económica empezaban a dejarse sentir en este indicador. Aun así, la tasa de desempleo global apenas superó el 7% para ese año (INEC, 2019).

Se destaca, por otro lado, que el 92% de los empleos generados en la última década (2010-2020) fueron informales o resultado de incrementos en la planilla estatal. Casi 7 de cada 10 de las personas ocupadas del país actualmente son informales o funcionarios (ICEX, 2021).

**Con la crisis COVID la pérdida de empleo en 2020 se calcula en más de 288 mil personas, un 15% de ocupación,** a la vez que la población económicamente activa ha descendido en casi 63.5 mil personas, con una reducción de la Tasa de Participación Económica de 3.5 puntos respecto a 2019 (INEC, 2020a). La pérdida en la ocupación se ha traducido en un incremento sin precedentes del desempleo, que ha aumentado en más de 225 mil personas, con una tasa de desempleo que prácticamente se ha triplicado, alcanzando el 18.1% (INEC, 2020a), con especial incidencia en los sectores de comercio (unas 86,932 personas vieron su contrato suspendido), construcción (44,391 personas) y hostelería (43,026) (ICEX, 2021). Panamá, de hecho, ha sido el país de la región en el que se ha producido un aumento más severo del desempleo (CEPAL/OIT, 2021). Por otro lado, la informalidad, en la que antes de la pandemia se ocupaba un 45% de la población ocupada, alcanza ahora al 53% (INEC, 2020a).

Durante 2021 la reactivación económica ha sido impulsada por la minería, la construcción, la manufactura y el comercio, en términos del PIB. En materia de empleo también se deja sentir la recuperación, con una tasa de desempleo que retrocede hasta el 8.5%. Se estima que la pobreza ha disminuido del 14.8% en 2020 al 12.3% en 2021 (Banco Mundial, 2022).

## 3.2. Participación de las mujeres en la economía panameña

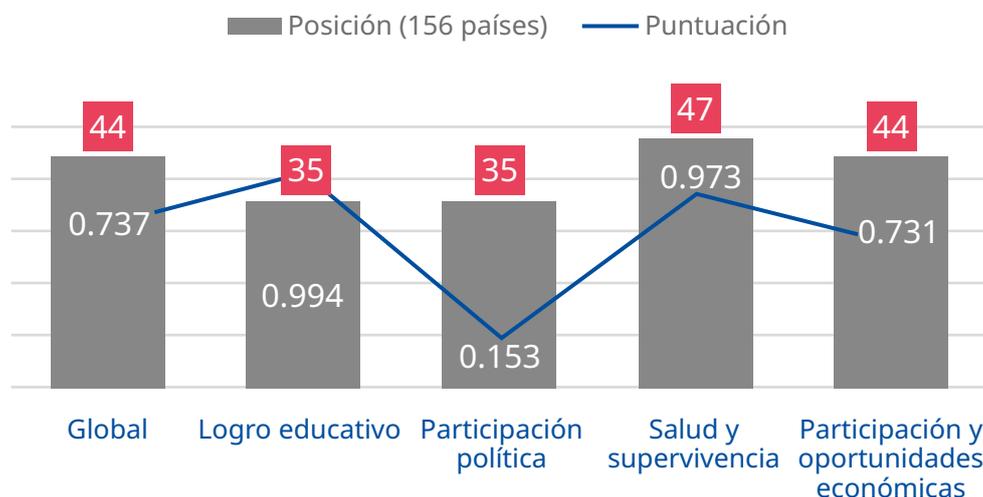
Enmarcado en este contexto económico y social, la participación de las mujeres en la economía panameña continúa caracterizándose por brechas de género relevantes, aunque con progresos evidentes en los últimos años.

De acuerdo al Gender Gap Report, del Foro Económico Mundial, el país ocupa la posición 44 de 156 países a nivel global, y la posición 11 de la región de América Latina y el Caribe, de la que forman parte un total de 26 países (WEF, 2021).

Esta posición global esconde, no obstante, sustantivas diferencias en función de la dimensión considerada. En concreto, el índice mide las brechas de género en materia de participación y oportunidades económicas, logros educativos, salud y supervivencia, y empoderamiento político. Así, mientras que en logro educativo y participación política ostenta la posición 35, en salud y supervivencia retrocede a la posición 47. **En lo que a participación y oportunidades económicas se refiere se sitúa en el puesto 44** (WEF, 2021).

Otro indicador complementario que sirve para medir la posición del país con relación a la igualdad de género es el Índice de Desigualdad de Género de Panamá, elaborado por el PNUD. En 2019 ese índice fue de 0.407, lo que sitúa al país en el lugar 94 de un total de 162 países (PNUD, 2021).

Gráfico 1. Posición y puntuación alcanzada por Panamá en el Global Gender Gap según dimensiones. 2021



Específicamente, en materia económico-laboral, uno de los fenómenos más relevantes ha sido el de la incorporación de las mujeres a la actividad laboral. En las dos últimas décadas la Tasa de Participación Económica de las mujeres se ha incrementado en más de 12 puntos, llegando a alcanzar su máximo en 2019 con un 55%. En el caso de los hombres las Tasas se han mantenido estables, incluso han sufrido un leve descenso. La crisis COVID, no obstante, ha supuesto un retroceso en la actividad económica para ambos sexos, pero de manera más intensa entre las mujeres, cuya Tasa de Participación Económica ha descendido al 47.3% en 2021, retrocediendo a valores de casi hace una década (INE, VV.AA.). Estos valores se encuentran cercanos al promedio de lo registrado en la región (CEPAL, 2021).

Previo a la pandemia, la evolución positiva en materia de participación económica de las mujeres ha corrido pareja a la inversión en educación que han realizado, con unos indicadores que constatan cómo, particularmente en educación terciaria, las mujeres han adelantado a los hombres (con una tasa de matrícula del 58.6% vs. el 37.2% en los hombres) (CEPAL, 2021). Un fenómeno que es igualmente recurrente en el entorno latinoamericano.

A pesar de todos estos progresos se mantienen determinadas brechas de género, que permanecen vigentes en términos de participación, segregación o cuidados.

En concreto, para 2021 la Tasa de Participación Económica de los hombres fue 27 pp. más alta que las mujeres, una distancia que se ha mantenido en torno a estos valores durante las dos últimas décadas (INE, VV.AA.). De esta manera, la inversión en capital humano realizada por las mujeres sigue viéndose descompensada, en el sentido de que su mayor rendimiento académico no termina de traducirse en una incorporación plena al mercado laboral. Todavía hoy son muchas las mujeres que no participan en la actividad económica.

Una de las principales barreras que enfrentan las mujeres para formar parte de la actividad económica continúa siendo la asunción mayoritaria de las responsabilidades domésticas y del cuidado. Así, el 53% de las mujeres en edad productiva se declara estar en esta situación de inactividad económica y, dentro de ella, destaca la figura de las amas de casa o trabajadoras del hogar no remuneradas (suponiendo más de la mitad de las mujeres en esta situación). Mientras, en los hombres, es la situación de estudiante (46%) o jubilado (38%) la que caracteriza mayormente la condición de inactividad económica. De esa población de mujeres (supuestamente) inactiva en el plano económico, la mitad declara que no piensa buscar trabajo en los próximos 6 meses, siendo la causa principal las responsabilidades familiares, cifra que no ha variado en los últimos años (INEC, 2021).

Para las que se encuentran participando en el mercado laboral, emerge el fenómeno de la segregación laboral. De esta forma, las mujeres se concentran en el comercio (21% de la ocupación), la enseñanza (10%), el servicio doméstico, la salud, el turismo y la agricultura (con un 9% cada una). Los hombres por su parte, destacan en tres sectores de actividad: la agricultura (20% de la ocupación), el comercio (16%) y la construcción (13%) (INEC, 2021); y son las actividades con mayor concentración de mujeres las que presentan inferiores niveles de productividad (en 2019 el 77% de las mujeres labora en sectores de baja productividad vs. el 53% de los hombres) (CEPAL, S.F.). La adscripción de las mujeres a determinados nichos de actividad (generalmente los más tradicionales y los de menor productividad) condicionan que, en términos globales, se vean afectadas por unas condiciones laborales más precarias. Estos sectores, además, han sido los más golpeados por la crisis, y son los que están experimentando un crecimiento más lento con la reactivación.

Aunque los datos hallados aluden a una situación de informalidad superior entre los hombres, las cifras son ciertamente elevadas en ambos casos (con una tasa de informalidad del 49% entre los hombres y 46% entre las mujeres). Respecto al desempleo, las tasas en 2021 son muy parecidas entre mujeres y hombres (del 11.8% y del 11% respectivamente) (INEC, 2021), si bien se han mantenido más elevadas entre las mujeres durante bastantes años.

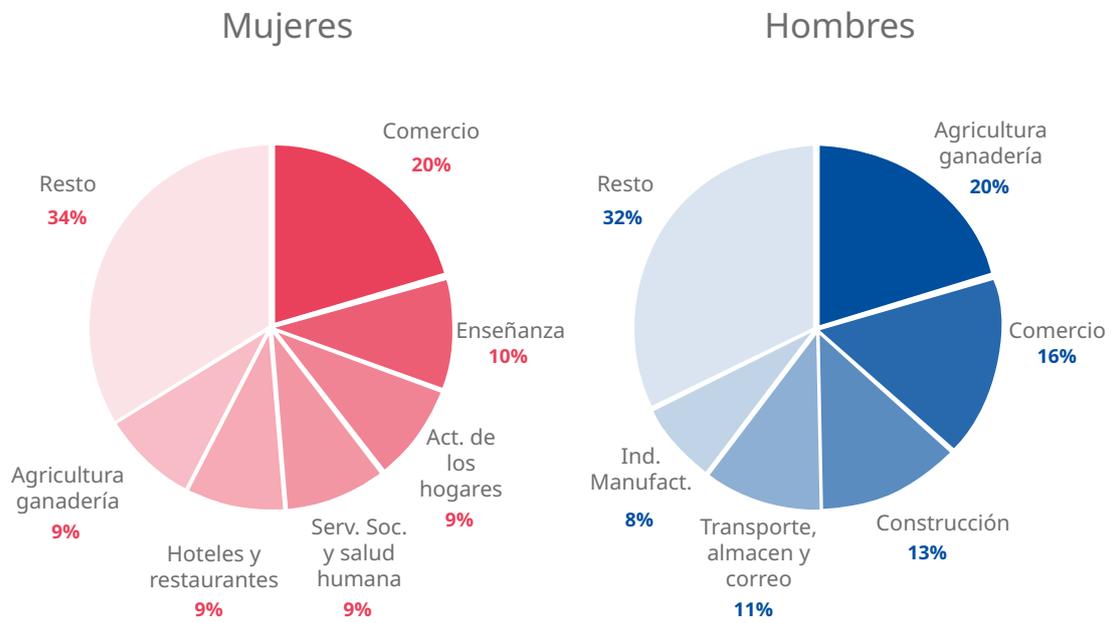
Por último, dentro de este panorama general, debe hacerse alusión a grupos de mujeres especialmente afectados por la exclusión y la precariedad laboral. Entre ellos se encuentra el grupo de mujeres jóvenes, que tiene importantes tasas de desempleo y muchas de las cuales engrosan, además, el grupo de las (mal denominadas) Ni-Nis; las mujeres rurales, con unas tasas de participación económica bastante inferiores a las del ámbito urbano; o las mujeres indígenas, entre quienes se deja sentir la interseccionalidad de los factores de desigualdad y discriminación, así como la inmensa brecha en los indicadores de pobreza que el país no ha logrado mitigar aún pese al crecimiento económico (CONEP, 2018).

Gráfico 2. Tasa de Participación Económica por sexo (%). 1999-2021



Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC, VV.AA.)

Gráfico 3. Distribución de personas ocupadas por rama de actividad y sexo (%). 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC, 2019)

## 3.3. Mujeres en el desarrollo empresarial

Del mismo modo que en materia de participación económica, en la esfera empresarial el país ha protagonizado un incremento imparable de emprendedoras y empresarias. Desde el año 2011, el número de mujeres trabajando por cuenta propia se ha incrementado un 25% y, en el caso de las patronas o dueñas de negocio, ese aumento ha sido del 21%. Para el año 2021 casi 200 mil mujeres laboraban por cuenta propia y 15 mil eran dueñas de un negocio (INEC, VVAA).

Sin embargo, los espacios de emprendimiento y empresarialidad tampoco son ajenos a brechas de género, que afectan tanto a la participación de las mujeres como emprendedoras y empresarias, como a la calidad de esa participación.

Así, en 2021, mientras las mujeres representan el 40% de la ocupación total, son el 35% de la población ocupada por cuenta propia y tan solo el 28% de las y los patronos (INEC, 2021). Asimismo, mientras que el 36% de los hombres ocupados lo hacen por cuenta propia y un 4% como dueños de un negocio, en el caso de las mujeres esos porcentajes descienden al 28% y al 2%, respectivamente.

Las distancias son significativas, también, si se analizan las tasas por sexo en los distintos estadios de la denominada tubería empresarial<sup>3</sup>. Partiendo de una situación bastante similar entre mujeres y hombres en la aceptación cultural de la actividad empresarial, las distancias se van incrementando conforme se avanza en las sucesivas etapas del proceso empresarial, llegando a alcanzar la máxima distancia, del 50%, en la del empresariado establecido; o, expresado de otro modo, siendo la tasa de empresarios establecidos en los hombres casi el doble que las de las mujeres (Ciudad del Saber et al, 2021).

---

<sup>3</sup>La Tubería Empresarial es una herramienta de representación y análisis de los datos obtenidos por el GEM, que toma la forma de una tubería para ilustrar el flujo de una etapa a otra del proceso y lo replican para el análisis de las múltiples etapas sucesivas del proceso empresarial. Estas etapas serían:

1. Aceptación cultural sobre la actividad empresarial. Porcentaje de personas adultas que expresan una percepción positiva de tres factores: 1) En Panamá, la mayoría de la población considera que emprender un nuevo negocio es una elección de carrera profesional deseable; 2) En Panamá, los que tienen éxito al emprender un negocio gozan de un alto nivel de estatus y respeto; 3) En Panamá, se pueden ver a menudo noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios en los medios de comunicación públicos y/o en Internet. Estos tres porcentajes se promedian para obtener un indicador global.
2. Empresario(a) potencial. Porcentaje de adultos que expresan una posición positiva relacionada a tres factores: 1) ¿En los próximos 6 meses, ¿habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde usted vive?; 2) ¿Tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio?; 3) ¿Sería en su caso, el miedo al fracaso un obstáculo para poner en marcha un negocio?
3. Empresarias(os) intencionales. Porcentaje de adultos que expresan la firme intención de iniciar una nueva actividad empresarial, solo o con otras personas, en los próximos 3 años, incluyendo cualquier forma de autoempleo.
4. Empresarios(as) nacientes. Porcentaje de personas que han realizado actividades específicas para la creación de nuevas actividades empresariales, pero sólo han pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero y/o en especie) a empleados y/o propietarios, por menos de 3 meses.
5. Empresarias(os) nuevos(as). Porcentaje de personas que han realizado actividades específicas para la creación de nuevas actividades empresariales, pero han pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero y/o en especie) a empleados y/o propietarios por más de 3 meses, pero por menos de 42 meses.
6. Empresarios(as) establecidos(as). Porcentaje de personas que han realizado actividades específicas para la creación de nuevas actividades empresariales, pero han pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero y/o en especie) a empleados y/o propietarios por más de 42 meses.

Más allá del grado de participación por sexos en el emprendimiento y la empresarialidad, las brechas de género se expresan también en el tipo de negocios y competitividad que caracterizan a las empresas propiedad de mujeres y de hombres. Así, algunos de los hallazgos encontrados en análisis previos apuntan lo siguiente (AMPYME, 2021b):

- Las empresas propiedad de mujeres son de menor tamaño. Mientras que las mujeres son mayoría de las líderes de microempresas (con un 71% de ellas a cargo de mujeres), su presencia desciende en la propiedad de las pequeñas y medianas: son el 52% de las propietarias en las pequeñas y 46% en las medianas (UNPYME, 2021). Sin datos para Panamá, la presencia de mujeres en la propiedad de las grandes empresas es probable que sea prácticamente testimonial, a tenor de los datos encontrados a nivel regional (Banco Mundial, 2019).
- La actividad empresarial de mujeres y hombres, igual que a nivel de ocupación, muestran una clara segregación. Así, más de la mitad de las empresarias se concentran en tres sectores de actividad: los hoteles y restaurantes (el 34% de las dueñas de negocio), el comercio al por menor (15%) y otras actividades de servicios (con un 7%). Entre los hombres los tres sectores empresariales predominantes son el comercio (con el 29%), la agricultura (con un 18%) y la construcción (con un 12%). En el empleo por cuenta propia sobresalen para las mujeres también el comercio (con un 31% de las empleadas por cuenta propia), la industria manufacturera (con un 18%) y las otras actividades de servicios (con un 10%). Entre los hombres por cuenta propia destacan la agricultura (con el 28%), el transporte (con el 16%) y la construcción (con un 15%) (INEC, 2021). Resultados similares arroja el GEM, con un 63% de la TEA de mujeres concentradas en el comercio al por menor, los hoteles y restaurantes, seguida ya de lejos por los servicios profesionales, con un 7% (Ciudad del Saber et al, 2020). Cabe señalar, por otro lado, que los sectores de actividad empresarial de las mujeres han sido de los más castigados por la crisis<sup>4</sup>.
- Las mujeres se sienten inferiormente preparadas frente a los trámites y regulaciones de empresariales, lo que afecta a los procesos de formalización (BIRF y Banco Mundial, 2010). En concreto, de los registros empresariales aprobados por AMPYME en 2020, el 27% de las empresas de mujeres eran informales (vs. el 21% de los hombres); adicional solo un 6% de los casos en las mujeres se correspondían con empresas jurídicas, vs. al 10% en los hombres (AMPYME, 2021a).
- Pese a que las mujeres emprendedoras y empresarias muestran unos niveles educativos superiores, perciben en menor medida que cuentan con el conocimiento y la experiencia necesarias para la puesta en marcha de un negocio. Así, en la TEA<sup>5</sup>, mientras el 40% de las mujeres poseen estudios universitarios, en el caso de los hombres ese porcentaje alcanza el 34%. Pese a ello, el 67% de las mujeres considera que posee ese conocimiento y experiencia, frente al 78% de los hombres (Ciudad del Saber et al, 2021).

<sup>4</sup>De acuerdo a la Encuesta empresarial Impacto del coronavirus en Panamá, realizada en abril de 2020, las empresas de los sectores con mayores despidos y personal suspendido son el turístico (49.5%), los restaurantes (50%) y los hoteles (59.3%) (Cámara de Comercio Industria y Agricultura de Panamá, 2020).

<sup>5</sup>La tasa de actividad emprendedora o Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA).

- La financiación, tanto para hombres como mujeres, sigue constituyendo la principal barrera en la constitución y consolidación empresarial, pero se agrava en el caso de las mujeres. La brecha de género en el acceso a préstamos para negocios en Panamá se calcula del 2.4% (Auguste, S., 2021).
- Uno de los principales impedimentos en el área de financiación es el relativo a los requerimientos de acceso, que no se ajustan al perfil financiero ni a las necesidades de las mujeres empresarias. Sin datos para Panamá, se estima que solo una de cada cinco pymes dirigidas por mujeres en la región tiene los recursos que se requieren para operar financiadas por bancos y un 70% indica que los bancos no pueden satisfacer sus necesidades crediticias (Guiraldo, 2017). Al mismo tiempo, las altas tasas de interés y los costos del crédito son prohibitivos para que las pequeñas empresas dirigidas por mujeres puedan acceder al crédito (Value for Women, 2018).
- En la decisión de acudir a una entidad financiera también operan otras barreras. Las mujeres, en general, se muestran menos familiarizadas y cómodas con instrumentos de crédito de mayor envergadura. Suelen mostrar niveles más bajos de conocimientos financieros (Value for Women, 2018). Y están dispuestas a asumir riesgos de manera distinta, por ej. prefieren garantías no hipotecarias, sobre todo porque generalmente se trata de arriesgar el ingreso y el patrimonio familiar. En el caso de Panamá el miedo al fracaso entre las mujeres es dos puntos superior al de los hombres en la TEA (Ciudad del Saber et al, 2021).
- Las mujeres emprenden en mayor medida por motivos de necesidad que los hombres. De acuerdo a los datos del GEM, en 2019 el motivo de necesidad (*establecimiento de un negocio para ganarse la vida porque el trabajo escasea*) estaba presente en un 90% de la TEA de las mujeres vs. el 85% en los hombres, aunque en 2020 esa proporción se ha nivelado (con un 84% y un 85% respectivamente) (Ciudad del Saber et al, 2020) (Ciudad del Saber et al, 2021). Panamá representa, no obstante, uno de los países en los que sobresalen los motivos de oportunidad entre las mujeres, con un 68% de la TEA de mujeres vs. el 65% de los hombres que desean emprender para marcar una diferencia con el mundo (Ciudad del Saber et al, 2020) (GERA, 2020). Estudios a nivel regional reflejan que, en el caso de las mujeres, también pesan más los motivos vocacionales u otros aspectos relacionados con adquirir una mayor flexibilidad laboral (BIRF y Banco Mundial, 2010).
- En Panamá se aprecia una leve introducción superior de tecnología e innovación entre la TEA de mujeres y las empresarias establecidas. El dato para 2020 es de un 60% para los hombres que no introducen innovación (vs. 56% en las mujeres) y un 59% que no hace uso de tecnología (vs. 51% de las mujeres) (Ciudad del Saber et al, 2021). Pese a que para este factor no parece identificarse brecha de género, lo cierto es que el margen de mejora para ambos sexos aún es amplio. Al mismo tiempo, el análisis por tamaño de las empresas

evidencia que esa mejora es especialmente susceptible entre las microempresarias donde, como se vio, están más concentradas las mujeres: así, por ejemplo, solo el 35% de las micro y el 54% de las pequeñas poseen equipamiento informático en sus negocios; un reducido 8% de las micro y el 23% de las pequeñas utilizan un software empresarial; y tan solo el 2% de las micro y el 6% de las pequeñas venden por Internet (aunque en el caso de las medianas esa proporción es también muy reducida, del 11%) (UNPYME, 2021).

- En el acceso a los mercados tampoco se aprecian brechas de género (con un 89% de la TEA de mujeres y de las empresarias establecidas cuyos negocios no tienen ninguna orientación internacional, frente al 87% en el caso de los hombres) (Ciudad del Saber et al, 2021). Pero del mismo modo que sucedía con la innovación y la tecnología, las cifras muestran la importancia de trabajar la ampliación del mercado, tanto para hombres como para mujeres, sobre todo considerando el reducido mercado que representa Panamá (atendiendo a su tamaño de población) y la muy baja vocación exportadora de los negocios.

Bajo estos rasgos que marcan el perfil y la competitividad de las empresas propiedad de mujeres, subyacen factores culturales y sociales, que afectan al capital social y de tiempo, activos intangibles de significativa importancia en los procesos de empresariales. Respecto al capital tiempo, el dato más actualizado, aunque de fecha de 2011, indicaba que el 72% del trabajo doméstico en Panamá seguía siendo asumido por las mujeres (INEC, 2011), una distribución desigual que, además, se ha intensificado durante el año 2020 de pandemia: según la encuesta realizada por el Centro Internacional de Estudios Políticos y Sociales de Panamá, en el transcurso del confinamiento 7 de cada 10 mujeres se han ocupado de las tareas del cuidado, siendo 3 de cada 10 en el caso de los hombres (CIEPS, 2020).

En lo relativo al capital social, entendido como la red de contactos personales y profesionales, hallazgos a nivel internacional vienen a mostrar cómo las mujeres tienen un menor acceso, hecho muy vinculado, por otra parte, a su inferior disposición del capital tiempo. A ello se une, también, la falta de modelos de rol femenino en el negocio o una cultura que induce a falta de asertividad y confianza en la capacidad de las mujeres para tener éxito en los negocios (BIRF y Banco Mundial, 2010) (CFI, 2017a).

Por último, mencionar las importantes disparidades territoriales que se dan en materia de emprendimiento y empresarialidad en el país, entre los núcleos urbanos más importantes (Panamá y Colón), las zonas rurales y las Comarcas Indígenas. En general, las fórmulas de empleo por cuenta propia son mayoritarias en aquellas áreas de menor dinamismo económico, mientras que la de dueño(a) de negocio predominan en los núcleos de económicos centrales, lo que reitera la hipótesis de que la primera vía de empleo está más cercana al empleo de subsistencia y de necesidad, mientras que la segunda se halla más cercano al de oportunidad.

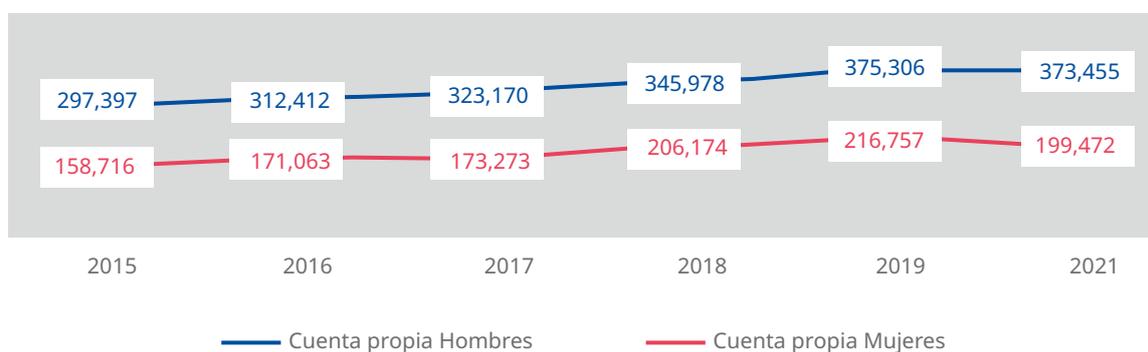
Así, el empleo por cuenta propia llega a representar la vía de participación económica principal entre la población ocupada en aquellas áreas de menor actividad económica, particularmente

en las Comarcas Indígenas. En Comarcas como Guna Yala, por ejemplo, casi 8 de cada 10 mujeres ocupadas lo hacen por cuenta propia, siendo prácticamente la mitad en la Comarca Emberá o en la Provincia de Darién. Por el contrario, representa una opción minoritaria para las mujeres en los núcleos económicos principales del país (caso de Panamá, Panamá Oeste o Chiriquí).

Tendencia contraria se observa en el caso de la categoría dueño(a) de negocio que, aun siendo una categoría de ocupación minoritaria en todas las provincias, sobre todo para las mujeres, es relativamente superior en núcleos económicos centrales, como Panamá y Panamá Oeste, junto a otras Provincias como Herrera, Los Santos o Veraguas. En este caso, además, existe una altísima concentración de las dueñas de negocio en la provincia de Panamá, con un 60% que se ubican en la capital (frente al 43% de los hombres), seguidas de Chiriquí (16%) y Panamá Oeste (14%) (INEC, 2019).

Gráfico 4. Población ocupada por cuenta propia y dueña de negocio por sexo (%). 2015-2021

#### OCUPACIÓN POR CUENTA PROPIA

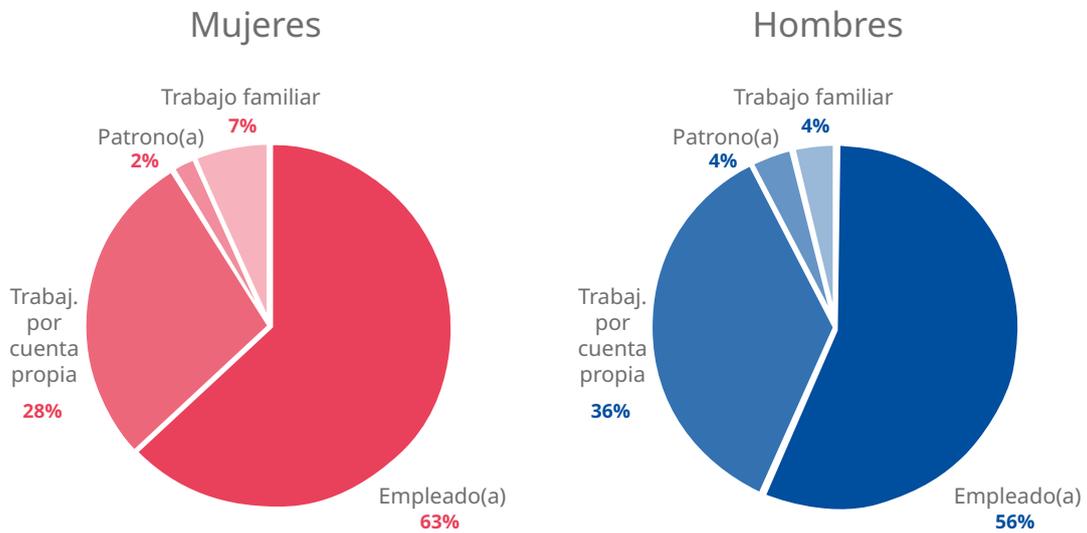


#### PATRONES(AS)-DUEÑOS(AS) NEGOCIO



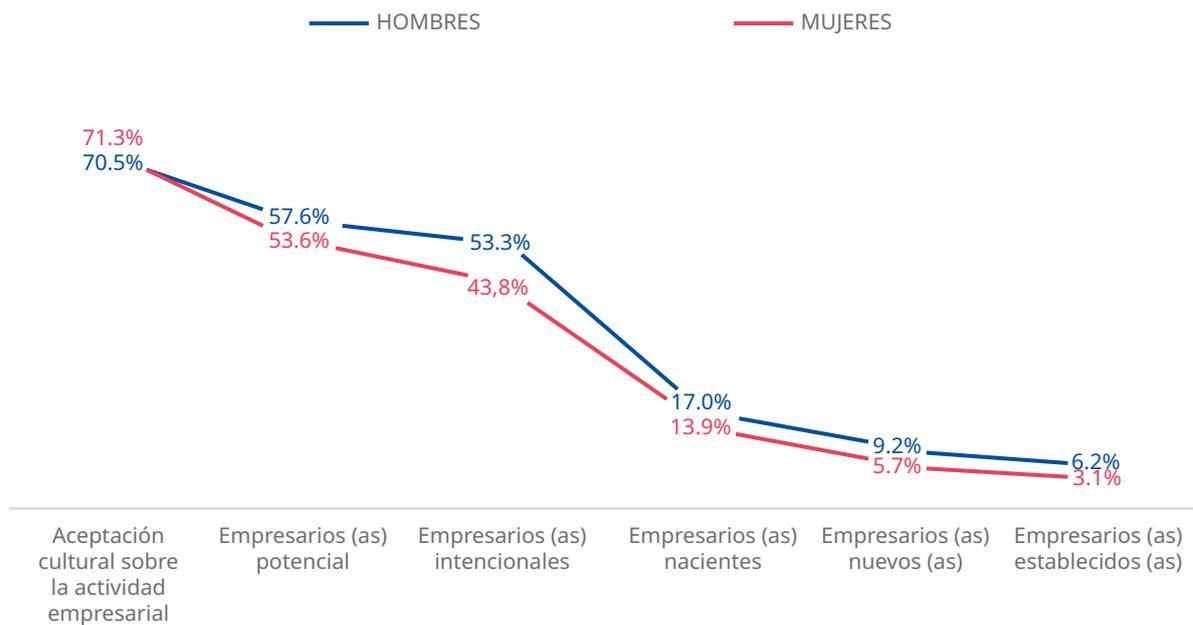
Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC, 2019)

Gráfico 5. Población ocupada por categoría en la ocupación (%). 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC, 2021)

Gráfico 6. Tasas por sexo en las etapas de la Tubería Empresarial. %. 2019



Fuente: Elaboración propia a partir de (Ciudad del Saber et al, 2020)

# Análisis de las condiciones WED

## 4

Frente a la realidad empresarial descrita ¿qué condiciones marco ofrece el ecosistema económico-institucional para el desarrollo empresarial de las mujeres?

En este apartado pasan a analizarse las Condiciones marco y subcondiciones WED, tomando de base el cruce de información encontrada entre:

- i) los informes especializados en la materia;
- ii) la opinión expresada por los y las informantes clave del ecosistema empresarial a través de entrevistas;
- iii) y la situación y valoración realizada entre las mujeres empresarias, tanto procedente de la encuesta específica como de los Grupos Focales celebrados en distintos territorios del país.

## 4.1. CONDICIÓN WED 1. Sistema legal y regulatorio sensible al género que promueve el empoderamiento económico de las mujeres

### A. Leyes y reglamentos laborales

“ Panamá posee un corpus legislativo en el que se ordena la no discriminación por género en el ámbito económico y laboral y se vela por la igualdad de derechos y oportunidades, aunque se expresan dificultades para hacer valer estos derechos en la práctica. ”

En concreto, el país es firmante de las leyes y protocolos que se derivan de la *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer* (CEDAW, por sus siglas en inglés).

Asimismo, ha ratificado tres de los más importantes **Convenios de la OIT** vinculados al ámbito laboral: *el Convenio 100 de Igualdad de Remuneración* (1958), *el Convenio 111*

*contra la discriminación en el Empleo y la Ocupación* (1966) y el *Convenio 189 que regula la situación de las trabajadoras y los trabajadores domésticos* (2015). El Convenio 183 de protección de la maternidad, por su parte, ha sido recientemente firmado, y se encuentra pendiente de ratificación. No se ha ratificado, sin embargo, otro convenio importante de la OIT en materia de igualdad laboral como el Convenio 156, relativo a las personas trabajadoras con responsabilidades familiares. Tampoco el Convenio 190 de eliminación de violencia y acoso en el trabajo, aunque se dispone de legislación nacional en la materia.

**La igualdad de género y no discriminación** viene regulada en la Constitución<sup>6</sup> y en la *Ley de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres*<sup>7</sup>. Asimismo, la Constitución, el Código del Trabajo<sup>8</sup> y la *Ley de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres* regulan la **igualdad salarial**, aunque aplican un criterio más restrictivo que el del Convenio 100 de la OIT de igualdad de remuneración por trabajo de igual valor, asociando igualdad de salarios a trabajos en puesto, jornada, condiciones de eficiencia y tiempo de servicio iguales. El Gobierno se encuentra trabajando, no obstante, en alinear la legislación con lo estipulado en el Convenio de la OIT en materia salarial.

Por su parte, la licencia de maternidad legal respeta el piso mínimo establecido por la OIT, de 14 semanas. Se tiene reconocida legalmente una licencia de paternidad, de tres días hábiles, aún lejos del tiempo establecido en la licencia de maternidad, lo que puede derivar en situaciones de discriminación indirecta para las mujeres. Ambas licencias están 100% remuneradas, aunque la asunción de su coste recae en parte (en la de maternidad) o en su totalidad (en la de paternidad) en la empresa, lo cual puede tener efectos también en términos de discriminación laboral.

Recientemente se ha aprobado la *Ley que amplía el alcance del fuero de maternidad hasta el padre y concede vacaciones en caso de fallecimiento a la madre*<sup>9</sup>, en la que se estipula que, cuando la mujer esté embarazada y no cuente con trabajo formal, el padre gozará del alcance del fuero de maternidad, quien no podrá ser despedido de su empleo durante la gestación, el parto y en el término de un año.

En materia de cuidados, el Código de Trabajo y la *Ley de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres*, reconocen el trabajo de los cuidados, estableciendo provisiones legales que promueven la distribución equitativa de las cargas, reconociendo el derecho a la afiliación voluntaria de hombres y mujeres que se dediquen de manera exclusiva a las tareas de cuidado de su familia, y orientando la creación y ampliación de centros de apoyo infantil y comunitario que permitan a las mujeres incorporarse a la vida social y económica. Aun así, el desequilibrio en la asunción de las responsabilidades familiares y domésticas, y la carga de trabajo asumida por las mujeres, continúa apareciendo como una barrera estructural para su desarrollo profesional en todos los discursos recogidos.

Panamá es pionera en la región, además, en la aprobación de leyes de cuotas en Juntas Directivas. Así, la *Ley 56 de 2017 de participación de las mujeres en las Juntas Directivas*<sup>10</sup>

<sup>6</sup>Constitución Política de la República de Panamá (del 11 de octubre de 1972).

<sup>7</sup>Ley N.º 4, Por la cual se instituye la Igualdad de Oportunidades para las Mujeres (del 29 de enero de 1999).

<sup>8</sup>Código de Trabajo, Decreto de Gabinete N.º 252 (del 30 de diciembre de 1971).

dicta que, en las instituciones del Gobierno Central, descentralizadas, empresas públicas, intermediarios financieros y aquellas reguladas por estos, que tengan en su estructura organizacional una Junta Directiva, un Consejo de Administración u organismos similares, se designará, como mínimo, un 30% de mujeres en la totalidad de sus cargos. Actualmente, aunque no se ha llegado a alcanzar aún el objetivo marcado por Ley, lo cierto es que ha habido un progreso claro en la participación de mujeres en las Juntas, pasando del 16,3% en 2018 a un 22,5% en 2021, es decir, casi 6 pp. en tres años (ADP, 2021).

Pese a lo anterior, el país presenta algunos retos pendientes en la normativa laboral nacional. Así, por ejemplo, en lo que respecta a la libertad de elección de empleo, el artículo 104 del Código de Trabajo establece que ***está prohibido el trabajo de la mujer en las actividades insalubres determinadas por el Ministerio de Trabajo y Bienestar Social***, lo cual supone una restricción que limita la libre elección del trabajo por parte de las mujeres, no amparada en la protección de la maternidad o la lactancia.

Asimismo, entre los y las informantes clave entrevistados, y las mujeres empresarias participantes en el estudio, se detecta cierta dificultad en el cumplimiento de las leyes; existiendo buenas normas, el problema es su fiscalización y cumplimiento. De hecho, entre las empresarias encuestadas, solo un 23% estaban de acuerdo con que la legislación y las regulaciones en Panamá respaldan un alto nivel de equidad de género.

**Aunque la igualdad de género se encuentra establecida *de jure*, todavía la misma no produce *de facto*.**

---

<sup>9</sup>Ley N.º 238, que amplía el alcance del fuero de maternidad hasta el padre y concede vacaciones en caso de fallecimiento a la madre (del 15 de septiembre de 2021).

<sup>10</sup>Ley N.º 56, que establece la participación de las mujeres en las juntas directivas estatales (del 11 de julio de 2017).

## B. Reglamentos y procedimientos de registro y licencia de empresas

“ Los procedimientos de registro y licencia para la apertura de empresas son unos de los más ágiles y menos costosos en Panamá de acuerdo a los rankings internacionales, aunque el país no cuenta aún con un sistema de ventanilla unificado y algunos de los trámites precisan de presencialidad.

Pese a que el nivel de registro entre las empresarias resulta ser relativamente elevado, se perciben dificultades frente a la burocracia y falta de información. ”

De acuerdo con los indicadores de *Doing Business* del Banco Mundial, en 2020 toma 6 días iniciar un negocio en Panamá, involucra 5 trámites<sup>11</sup> y el costo equivale al 5,8% del ingreso per cápita del país, siendo uno de los países del mundo con mejores índices respecto a estos indicadores<sup>12</sup>. Los trámites y el tiempo que toma son los mismos para mujeres y hombres, aunque el coste *per cápita* es ligeramente superior en las mujeres (6%) (Banco Mundial, 2020).

Panamá ha hecho importantes avances en los últimos años respecto a los trámites de apertura de negocios y empresas, por medio de diferentes reformas fiscales y comerciales. No obstante, no cuenta con un servicio o ventanilla única simplificada a través de la cual realizar el conjunto de los mismos. En concreto los trámites básicos a cubrir pasan por distintas instancias (Dirección General de Ingresos, Ministerio de Comercio e Industrias, inscripción en el Municipio y, en su caso, inscripción como persona empleadora en la Caja del Seguro Social), algunos de los cuales pueden realizarse en línea, pero otros deben acometerse de manera presencial.

Al objeto de fomentar la formalización la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME), junto a la Autoridad Nacional para la Innovación Gubernamental (AIG), puso en marcha en 2020 la iniciativa **Registro Empresarial**.

<sup>11</sup>En concreto, los trámites para iniciar un negocio incluyen: Contratar un agente autorizado, Notarizar la escritura de constitución, Inscribir la sociedad en la División Mercantil del Registro Público y hacer el pago del impuesto anual, Completar el Aviso de Operación desde el sitio web "Panamá Emprende", Solicitar la inscripción patronal con la Caja de Seguro Social.

<sup>12</sup>En la región de América Latina el promedio de trámites para la apertura de empresas es de 8, requiere de casi 29 días y el coste per cápita es del 31%.

## Registro empresarial de AMPYME

Se trata de un registro empresarial en línea, dirigido a personas naturales o jurídicas con ingresos brutos anuales de hasta 2,500,000 balboas, que brinda beneficios a las microempresas registradas tales como el acceso a los programas financieros y no financieros de la institución; preferencia en las licitaciones públicas en caso de empate; y beneficios fiscales para las unidades económicas o microempresas -es decir, aquellas cuya facturación anual sea igual o inferior a 150,000 balboas- relacionadas con la exención del pago del Impuesto sobre la Renta, durante los dos primeros años fiscales a partir de su inscripción en la Autoridad.

Durante el año 2020 se aprobaron alrededor de 11,700 registros, el 43% correspondientes a mujeres. La mayor representación de mujeres se alcanzó en el registro de empresas informales (siendo del 48%), seguida de las naturales (43%). En el registro de empresas jurídicas fue donde las mujeres obtuvieron una menor representación, de tan solo el 29% (AMPYME, 2021a).

También en 2020 se aprobó la **Ley de Sociedades de Emprendimiento**<sup>13</sup>, que regula esta nueva personería jurídica<sup>14</sup>, mediante un sistema simplificado de registro pensado para impulsar la formalización del emprendimiento. La aprobación de esta Ley conlleva la puesta en marcha de una Ventanilla Única de Emprendimiento para este tipo de sociedades, a cargo de AMPYME, que podrán constituirse de manera virtual. De momento, la Ventanilla aún no está operativa. La previsión es que la misma cuente con personal técnico capacitado para recibir la información, calificarla, darle seguimiento, gestionarla y coordinarla interinstitucionalmente.

En este contexto, el nivel de registro entre las emprendedoras y empresarias del estudio resulta ser relativamente alto, con 8 de cada 10 de las empresarias encuestadas que lo hacen en el Registro Único del Contribuyente y 7 de cada 10 en el Aviso de Operaciones frente al MICI. Desciende a 6 de cada 10 ante la Alcaldía, a 5 frente a la Caja del Seguro Social, a 4 en el MITRADEL y a 3 en AMPYME.

A pesar de ello, lo cierto es que se perciben dificultades respecto a estos trámites, con más de la mitad que considera **difícil para una empresaria lidiar con las regulaciones gubernamentales** y solo una tercera parte que estima que la **información sobre las regulaciones es muy accesible para ellas**. De hecho, las regulaciones existentes aparecen entre los principales impedimentos a la hora de hacer crecer sus negocios, por la complejidad,

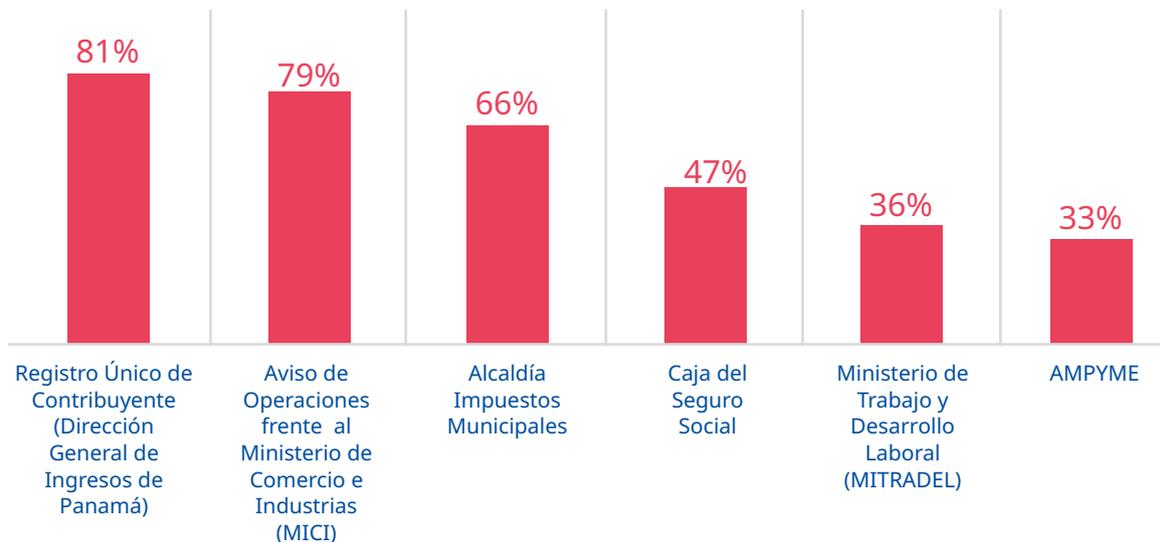
<sup>13</sup>Ley 186 de Sociedades de Emprendimiento (del 2 de diciembre de 2020).

<sup>14</sup>Podrán estar formados por entre 2 a 5 personas naturales, mayores de edad, de cualquier nacionalidad, domiciliadas en la República de Panamá, que se constituyan en sociedad de emprendimiento para cualquier objeto lícito de acuerdo con las formalidades y limitantes prescritas en esta norma.

la falta de información, el coste de impuestos, no poder hacerlo online, y el tiempo que se tarda (Encuesta a mujeres empresarias). Del mismo modo, las empresarias participantes en los Grupos Focales coinciden en que existen dificultades burocráticas para realizar los trámites empresariales en general, tanto para el registro de la empresa como para la contratación de personal, e indican que no reciben suficiente apoyo institucional, como asesorías u orientaciones, para llevar a cabo los trámites (Grupos Focales).

Gráfico 7. Nivel de registro según organismo. %. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

### REGISTRO DE EMPRESAS SEGÚN ORGANISMO



Fuente: (CONEP, 2022)

## C. Derechos de propiedad y herencia

“ Aunque legalmente mujeres y hombres parecen poseer un mismo estatus en materia de propiedad y herencia, hay evidencias de que estos derechos no terminan de traducirse en la práctica, con la existencia de límites en el disfrute del acceso al patrimonio. ”

**En Panamá mujeres y hombres tienen los mismos derechos en materia de propiedad y herencia.** El Código de Familia, en sus artículos 103 y 104, establece que los hombres y las mujeres tienen los mismos derechos sobre propiedad de bienes inmuebles, y otorga a los cónyuges similar autoridad administrativa sobre los bienes durante el matrimonio. Por su parte, el Código Civil, en sus artículos del 661 al 663 estipulan que hijas e hijos tienen igual derecho a heredar bienes de sus progenitores, mientras que los artículos 686 y 687 regulan que los cónyuges sobrevivientes, hombres y mujeres, son iguales ante la Ley para heredar bienes (Banco Mundial, 2022b).

Pese a ello, lo cierto que en la práctica parece que los hombres continúan teniendo condiciones privilegiadas en lo que respecta al patrimonio. Desde la perspectiva de los y las informantes clave, el patrimonio continúa heredándose masculinamente y, de forma generalizada, las propiedades se ponen a nombre de los varones, incluso cuando las mujeres son primogénitas. Situación que se agrava en las Comarcas y/o las zonas rurales. Se cita varias veces, en ese sentido, el tema de la herencia y la sucesión de las empresas familiares, que en la práctica continúa recayendo sobre los hijos varones (Entrevistas a agentes clave).

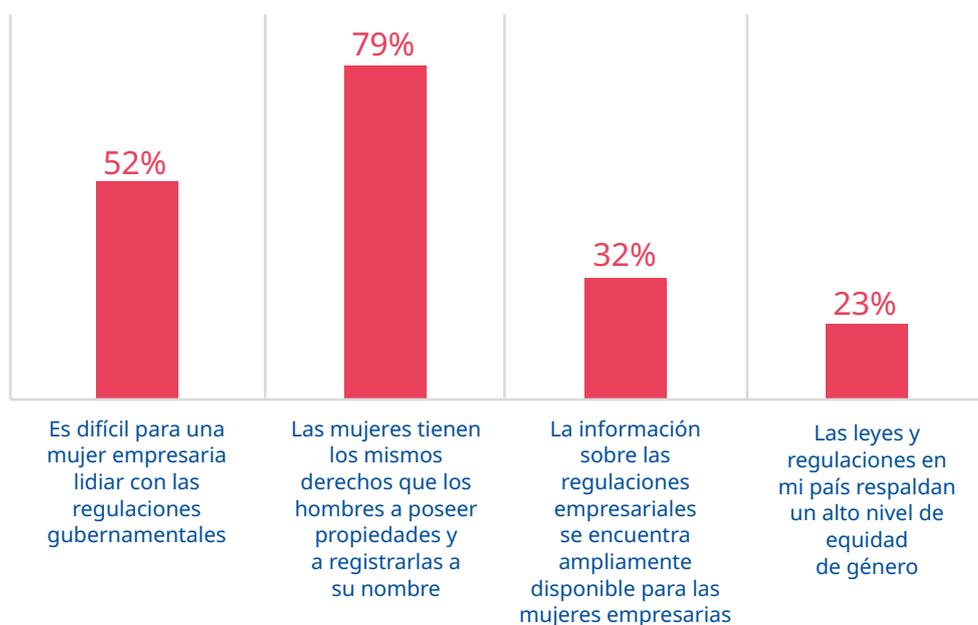
Por su parte, las empresarias de los Grupos Focales y de la encuesta coinciden en que no existe discriminación de género en la legislación respecto a la propiedad y la herencia, pero sí indican que es un problema cultural. Aunque ha sido minoritario, se ha encontrado que un 7% de las

encuestadas tuvo que pedir permiso al esposo para poner en marcha su negocio (Encuesta a mujeres empresarias).

Adicional, se ha identificado entre las empresarias de la encuesta cierta percepción de hostigamiento por parte de funcionarios del Gobierno (un 9% así lo han afirmado), vinculados las mayoría de los casos a la exigencias en el cumplimiento de condiciones laborales tras la reapertura de negocios durante el periodo de reactivación económica en la pandemia (Encuesta a mujeres empresarias).

Gráfico 8. Percepciones sobre la Condición WED 1. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

### CONDICIÓN WED 1. Sistema Legal y Regulatorio



Fuente: (CONEP, 2022)

## Puntuación WED

De acuerdo los hallazgos descritos, la puntuación WED arroja el siguiente resultado, conforme a la matriz de puntuaciones establecida en la metodología:

**Condición marco 1 de WED:  
Sistema jurídico y regulatorio con perspectiva de género  
que promueve el empoderamiento económico de las mujeres**

**A. Leyes y regulaciones laborales**

**Igualdad en el acceso de las mujeres al mercado laboral**

5 (si aplican los cinco indicadores); 4 (si solo aplican cuatro de los indicadores); 3 (si solo aplican tres de los indicadores); 2 (si solo aplican dos de los indicadores); 1 (si solo aplica uno de los indicadores)

Las mujeres no tienen restricciones de empleo en ningún sector de la economía.	Las Leyes y regulaciones laborales ordenan la no discriminación por género en las prácticas de contratación.	Las Leyes exigen que las mujeres y los hombres reciban el mismo salario por un trabajo similar.	Las mujeres casadas no requieren legalmente el permiso de su esposo para trabajar fuera del hogar o para operar una empresa.	Las mujeres son conscientes de la igualdad de sus derechos laborales y estos se hacen cumplir.
--	--	---	--	--

**Regulaciones laborales y empresas propiedad de mujeres (EPM)**

5 (si aplican los cinco indicadores); 4 (si solo aplican cuatro de los indicadores); 3 (si solo aplican tres de los indicadores); 2 (si solo aplican dos de los indicadores); 1 (si solo aplica uno de los indicadores)

Se brinda asistencia a las EPM frente a cualquier dificultad en los procedimientos de registro y cumplimiento.	Se brinda a las mujeres empresarias orientación sobre Leyes y regulaciones laborales y sobre requisitos de cumplimiento/ reporte, como parte de programas de capacitación y ADE.	El gobierno realiza esfuerzos específicos para informar a las EPM sobre Leyes y regulaciones laborales y requisitos de cumplimiento/ reporte.	El registro de los trabajadores se puede completar en línea o a través de ventanillas únicas convenientemente ubicadas, lo que reduce la carga administrativa y de tiempo a las EPM.	Las EPM no son objeto de hostigamiento o soborno por parte de los inspectores laborales.
--	--	---	--	--

**B. Regulaciones y procedimientos de registro de empresas y concesión de licencias de negocios**

5 (si aplican los cinco indicadores); 4 (si solo aplican cuatro de los indicadores); 3 (si solo aplican tres de los indicadores); 2 (si solo aplican dos de los indicadores); 1 (si solo aplica uno de los indicadores)

Las mujeres pueden registrar una empresa sin el requisito legal de contar con el permiso de su esposo.	El gobierno hace esfuerzos especiales para garantizar que las mujeres estén informadas sobre los procedimientos de registro de empresas y concesión de licencias de negocios.	Las mujeres no se encuentran en desventaja para acceder a las oficinas de registro de empresas debido a restricciones de movilidad (por ejemplo, el registro se puede hacer en línea, a través de puntos locales de registro, etc.).	Las oficinas de registro cuentan con mostradores especiales para mujeres (las mujeres pueden tener menores niveles de alfabetización y menos conocimientos sobre empresas)	Las mujeres pueden obtener una licencia de negocios para todo tipo de empresas, incluidas licencias para los tipos de empresas que las mujeres inician más tradicionalmente
--	---	--	--	---

C. Derechos de propiedad y herencia				
1	2	3	4	5
Las mujeres no tienen los mismos derechos de propiedad y herencia que los hombres según las Leyes del país.	Las mujeres tienen algunos de los mismos derechos de propiedad y herencia que los hombres, pero se les imponen diferentes requisitos de procedimiento para acceder a estos derechos (por ejemplo, la Ley otorga a los esposos control administrativo sobre las propiedades matrimoniales con titulación conjunta)	Las mujeres tienen los mismos derechos de propiedad y herencia que los hombres, pero en general desconocen sus derechos, y hacen pocos esfuerzos para educarlas e informarlas sobre estos	Las mujeres tienen los mismos derechos de propiedad y herencia que los hombres, y se realizan amplios esfuerzos para que tomen conciencia de estos derechos, pero las prácticas consuetudinarias no reconocen estos derechos jurídicos, y las mujeres tienen capacidad limitada para recurrir al sistema jurídico.	Las mujeres y los hombres tienen los mismos derechos de propiedad y herencia por Ley, estos se hacen cumplir, y las mujeres tienen acceso a mecanismos de recurso jurídico para obtener estos derechos económicos establecidos.
<b>Puntuación:</b> <b>Subcondición A: <math>(3+1)/2 = 2</math></b> <b>Subcondición B: 2</b> <b>Subcondición C: 4</b>  <b>Puntuación Promedio: <math>(2+2+4)/3 = 2.7</math></b>				

## 4.2. CONDICIÓN WED 2. Liderazgo político efectivo y coordinación para la promoción de WED

### A. WED como una prioridad política nacional

“ El Gobierno panameño posee trayectoria en el desarrollo de leyes y estrategias para el impulso de las empresas en el país, en particular de las mipymes, de las cuales, las más recientes, han integrado el enfoque de género y medidas específicas para fomentar el desarrollo empresarial de las mujeres. En 2021 se ha aprobado la Estrategia Nacional de Emprendimiento Femenino (ENEFem), como expresión clara de la prioridad política dada el fomento empresarial de las mujeres, aunque sigue pendiente su operatividad para trasladar a la práctica dicha prioridad. Estos esfuerzos del Gobierno, sin embargo, no parecen estar llegando a las emprendedoras y empresarias. ”

Las Leyes más relevantes de apoyo al emprendimiento y la empresarialidad en Panamá son la *Ley 8 del 2000 que crea la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME)*<sup>15</sup>, la *Ley 33 de Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*<sup>16</sup> y la *Ley 72 de 2009*<sup>17</sup>. A

<sup>15</sup>Ley 8 que crea la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) (del 29 de marzo del 2000). La Establece que AMPYME es la institución rectora en el tema mipyme. Su finalidad es el desarrollo de la MIPYME por medio de la ejecución de una política de estímulo y fortalecimiento de este grupo de empresas. El énfasis de la ley es la creación de empleos productivos, el crecimiento económico y una mejor distribución del ingreso.

<sup>16</sup>La Ley 33 de Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (del 25 de agosto del 2000). Por su parte, la Ley 33 tiene como finalidad estructurar un programa integral para fomentar el fortalecimiento de las mipyme; modernizar la normatividad; y fomentar nuevos modelos de integración (redes, asociatividad, etc.); entre otros.

<sup>17</sup>Ley 72 que reforma tanto la Ley 8 como la Ley 33 y que se promulga el 5 de noviembre del 2009 (del 9 de noviembre del 2009). Su novedad radica en que se añaden objetivos de diseño y desarrollo de la política mipyme; el contribuir al empleo decente, el desarrollo de programas y proyectos, la promoción del desarrollo económico local, el diálogo interinstitucional, la promoción de la cultura emprendedora, y la coordinación entre las mipyme y las entidades del Estado.

nivel de estrategias los dos referentes principales son la *Política de Emprendimiento: Panamá Empeñe y Crece* (2017-2022) y la *Política Nacional de Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa* (MIPYME) (2017-2022).

Las Leyes mencionadas no contemplan en su desarrollo el enfoque de género o hacen alusión específica a las mujeres. La Política, por su parte, reconoce como uno de los aspectos relevantes las cuestiones de género, aunque no las operativiza.

Un salto cualitativo en la materia se aprecia, no obstante, en la ***Política Nacional de Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME)***, orientada a contribuir al fortalecimiento del ecosistema empresarial de las mipymes. Dicha Política establece que las acciones que se desarrollen deben contribuir a la igualdad de género y al empoderamiento económico de las mujeres. Incluye, dentro de sus enfoques transversales, la equidad de género, a fin de asegurar que las necesidades y desafíos particulares que enfrentan tanto los hombres como las mujeres sean tomados en cuenta en el marco de la política, entendida como una dimensión integrada en el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de la misma. Asimismo, a lo largo de su estrategia de intervención, incorpora medidas específicas orientadas a fomentar la empresarialidad de las mujeres, como son:

- En lo relativo a los SDE: servicios especializados para mujeres emprendedoras y empresarias; desagregación por sexo de estadísticas y diseño de indicadores de autonomía económica de las mujeres en los SDE.
- En lo que respecta a financiación: diseño e implementación de servicios o productos financieros para mejorar el acceso de las mujeres empresarias al financiamiento y su autonomía económica; aseguramiento de que los criterios de otorgamiento de créditos a empresas lideradas por mujeres sean más accesibles.
- En materia de cultura empresarial: promoción de una cultura emprendedora, eliminando barreras basadas en estereotipos de género.
- A nivel de estrategia política: diseño e implementación de la Política Nacional de Emprendimiento que orienta la actuación del Estado en el Fomento del Emprendimiento y el Empoderamiento Económico de las Mujeres.

La vigencia de la Política concluye este año 2022. No se han hallado informes de monitoreo y evaluación sobre la misma, por lo que, a pesar de la centralidad de las cuestiones de género y su traducción en medidas específicas, no se conoce el alcance e impacto obtenido.

La prioridad dada a la igualdad de género en el marco de la política de emprendimiento y empresarialidad se ha visto reforzada en 2021 con la aprobación de la ***Estrategia Nacional de Emprendimiento Femenino (ENEFem)***, con vigencia hasta 2024. Dicha Estrategia forma parte de las condiciones que el país debía cumplir para acceder al Préstamo Programático del BID de Apoyo a Reformas de Política (PBP) de 150 millones de dólares, que le fue concedido en noviembre de 2021.

## Estrategia Nacional de Emprendimiento Femenino (ENEFem)

---

La ENEFem representa una intervención focalizada en las emprendedoras y empresarias del país, que busca incrementar la base productiva desde el enfoque de inclusión e igualdad de género. Se propone, asimismo, avanzar en la integración de la perspectiva de género en las intervenciones generales que se lleven a cabo para potenciar la actividad emprendedora.

Ha sido diseñada a través de un proceso participativo, coordinado desde la AMPYME, en el que han estado representadas las principales agencias del Gobierno, asociaciones empresariales, gremios, entidades financieras, entidades formativas y de capacitación, Universidades, asociaciones sin ánimo de lucro, organizaciones de mujeres, organismos multilaterales y Embajadas.

La estrategia se encuentra enfocada al cumplimiento de cuatro objetivos: i) desarrollar nuevas iniciativas que impulsen integralmente el emprendimiento femenino de calidad y sostenible (tanto de necesidad como de oportunidad) liderado por distintos grupos de mujeres; ii) transversalizar el enfoque de género en el conjunto de servicios y recursos existentes en Panamá para apoyar el emprendimiento; iii) incidir en una mejora del ecosistema de emprendimiento del país desde esta perspectiva; iv) visibilizar socialmente el papel y logros de las mujeres que emprenden en Panamá.

Para materializar los objetivos señalados, la ENEFem se estructura en 10 medidas, traducidas a su vez en una serie de acciones a cargo de las distintas entidades participantes:

**MEDIDA 1:** Fomento del espíritu emprendedor entre las niñas y las jóvenes, así como promoción del emprendimiento universitario femenino.

**MEDIDA 2:** Impulso a la creación de nuevas empresas lideradas por mujeres, mediante la orientación, capacitación, acompañamiento y apoyo financiero a sus iniciativas.

**MEDIDA 3:** Apoyo a la formalización, consolidación y crecimiento de las empresas femeninas.

**MEDIDA 4:** Impulso del cooperativismo femenino y las redes de cooperación entre las emprendedoras panameñas.

**MEDIDA 5:** Promoción de la internacionalización de los negocios liderados por mujeres.

**MEDIDA 6:** Apoyo a la digitalización de las empresas femeninas e impulso del emprendimiento digital (startups) promovido por mujeres.

**MEDIDA 7:** Integración de las mujeres emprendedoras en sectores económicos clave y emergentes.

**MEDIDA 8:** Apoyo a la creación, mejora y sostenibilidad de iniciativas lideradas por mujeres en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica.

**MEDIDA 9:** Mejora del conocimiento y visibilidad social de la realidad, necesidades y contribuciones de las mujeres que emprenden en Panamá.

**MEDIDA 10:** Desarrollo de una institucionalidad y ecosistema favorable al emprendimiento femenino.

Para la concertación y coordinación de las acciones comprendidas en la estrategia se prevé la creación de una Mesa Nacional de Emprendimiento Femenino.

La ENEFem se aprobó en septiembre de 2021 y, desde entonces, se está a la espera de su concreción desde la AMPYME en un plan de trabajo y sistema de coordinación entre las distintas instancias involucradas, lo que **resulta clave para la efectiva traducción a la práctica de la prioridad política dada al desarrollo empresarial de las mujeres.**

Asimismo, a pesar de la existencia de estrategias políticas focalizadas en emprendimiento y empresariedad femenina, las mismas no parecen estar llegando al público objetivo. En concreto, entre las empresarias de la encuesta solamente 2 de cada 10 sostuvo estar de acuerdo con que el Gobierno apoya a las mujeres empresarias con sus posiciones y programas de asistencia (Encuesta a mujeres empresarias). De alguna manera, además de la operatividad de la prioridad dada a estas cuestiones por el Gobierno, emerge la necesidad de dar a conocerlos entre las propias mujeres interesadas.

## B. Presencia de un punto focal del gobierno para la promoción y coordinación de WED y acciones de apoyo

“ La aprobación de la ENEFem, coordinada por la AMPYME, sitúa a esta institución como punto focal del Gobierno para la promoción y coordinación de las condiciones WED, pero aún se requiere contar con los recursos y la instalación de la gobernanza necesaria para llevar a cabo dicho mandato. ”

La AMPYME ha sido la encargada, cómo se decía, de coordinar e impulsar el proceso de diseño de la ENEFem, la estrategia gubernamental de emprendimiento femenino en la que han participado más de 40 entidades del ecosistema empresarial.<sup>18</sup>

<sup>18</sup>Las entidades que están implicadas en la ejecución de la ENEFem son: Alianza para el Emprendimiento e Innovación-AEI; Asociación de Jóvenes Emprendedores-AJOEM; Asociación Pro Artesanas; Autoridad de Turismo de Panamá-ATP; Autoridad del Canal de Panamá-ACP; Autoridad para la Atracción de Inversiones y la Promoción de Exportaciones de Panamá-AWE; Banco de Desarrollo Agropecuario- BDA; Banco Delta; Banco Nacional-BNP; BANESCO; BANISTMO; Caja de Ahorros; COTEL; Embajada de Australia; Fundación Ciudad del Saber; Fundación Pro-Cultura Empresarial-PROCEM; Global Brigades; INADEH; INAMU; INFOPLAZAS AIP; IPACOOOP; MEDUCA; MIAMBIENTE; MICI; MICROSERFIN; MICULTURA; MIDA; MIDES; MITRADEL; Oficina de Electrificación Rural-OER; PNUD; Red Panameña de Microfinanzas-REDPAMIF; SENACYT; SENADIS; SUMA Financiera; Universidad del Istmo; Universidad Metropolitana de Educación, Ciencia y Tecnología-UMECIT; Universidad Santa María La Antigua-USMA; Universidad Tecnológica de Panamá-UTP; Universidad Tecnológica de Panamá-UTP.

La AMPYME se crea a través de la Ley 8 del 29 de Mayo de año 2000, como entidad rectora en materia de mipyme, responsable de crear las condiciones para el desarrollo de este sector empresarial. Se trata de la institución reconocida por el conjunto de actores del ecosistema como aquella de referencia en el impulso de las políticas de emprendimiento y apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.

La AMPYME, desde hace varios años, lleva involucrándose en el apoyo de programas para el impulso del emprendimiento femenino, así como siendo partícipe de determinadas instancias a nivel país creadas para el impulsar el emprendimiento y la empresariedad de las mujeres. Una de ellas fue la **Red Emprende Igualdad**, creada en el marco del proyecto Canal de Empresarias, dentro de la que participan diversas entidades relevantes del ecosistema empresarial. En 2017 la Red entregó al Gobierno las **Recomendaciones para una Política de Impulso a la Empresariedad Femenina en Panamá**, las mismas que fueron consideradas en la ya citada **Política Nacional de Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME)**.

Del mismo modo la AMPYME preside el **Consejo Nacional de Emprendimiento**<sup>19</sup> que tiene como función la coordinación y seguimiento a la implementación de las acciones integradas en el marco del **Pacto Nacional por el Emprendimiento** firmado en noviembre de 2016. El Consejo está conformado por los 42 integrantes, firmantes del Pacto y cuenta con Comité Coordinador, cuya tarea principal es la de cumplir y seguir las acciones encomendadas por el Pleno del Consejo Nacional de Emprendimiento.

A su vez, la AMPYME es miembro del **Consejo Nacional para la Paridad de Género**, una instancia creada en el marco de la **Iniciativa de Paridad de Género de Panamá**.

---

<sup>19</sup>Creado mediante Decreto de Ejecutivo No. 177 de 14 de noviembre de 2017.

## Iniciativa de Paridad de Género de Panamá (IPG Panamá)

---

La Iniciativa de Paridad de Género consiste en una alianza público-privada orientada al cierre de las brechas económicas de género en el país. En ella participan un total 27 instituciones públicas, organizaciones privadas (entre ellas CoNEP), empresas líderes en el país y organismos multilaterales. Es presidida por el Ministerio de Desarrollo Social (MIDES).

La IPG fue lanzada en 2018, año a partir del cual se lleva impulsando un Plan de Acción compuesto por 15 medidas. Una de ellas, concretamente la 9, se refiere al apoyo al emprendimiento femenino y al fortalecimiento de las mipymes y empresas propiedad de mujeres, en la que aportan medidas y actuaciones entidades como Banistmo, MITRADEL, PNUD, INAMU, MEDUCA, Empresas Bern, Fundación Ciudad del Saber y el propio CoNEP.

El lanzamiento de la ENEFem, por parte de la AMPYME, se produjo de hecho en el marco de unas de las reuniones del Consejo Nacional para la Paridad de Género, órgano de representación a nivel de líderes de la IPG.

La IPG constituye una iniciativa clave en materia del cierre de brechas económicas de género, al aglutinar en ella a todos los actores más relevantes con incidencia en la economía y el empleo, incluido el sector privado y las empresas, y al impulsar un Plan de Acción que contempla, integralmente, reducir las brechas económicas de género más relevantes en el país.

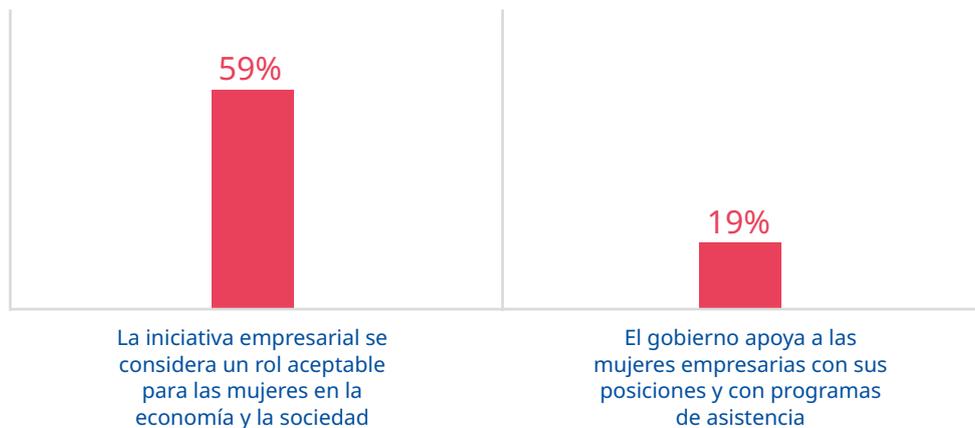
No obstante, se hace preciso señalar que, aunque la AMPYME ha sido la entidad encargada de coordinar la ENEFem, **aún no se encuentran las condiciones creadas para convertirla en un punto focal solvente para la promoción y la coordinación WED.** Para asumir la responsabilidad de armonizar los esfuerzos orientados al desarrollo empresarial de las mujeres, se requiere, por parte de la AMPYME:

i) implantar el sistema de Gobernanza previsto en la Estrategia (como son la Mesa Nacional de Emprendimiento Femenino, Grupos de Trabajo de naturaleza temática y la constitución de un Comité Técnico, establecer los mecanismos y herramientas de monitoreo, incluidos los indicadores de realización, resultados e impactos de la estrategia, etc.); ii) integrar como parte de su visión, misión y objetivos el impulso de la ENEFem; iii) designar recursos y equipos internos destinados a acometer este trabajo dado que, hasta el momento, la entidad no cuenta con una Unidad especializada (Oficina de Género) similar a las instaladas en otros organismos gubernamentales.<sup>20</sup>

**De alguna manera, la aprobación de ENEFem ha actuado como mecanismo catalizador para convertir a la AMPYME en punto focal WED, pero aún se requiere contar con los recursos y la instalación de la gobernanza necesarias para llevar a cabo dicho mandato.**

Gráfico 9. Percepciones sobre la Condición WED 2. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias, 2022

### CONDICIÓN WED 2. Liderazgo político y efectivo y coordinación para la promoción WED



Fuente: (CONEP, 2022)

## Puntuación WED

El análisis anterior lleva a realizar la siguiente puntuación sobre la matriz de la Condición WED 2.

<sup>20</sup>En cumplimiento de lo establecido en el Decreto Ejecutivo N°53 de 25 de junio que Reglamenta la Ley 4 de enero de 1999 por la cual se instituye la Igualdad de Oportunidades para las Mujeres.

**Condición marco 2 de WED: Liderazgo y coordinación de políticas efectivos para la promoción de WED**

**A. WED como prioridad de política nacional**

1	2	3	4	5
No existe evidencia documentada de que WED sea una prioridad de política nacional.	Se ha establecido el desarrollo empresarial de las mujeres como una de las prioridades en los planes de desarrollo nacional, en las políticas de género y/u otras estrategias económicas nacionales, y como importante para el desarrollo económico y social del país, pero no se ha definido una agenda o plan de acción específico.	Las mujeres empresarias han sido identificadas como un grupo objetivo específico en las políticas del gobierno para las MIPYME.	Se ha identificado a las mujeres empresarias como un grupo objetivo específico de las políticas del gobierno para las MIPYME y existen medidas específicas en los documentos de políticas para las MIPYME para fomentar el desarrollo de la iniciativa empresarial / desarrollo empresarial de la mujer.	Existe un marco estratégico nacional para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer, que incluye disposiciones tanto para la puesta en marcha como para el crecimiento de sus empresas.

**B. Presencia de un punto focal en el gobierno para la promoción y coordinación de WED y acciones de apoyo**

1	2	3	4	5
El gobierno no ha tomado medidas para abordar el tema del liderazgo y la coordinación de políticas para WED.	No existen puntos focales de WED en el gobierno, pero se presta cierta atención a los temas de WED en ciertos ministerios/ organismos.	Existen puntos focales en uno o dos ministerios/ departamentos del gobierno que promueven WED o tienen alguna actividad promocional relacionada, pero no existe colaboración entre ministerios/ organismos.	Se ha establecido un punto focal nacional para WED dentro del gobierno, pero aún no funciona adecuadamente, no cuenta con recursos suficientes y tiene contacto limitado con los ministerios y organismos.	Existe un punto focal nacional para WED dentro del gobierno, con el mandato de liderar en materia de políticas, respaldado por el presupuesto, los recursos y la colaboración y cooperación interministerial necesarios para llevar a cabo dicho mandato; ha desarrollado fuertes vínculos con partes interesadas externas, y consulta activamente sobre las necesidades de políticas y programas de las mujeres empresarias.

**Puntuación:**  
Subcondición A: 5  
Subcondición B: 4

**Puntuación Promedio:  $(5+4)/2 = 4.5$**

## 4.3. CONDICIÓN WED 3.

# Acceso a servicios financieros sensibles al género

### A. Participación de mujeres empresarias en programas de financiamiento genérico

“ El acceso al crédito es limitado para el sector mipyme, en general, y para las empresarias en particular. Sin embargo, se detecta un interés creciente de las entidades financieras y organismos públicos por alcanzar el segmento de emprendedoras y empresarias a través de sus programas y líneas de financiamiento. ”

El sistema bancario de Panamá está compuesto por dos Bancos Oficiales (Banco Nacional de Panamá y Caja de Ahorros), 40 bancos de licencia general, 15 internacionales y 217 entidades financieras (SPB, 2022). Entre los bancos con mayores operaciones en el país destacan el Banco General, Banistmo, Mutilbank, BNP Paribas, Bac International Bank INC., Global Bank, Caja de Ahorros o Banesco (Astudillo, J. et al, 2021).

A pesar de contar con un sistema financiero desarrollado, y con presencia de la banca internacional, los indicadores de inclusión financiera revelan un menor acceso a la mayor parte de productos financieros en Panamá que en el promedio de la región. Desde el punto de vista de las empresas, 7 de cada 10 disponen de una cuenta bancaria, muy por debajo del promedio de América Latina (con 9 de cada 10). Adicional, solo el 21% de las empresas panameñas tiene

una línea de crédito o un préstamo con una institución financiera; valor que no llega a ser ni la mitad del promedio de los países de la región (51%). De hecho, los datos muestran que en Panamá son muy pocas las empresas que financian sus inversiones y el capital de trabajo a través de entidades financieras, en parte por la falta de oferta para las mipymes, dado que la banca panameña presenta una cartera muy concentrada en pocos segmentos (construcción, hipotecas, consumo personal y comercio) dejando poco espacio para otras actividades (Astudillo, J. et al, 2021).

Los informantes clave coinciden en señalar que, a pesar de que existe liquidez, **no se alcanza al segmento de las mipymes**, por temas burocráticos, costes bancarios o los patrones de aprobación de crédito, que son incompatibles con ellas. Se señala que existen algunas iniciativas financieras para el microemprendimiento, para instituirse, pero una vez establecido, no se cuenta con apoyo financiero. También existe financiación para el siguiente piso, para negocios que necesitan líneas de crédito muy elevadas y que pueden solicitarlas porque facturan grandes cantidades. Pero **el segmento que queda entre el emprendimiento y la empresa establecida y solvente parece quedar desatendido**. Frente a ello, se sostiene que muchas empresas terminan acudiendo al crédito personal como modo de financiarse, con ajustes específicos, pero en condiciones poco favorables (Entrevista a informantes clave). Todas estas restricciones se agravan más aún en el caso de las empresas que se encuentran fuera de la capital del país (Astudillo, J. et al, 2021).

Más allá de la oferta financiera privada, desde el Gobierno se cuenta con líneas de apoyo a la financiación, aunque como se decía, dirigidas a apoyar el arranque de emprendimiento o sector microempresarial. La entidad de referencia en el ámbito de programas de financiamiento vuelve a ser la **AMPYME**, que cuenta con diferentes programas de financiamiento, como el **Fondo de Capital Semilla**<sup>21</sup> y el programa **Banca de Oportunidades**<sup>22</sup>.

La AMPYME también gestiona programas de fondos de garantía, como **PROFIMYPE**<sup>23</sup>. Y cuenta con el programa **FIDEMICRO**<sup>24</sup> que canaliza fondos de apoyo a los emprendimientos a través de entidades financieras de microfinanzas.

A nivel gubernamental se cuenta, asimismo, con el **Banco de Desarrollo Agropecuario**, que proporciona financiamiento a los programas de desarrollo agropecuario y proyectos agroindustriales, brindando atención especial a la mipyme productora, a través de diferentes instrumentos financieros.

---

<sup>21</sup>Fondo concursable no reembolsable, de hasta B/. 2,000 destinado a apoyar a nuevas personas emprendedoras y empresarias de la microempresa.

<sup>22</sup>Permite optar a préstamos de entre \$2,000 a \$5,000. Esta iniciativa cuenta con el apoyo financiero de la Caja de Ahorros y del Banco Nacional y se trata de una convocatoria pública de participación. Entre los requisitos para aplicar se encuentran: haber recibido la capacitación de la AMPYME; contar con un Plan de Negocio actualizado; contar con la inscripción en el Registro Empresarial de AMPYME y acreditar estos requisitos a través del certificado expedido por la Autoridad.

<sup>23</sup>Orientado a respaldar, con Cartas de Garantía, la obtención de créditos productivos solicitados por las personas emprendedoras y/o empresarias de la micro y pequeña empresa (MIPYMES), a través de las Entidades de Financiamiento que suscriben Convenio de Adhesión al programa. La AMPYME otorga el 75% de las garantías, prestando hasta 100,000 dólares en los casos en que las garantías primarias no son suficientes o no son admisibles por la entidad financiera adscrita al programa.

<sup>24</sup>Fondo administrado mediante un fideicomiso, dirigido a apoyar financieramente las actividades de las entidades financieras u operadoras de microfinanzas (Banca de Primer Piso), dotándolas de recursos financieros para que éstos sean canalizados en beneficio de las micro y pequeñas empresas.

Existe espacio, asimismo, para la **financiación del emprendimiento innovador**, a través de las distintas convocatorias de financiación que lanza anualmente la **Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SENACYT): Capital Pre-Semilla<sup>25</sup>, Capital Semilla<sup>26</sup>, Nuevos Emprendimientos<sup>27</sup>, Proyectos de Innovación Empresarial<sup>28</sup> ...**

En este contexto, se detecta un **interés creciente por atender al segmento de mujeres y sus necesidades específicas**. Entidades financieras como Caja de Ahorros, Banco Nacional-BNP, BANISTMO, Capital Bank, CFE o Microserfin forman parte de la ENEFem y se han comprometido a integrar el enfoque de género en sus productos y servicios. Desde la AMPYME, además, se señala que se han realizado capacitaciones a lo interno de su organización sobre temas de género. SENACYT acaba de lanzar su *Estrategia Nacional para la integración de niñas y jóvenes en las disciplinas y empleos STEM (2021-2024)*, en la que se prevé sensibilización y formación en género a un amplio nivel en el interior de la organización, reforzar la Unidad de Género en la institución e incorporar criterios favorables de género en las distintas convocatorias que lanza la institución (por ejemplo, mayor puntuación o financiación a proyectos liderados por mujeres).

**Todos estos esfuerzos, en cualquier caso, son incipientes, y aún deben ser trasladados a la práctica.**

Cabe destacar, no obstante, la trayectoria consolidada en materia de género que han desarrollado entidades bancarias como Banistmo que, además de programas específicos, a los se hace referencia en el siguiente apartado, ha adaptado sus condiciones de acceso al crédito a las mujeres, solicitando un año de operaciones en su caso, frente a los dos años que se solicita al resto de empresas (Entrevistas a informantes clave).

Por otro lado, hasta donde se tiene información, **las mujeres representan una amplia mayoría de las beneficiarias de los programas** descritos, siendo el 62% de las beneficiarias de los de Capital Semilla o la mitad en el programa de Banca de Oportunidades (Entrevistas a informantes clave). En la convocatoria de 2020 de apoyo al emprendimiento innovador de SENACYT, por su parte, se obtuvo que, de las personas naturales que aplicaron, el 81% fueron mujeres y, de las personas jurídicas, el 67% eran de empresas lideradas por mujeres (SENACYT, 2021).

Pese a todo, se sigue observando un **acceso limitado de las mujeres a financiación**. Datos secundarios señalan que sólo el 7% de las empresas lideradas por mujeres tienen acceso a financiamiento bancario; como resultado, la brecha de género de Panamá es mayor que el

<sup>25</sup>Apoyo económico no reembolsable con el objetivo de financiar el desarrollo de ideas innovadoras de proyectos emprendedores en todo el país, en las etapas de diseño del proyecto y formulación del plan de negocio.

<sup>26</sup>Apoyo económico no reembolsable con el objetivo de financiar proyectos innovadores con alto potencial de crecimiento y que busquen financiamiento a partir de la fase de puesta en marcha y validación de un plan de negocios y prototipo.

<sup>27</sup>Apoyo económico no reembolsable con el objetivo de financiar proyectos innovadores dinámicos con alto potencial de crecimiento y que busquen financiamiento para la producción e incrementar la comercialización de un prototipo.

<sup>28</sup>Su objetivo es fortalecer la competitividad de sector empresarial y afines en Panamá, mediante el fomento de su capacidad de innovación. Se busca otorgar aportes no reembolsables parciales para proyectos que promuevan el desarrollo de innovaciones en procesos, servicios o productos, con impactos de alto nivel a las empresas, fundaciones de interés privado y cooperativas nacionales, en base a la adaptación, integración y validación de tecnologías y componentes existentes, que estén dirigidos a su introducción exitosa en el mercado.

promedio en América Latina y el Caribe (International Finance Corporation, 2020). Adicional, entre las empresarias participantes en el estudio, la fuente de financiación principal continúa siendo la de los recursos propios (Grupos Focales) y solo 3 de cada 10 tuvo como fuente de financiación inicial un préstamo bancario (Encuesta a mujeres empresarias). El acceso a financiamiento continúa siendo, además, unas de las principales barreras para hacer crecer sus empresas (Encuesta a mujeres empresarias).

Se reconocen, al respecto, dificultades específicas para acceder a la financiación por parte de las mujeres.

Las y los informantes clave consideran que, formalmente, no hay diferencias entre mujeres y hombres a la hora de conceder financiación, pero en la práctica se percibe como más riesgosa la aprobación de un crédito a mujeres, porque no suelen tener el detalle financiero requerido. A las mujeres se les pregunta cosas distintas (si tienen un co-deudor o cuáles son las garantías del esposo). *Las mujeres, en general, son mejores prestatarias, pero sin embargo los requisitos y condiciones no se adaptan a sus necesidades* (Entrevistas a informantes clave).

Asimismo, las empresarias encuestadas señalan como principales dificultades de acceso al crédito las altas tasas de interés, los requisitos de garantía o que se requiera un aval (para 7 de cada 10). La mitad estiman que son un problema los montos aprobados, ya que son demasiado pequeños y los plazos de los préstamos, excesivamente cortos. Y 4 de cada 10 sostienen que las mujeres empresarias no son tomadas en serio por los funcionarios de préstamos (Encuesta a mujeres empresarias). Las empresarias de las áreas rurales e indígenas añaden, además, las dificultades en el acceso a crédito debido a la informalidad. En concreto, el acceso a financiación por parte de las mujeres indígenas está prácticamente vetado, por las dificultades que atraviesan como mujeres, pero también porque se requieren sistemas de financiación adaptados los territorios y negocios de sus comunidades (Grupos Focales).

Gráfico 10. Fuente de financiación inicial para la empresa. %. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

### FUENTE DE FINANCIACIÓN INICIALES

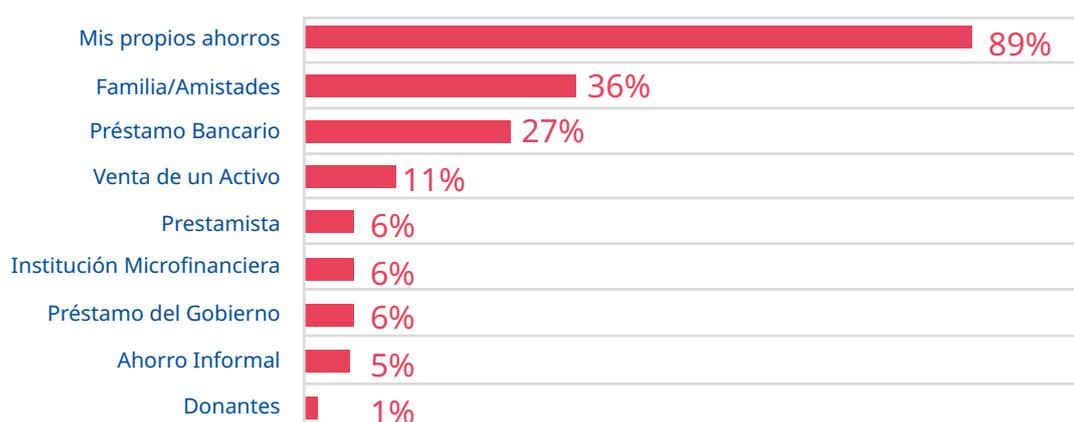
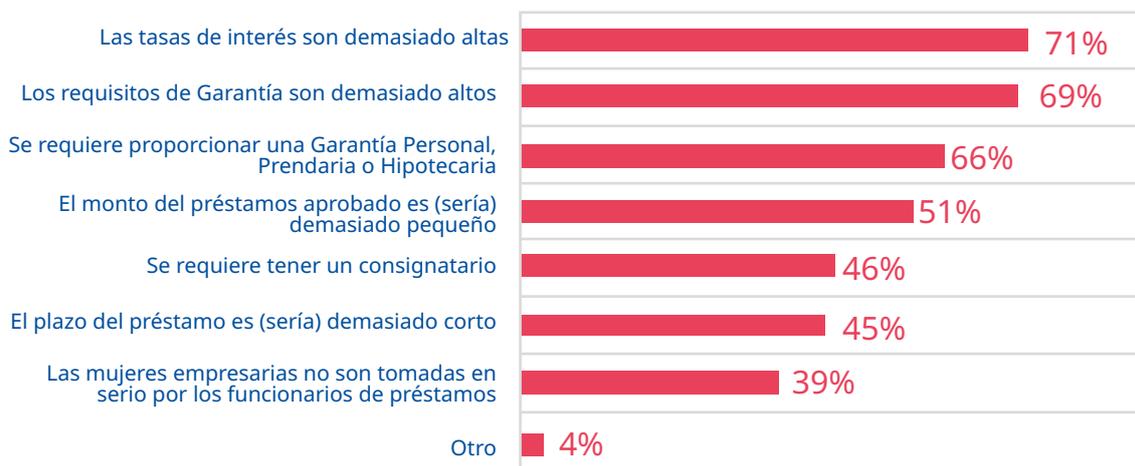


Gráfico 11. Problemas de obtención de crédito.  
%. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

### PROBLEMAS PARA OBTENER UN PRÉSTAMO



Fuente: (CONEP, 2022)

## B. Programas de financiamiento específicamente dirigidos a empresas propiedad de mujeres

“Existen iniciativas de financiamiento específico para mujeres, lideradas por el sector financiero privado, que cubre el espectro de la micro, pequeña y mediana empresa, aunque su alcance aún parece ser limitado.”

En el marco de la financiación existen algunas iniciativas de financiamiento específicamente dirigidas a mujeres, en este caso lideradas por el sector financiero privado.

En el capítulo de las microfinanzas destaca, por ejemplo, **Microserfin**, que otorga servicios financieros y no financieros (Educación Financiera, microseguros) a las microempresarias del país, tanto en áreas rurales como urbanas. La entidad maneja proyectos de inclusión financiera a mujeres con créditos que van desde \$300, con alcance en las diez provincias del país mediante la disposición de un equipo de asesoramiento en todo el territorio.

Por su parte, entidades financieras como **Capital Bank, Centro Financiero Empresarial (CFE) o Global Bank** también se encuentran trabajando en productos específicos dirigidos a mujeres. En el caso de la primera, con el **Proyecto Banca Mujer**, que tiene como objetivo abordar el segmento de pymes propiedad de mujeres o que son lideradas por mujeres de forma especializada, con una oferta de productos financieros (incluyendo créditos) y no financieros. En el caso de la CFE con el **Producto Mujer**, desarrollado con un fondo llamado *Deetken Impact*, que ha prestado acompañamiento en su elaboración, capacitación en temas de género y los componentes de impacto para el soporte de gestión de atención a sus clientas. El objetivo, en concreto, es ofrecer al sector micro financiero panameño un producto diseñado exclusivamente para las mujeres, enfocándose en soluciones adaptadas a su realidad y necesidades. Por su parte, Global Bank ha recibido varias inversiones por parte de la Corporación Financiera Internacional (FCI) y del BID enfocadas a financiar a las pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres (En segundos, 2020).

Entre todas estas iniciativas, cabe destacar el **Bono Social de Género de Banistmo**, dentro de su Programa más amplio **Impulsa**, que ha contado con el apoyo del BID. La emisión del Bono convirtió a Panamá en el primer país de América Latina con un bono social con enfoque de género dirigido exclusivamente a ampliar el acceso a financiamiento para las pymes lideradas por mujeres.

## Bono Social de Género de Banistmo

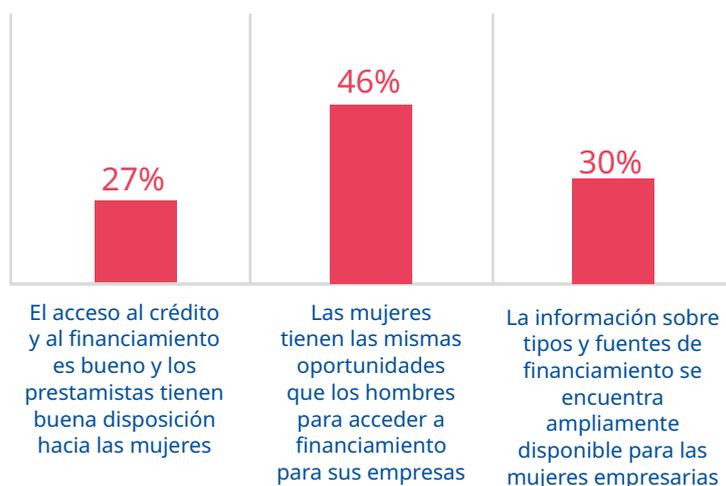
Consistió en un instrumento financiero que incluyó una línea de préstamos y créditos de 50 millones US\$, atendiendo a los criterios de elegibilidad del banco y en las líneas de producto: capital de trabajo, compra de inventario, compra o remodelación de locales e inversión de capital. Los fondos procedentes del bono de género se asignaron fundamentalmente a financiamientos productivos, capital de trabajo y operaciones de leasing en las condiciones comerciales del banco.

A junio de 2021 Banistmo logró colocar la totalidad del bono llegando a 317 empresas propiedad de mujeres, el 56% de ellas de comercio y servicios y un 39% del interior del país, del segmento pyme (Entrevista a agentes clave).

Sin embargo, el desarrollo de estas iniciativas específicas no parecen llegar al público objetivo: las empresarias participantes en los Grupos Focales no han mencionado, de hecho, ninguna iniciativa, política o programa de financiación específicamente dirigida a mujeres.

Gráfico 12. Percepciones sobre la Condición WED 3. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

### CONDICIÓN WED 3. Acceso a servicios financieros y sensibles al género



Fuente: (CONEP, 2022)

## Puntuación WED

La puntuación de esta Condición WED sería, por todo lo señalado, la siguiente:

**Condición marco 3 de WED: Acceso a servicios financieros con perspectiva de género**

**A. Participación de mujeres empresarias en programas de financiamiento genéricos**

1	2	3	4	5
Enfoque pasivo: pocas EPM / mujeres empresarias son clientes.	Se comienza a reconocer el potencial del mercado de mujeres y a implementar capacitación con enfoque de género para los funcionarios de préstamos, pero aún no se llega activamente al mercado de mujeres empresarias con iniciativas promocionales.	Se reconoce el potencial del mercado de mujeres, se implementa capacitación con enfoque de género para los funcionarios de préstamos, y se llega activamente al mercado de mujeres empresarias a través de actividades promocionales.	Se desarrollan esfuerzos activos para llegar al mercado de mujeres empresarias a través de actividades promocionales, y además se desarrollan productos de préstamos y servicios financieros a la medida para mujeres empresarias.	Se desarrollan productos de servicios financieros y de préstamos a la medida para el mercado de mujeres empresarias, y, además, por lo general se establecen objetivos de desempeño sobre la cantidad de préstamos a EPM, se considera que el sistema financiero es amigable con las mujeres, los datos de los clientes son registrados e informados con desglose por sexo.

**B. Programas de financiamiento orientados específicamente a empresas propiedad de mujeres**

1	2	3	4	5
No hay servicios financieros específicamente dirigidos a EMP / mujeres empresarias.	Existe evidencia de algunos programas de préstamos centrados en las mujeres, pero son principalmente para mujeres microempresarias.	Existen programas de crédito dirigidos a EPM de diferentes tamaños y en diferentes etapas de su desarrollo (desde la puesta en marcha hasta la expansión), pero son principalmente accesibles solo en ciertas partes del país (esto es, centros urbanos); no hay evidencia de programas de capital (semilla o de riesgo) centrados en las mujeres.	Los programas de garantía de préstamos dirigidos a EPM complementan programas de crédito dirigidos a EPM / mujeres empresarias en diferentes etapas de su desarrollo (desde la puesta en marcha hasta la expansión), pero son principalmente accesibles para mujeres empresarias en zonas urbanas.	Existen programas tanto de crédito (microfinanciamiento y financiamiento de bancos comerciales) como de capital (semilla y de riesgo) dirigidos a mujeres y accesibles para empresarias en zonas urbanas y rurales, incluyendo soluciones basadas en TIC, tales como el dinero móvil.

**Puntuación:**  
**Subcondición A: 3**  
**Subcondición B: 4**

**Puntuación Promedio:  $(3+4)/2= 3.5$**

## 4.4. CONDICIÓN WED 4.

### Acceso a servicios de apoyo al desarrollo empresarial con perspectiva de género

#### A. Acceso de las mujeres a los servicios de desarrollo empresarial convencionales

“ Las mujeres parecen estar accediendo a los programas de desarrollo empresarial, si bien se aprecia una mayor cobertura en las áreas metropolitanas frente a las rurales. En el país existe un importante conglomerado de servicios, pero requieren de una mayor articulación. ”

Panamá cuenta con una amplia gama de servicios de desarrollo empresarial, concentrados principalmente en el sector mipyme y/o en las primeras fases de la puesta en marcha del negocio.

La entidad de referencia en el ámbito público es también la **AMPYME**, quien promueve diversos programas de capacitación empresarial como son **Mi plan de negocios**<sup>29</sup>, la iniciativa **Servicio de Desarrollo empresarial**<sup>30</sup> o los cursos en línea para emprendedores y emprendedoras.

<sup>29</sup>Es una plataforma digital desarrollada por AMPYME, que ofrece capacitación empresarial fundamentalmente a microempresas en distintas fases (en fase de crecimiento, reinventándose, etc.).

<sup>30</sup>Apoyo económico no reembolsable con el objetivo de financiar proyectos innovadores con alto potencial de crecimiento y que busquen financiamiento a partir de la fase de puesta en marcha y validación de un plan de negocios y prototipo.

Junto a la AMPYME otros organismos públicos prestan servicios empresariales de diversas tipologías. Así, en el capítulo de capacitación empresarial, pueden mencionarse a organismos como el **Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH)**, que ofrece capacitación en gestión empresarial (emprendimiento, liderazgo, etc.); o el Instituto Técnico Superior Especializado (ITSE)<sup>31</sup>, que realiza iniciativas dentro del ámbito educativo a través de la Escuela de Negocios<sup>32</sup>, promoviendo el emprendimiento y las habilidades en gestión y finanzas.

Desde el ámbito universitario cabe destacar los programas desarrollados por la Universidad Tecnológica de Panamá, que fomentan, capacitan, asesoran y difunden el desarrollo de emprendimientos, a través del **Centro de Emprendimiento (UTP Emprende)**<sup>33</sup> y una **Incubadora de Empresas (UTP Incuba)**<sup>34</sup>, y de la **Dirección de Gestión y Transferencia del Conocimiento (DGTC)**, con proyectos innovadores como: el **Proyecto (BUILD)**<sup>35</sup> y el **Proyecto del Sistema de Incubación para el Desarrollo Empresarial (SIDEPE)**<sup>36</sup>.

Dentro del sector cooperativo, el **Instituto Panameño Autónomo Cooperativo (IPACOO)** promueve, educa y fiscaliza las cooperativas, y ha desarrollado varias iniciativas como la **Formación y constitución de cooperativas como modelo de empresa social**<sup>37</sup> y el **Concurso Nacional de Cooperativismo Marta Matamoros**<sup>38</sup> que promueven el cooperativismo y la asociatividad de las personas empresarias.

Por su parte, en el sector agro, el **Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA)** tiene en marcha programas como **Innovación Agropecuaria Sostenible e Incluyente (PIASI)**<sup>39</sup> que busca mejorar la seguridad alimentaria y los ingresos de pequeños y pequeñas agricultoras familiares a través de la innovación y la sostenibilidad.

Para las empresas más consolidadas el **MICI**, por su parte, ha desarrollado el **Programa Nacional de Competitividad Industrial**<sup>40</sup> con el fin de impulsar la productividad. Dentro del

<sup>31</sup>El Instituto Técnico Superior Especializado trabaja para la mejora de la educación profesional y técnica, que sea de calidad, inclusiva y que responda al crecimiento y desarrollo económico.

<sup>32</sup>Desarrolla iniciativas como la primera Feria de Emprendimiento (ITSE Emprende 2021), Concursos de Emprendimiento; y la implementación de la opción de PLAN DE NEGOCIO como opción a trabajos de graduación, en el cual se facilitará una Guía para el desarrollo de su emprendimiento, y un Estudio que podrán presentar ante la banca y/o inversionistas.

<sup>33</sup>El centro facilita diversos servicios de emprendimiento: guía para la validación de su propuesta de valor; asesorías para el desarrollo de PMV y su validación en el mercado; acompañamiento para el desarrollo de Modelos de Negocios; construcción del plan de Inversión; entrenamiento de Pitch Elevador; presentación de propuestas de acceso a capital emprendedor.

<sup>34</sup>Ofrecen servicios de emprendimiento: asesorías con mentores especializados y seminarios temáticos; cubículos itinerantes, salones de reuniones y espacio de coworking Mentas Brillantes; divulgación de sus iniciativas empresariales; apoyo en vínculos con el entorno interno y externo; asesoría para la presentación de propuestas de acceso a capital de aceleración.

<sup>35</sup>Tiene como objetivo contribuir a la creación y consolidación de un sistema de emprendimiento en Instituciones de Educación Superior (IES) de la Región Centroamericana con el fin de fomentar relaciones Universidad-Empresa que apoyen al desarrollo socio-económico sostenible.

<sup>36</sup>Proyecto que busca desarrollar un sistema articulado (Universidad-Empresa-Estado) de incubación sostenible de emprendimiento que favorezca el fomento empresarial, generando riqueza y empleo; incrementando las exportaciones de bienes y servicios nuevos y existentes en Panamá.

<sup>37</sup>Iniciativa orientada a la promoción del modelo cooperativo a través de una bolsa única de oportunidades.

<sup>38</sup>Programa que impulsa y promueve la asociatividad a través de capacitaciones y un fondo no reembolsable, tanto para cooperativas ya consolidadas como para nuevos grupos en proceso.

<sup>39</sup>Los objetivos del programa son aumentar la rentabilidad, la resiliencia ante shocks (de clima, de plagas y enfermedades, de mercado), e incrementar la sostenibilidad ambiental de las fincas agropecuarias. Para alcanzar estos objetivos, el proyecto consta de tres componentes: innovación productiva sostenible; innovación de mercado; y gestión digital de información y procesos.

<sup>40</sup>El Programa Nacional de Competitividad Industrial (PNCI) fue creado en la Ley 25 de 23 de mayo de 2017, está liderado por el Consejo Nacional de Política Industrial, y tiene como finalidad implementar una política nacional de promoción industrial.

programa se han desarrollado proyectos como **Agroindustrias Competitivas**<sup>41</sup> que trabaja a través de servicios de asistencia técnica y capacitación a mipymes.

Desde el sector privado también se están prestando servicios de apoyo al desarrollo empresarial y al emprendimiento. Pueden señalarse programas como el de **APEDE, Programa Recharge**<sup>42</sup>; el proyecto **CEDAI-MYPE**<sup>43</sup> del **Centro Nacional de Competitividad (CNC)**; el programa **Apoya tu Pyme** también del CNC en colaboración con la **Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP)**; o el **Programa de Inversión en startups**<sup>44</sup> de la **Fundación Ciudad del Saber**.

En general, los actores del ecosistema entrevistados valoran que existen muy buenas iniciativas, pero que no se trabaja de manera coordinada, lo cual reduce su impacto. De hecho, aún no se tienen establecidos Centros de Desarrollo Empresarial en los que se presten servicios unificados, al nivel de los que existen en otros países centroamericanos. Por otro lado, se alude a que existe una oferta más amplia enfocada a los emprendimientos incipientes, que a los negocios establecidos (pequeños y medianos) (Entrevistas a informantes clave).

Respecto a la participación de mujeres en los servicios empresariales, apenas se han podido obtener datos de participación desagregados por sexo; **en general hay una falta de data acumulada o de registros que permitan contabilizar resultados por sexo**. De los pocos datos hallados se encuentra, por ejemplo que, según la AMPYME la participación de las mujeres en estos programas es bastante elevada, representando el 64% de las personas beneficiarias de la institución y son las que más se acercan a la entidad solicitando asesoría y capacitación (Entrevistas a informantes clave). En el INADEH la participación de las mujeres participantes en los cursos de Gestión Empresarial llega a superar el 80% del total (INADEH, 2022). Por su parte, de las personas asociadas a IPACOOOP integrantes de cooperativas activas el 52% son mujeres (IPACOOOP, 2021). Dentro del programa **Agroindustrias Competitivas**, el MICI valora que las mujeres son quienes más comentan y participan. *Demuestran un mayor compromiso y entusiasmo por fortalecer sus empresas* (Entrevistas a informantes clave).

Los resultados de la encuesta a mujeres empresarias arrojan también niveles considerables de participación, con más de la mitad de las mujeres que lo han hecho en programas de capacitación empresarial. Mencionan, entre los programas genéricos en los que han participado, sobre todo a los de la AMPYME, así como secundariamente a APEDE o las Cámaras de Comercio (Encuesta a mujeres empresarias).

---

<sup>41</sup>Proyecto del programa Nacional de Competitividad Industrial (PNCI), orientado a potenciar 100 MYPYMEs del país cuya actividad sea agroindustrial; tiene por objeto la aceleración de las empresas y su capacidad productiva a través de servicios de asistencia técnica, capacitación y diseño de planes de negocios y estudios individuales. La formación está establecida en cinco módulos: Innovación y Tecnología, Gestión de Calidad e Inocuidad Alimentaria, Acceso a Mercados, Gestión de Agronegocios y Acceso a Financiamiento. Durante el programa se detectaron y trabajaron, 164 oportunidades de mejora, 78 planes de acción fueron construidos y 40 empresas lograron transformaciones inmediatas durante el proceso.

<sup>42</sup>Es un programa de 6 meses de duración que forma a 100 personas emprendedoras y que realiza un BootCamp, el proceso de apoyo al emprendimiento va acompañado de mentorías y acompañamiento con coaches.

<sup>43</sup>Facilita asesoría y asistencia técnica a las mipyme con el fin de evitar el cierre y mantener puestos de trabajo en las micro y pequeñas empresas orientando la reactivación de su actividad económica (CNC, 2020), en el contexto de la crisis sanitaria del Covid-19.

<sup>44</sup>Programa de apoyo que incluye, acompañamiento, mejora del modelo de negocios, diferenciación y estrategia de escalabilidad, mentorías de la mano de la Red de Mentores de Ciudad del Saber, capital semilla, espacios, comunidad y acceso a oportunidades para el desarrollo de startups.

Las mujeres de los Grupos Focales, por su parte, indican conocer la existencia de programas, pero manifiestan hacer poco uso de los mismos. La valoración sobre los servicios de apoyo empresarial difiere, además, en función de la región. Así, en el ámbito rural la cobertura apunta a ser más limitada, pues pocas mujeres de los Grupos Focales expresan ser conocedoras de estos programas. Por su parte, en el área metropolitana sí perciben que está aumentando progresivamente el apoyo por parte del Gobierno y se detecta un mayor acceso.

Sea como sea, se ha puesto de manifiesto el interés de las mujeres por este tipo de programas.

## B. Los servicios de desarrollo empresarial responden a las necesidades de las mujeres empresarias

“ En general los servicios de desarrollo empresarial no incluyen el enfoque de género, aunque parece estar emergiendo cierto interés por mejorar la prestación de servicios desde esta perspectiva. ”

Aunque se observa un grado considerable de participación de las mujeres en los servicios de desarrollo empresarial, no parece prestarse atención específica a sus necesidades. En general, los programas y servicios no incluyen el enfoque de género (Entrevistas a informantes clave).

No obstante, se observa un **interés creciente entre las entidades del ecosistema empresarial en torno a la pertinencia de adaptarlos a las necesidades de las mujeres**. Prueba de ello es el compromiso asumido por las distintas entidades participantes en la **ENEFEM** de incorporar el enfoque de género en el desarrollo de sus programas.

Así, por ejemplo, la **AMPYME** se ha comprometido a incorporarlo en varios de sus programas, estableciendo cuotas de participación específica para mujeres, incentivando llegar a los

lugares donde haya mujeres para que se apunten o introduciendo un componente de género en los contenidos de la capacitación. En el caso de **IPACCOOP** se ha comprometido a desarrollar actuaciones específicas para las mujeres; realizar jornadas de sensibilización a cooperativas a nivel nacional, incentivar la creación de Comités de Género que trabajen en conjunto con la institución para el desarrollo de programas con enfoque de género; o actualizar las estadísticas sobre mujeres emprendedoras y definiendo los objetivos sociales. Ejemplos similares se encuentran entre otras entidades gubernamentales.

Frente a estos compromisos, el reto ahora se encuentra en trasladarlos a la práctica y que se conviertan en referente para otras organizaciones y programas del país.

### C. Presencia de servicios de desarrollo empresarial centrados en las mujeres

“Existen iniciativas específicas de apoyo al desarrollo empresarial de las mujeres (Canal de Empresarias, INAMU, Voces Vitales...). Estos programas parecen haber tenido cierto alcance entre las mujeres, pero con menor cobertura en el ámbito rural.”

Desde el sector público como privado, se están desarrollando programas de apoyo al desarrollo empresarial específicamente dirigidos a las mujeres.

Dentro del sector público, el **Instituto Nacional de la Mujer (INAMU)** ha impulsado diversos programas de empoderamiento y promoción de la autonomía económica, que incluyen componentes de emprendimiento, como son el **Servicio de Autonomía Económica (SAE)**<sup>45</sup>; el cual se espera sea implantado en los Centros territoriales del INAMU (los CINAMU) o el

<sup>45</sup>Programa enfocado a promover la autonomía económica de las mujeres usuarias de los CINAMU, mediante un proceso atención integral. El proceso transcurre por las siguientes fases: i) Acogida de la usuaria, en la que se identifica el perfil de empleabilidad y de sus necesidades en materia de inserción laboral; ii) Definición de un itinerario de inserción, identificando los elementos del perfil que deben ser reforzados y las rutas por las que debe transitar; iii) Derivación de la usuaria, hacia aquellos servicios disponibles (ya sea internos o externos); iv) Seguimiento individual y colectivo.

**Programa de Empoderamiento y Recursos para la Autonomía Económica (PERLA)**<sup>46</sup>, que en la actualidad se está trasladando a una serie de CINAMUs a modo de experiencias piloto. Enfocado en el componente de emprendimiento, está el programa **Mujer Cambia tu Vida**<sup>47</sup>, en el que también participa el **Ministerio de Desarrollo Laboral (MITRADEL)**, centrado en las mujeres rurales y cabezas de familia de todo el territorio nacional.

El mayor impulso de programas específicos orientado a las mujeres emprendedoras y empresarias ha venido de la mano, no obstante, del sector privado. Canal de Empresarias, el segmento de emprendedoras nacies y el programa IMPULSA, representan iniciativas insignia que cuentan ya con una larga trayectoria.

## Canal de Empresarias

La Fundación Ciudad del Saber, a través de su Centro de Innovación, lanzó el programa Canal de Empresarias en 2012, con el fin de promover un ecosistema favorable al emprendimiento y las pymes lideradas por mujeres.

El programa se basa en la realización de 5 fases por parte de emprendedoras y empresarias de todo el país: (1) El Taller Créate para reforzar sus habilidades personales fortaleciendo su perfil como emprendedoras y empresarias, (2) Taller de Creatividad e Innovación, para brindar herramientas para despertar la creatividad y la innovación, (3) Taller de Emprendimiento y Desarrollo de Negocios, construyendo entre las participantes un modelo de negocio claro y validado en el mercado, (4) Mentorías, con el acompañamiento de especialistas para el desarrollo de sus planes de negocio y (5) Taller de Estrategias de Innovación, Mercadeo y Financiamiento, logrando que los emprendimientos nazcan, crezcan y se reinventen a través de la metodología Lean enfocada en aprovechar las oportunidades de negocio.

<sup>46</sup>Es un programa de capacitación modular (online o presencial), prestado por la red de centros territoriales del INAMU (CINAMU), que está orientado a la definición del proyecto de vida de las mujeres participantes; y a la adquisición de habilidades transversales básicas relativas a los procesos de autonomía económica. El curso, de 24 horas de duración, se estructura en cuatro módulos formativos que cuentan con sus correspondientes actividades prácticas y dinámicas grupales.

<sup>47</sup>Capacitaciones en emprendimiento para adquirir conocimientos y habilidades que contribuyan al impulso del empoderamiento y la autonomía económica de las mujeres rurales y cabezas de familia a nivel nacional.

Además de este itinerario el programa consta de talleres, asesoramiento, acercamiento al mercado, visibilidad de las iniciativas, aceleración y una red de cooperación entre emprendedoras.

El programa se operativiza a través de convocatorias anuales donde se seleccionan las ideas de negocio con mayor potencial. Actualmente ya va por su octava edición (convocatoria abierta en el presente). 2,650 mujeres han sido partícipes del programa en las siete ediciones ya realizadas, generando un total de 537 nuevos empleos (Ciudad Saber, s.f.).

## Programa Impulsa

---

IMPULSA Banistmo es una iniciativa que busca apoyar a las mujeres empresarias mediante los servicios financieros con condiciones especiales (créditos comerciales para las pymes lideradas por mujeres) y espacios de capacitación, no solamente sobre herramientas claves para la gestión de su negocio, sino también para la gestión personal. A través de las capacitaciones han llegado a más de 5,000 mujeres.

También ofrecen alianzas, espacios de networking y Programa de Mentorías donde más de 104 mujeres han participado de espacios personalizados junto a mentoras o mentores voluntarios de Banistmo que las han apoyado en su crecimiento del negocio.

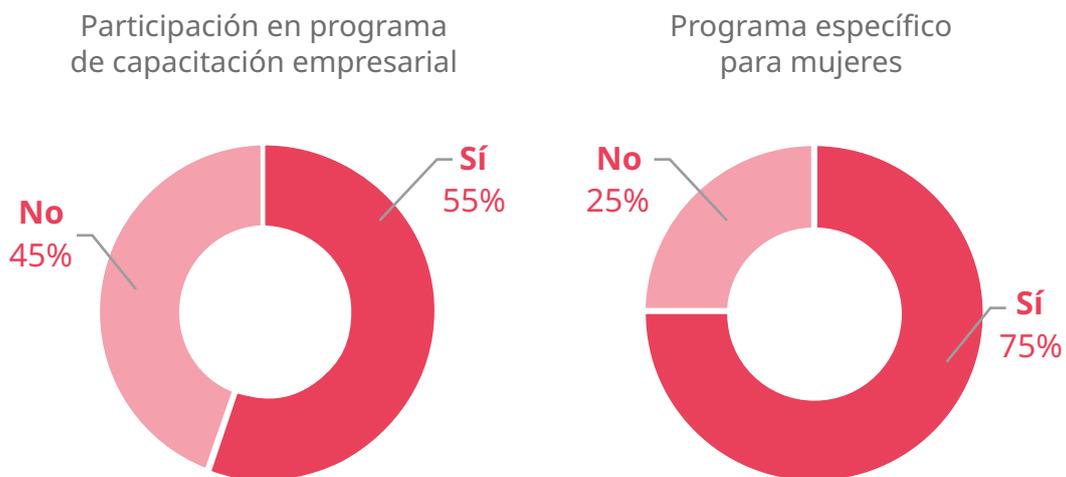
Además de esto, IMPULSA trabaja otros componentes que aseguran la equidad de género no sólo hacia el mercado sino hacia dentro de la organización. Prueba de ello es que la empresa ha sido reconocida con el "Sello de Oro de Igualdad Género en la Empresa" concedido por MITRADEL.

El número total aproximado de mujeres capacitadas por el programa IMPULSA durante el periodo 2018 al 2020 es de 2,300 (Banistmo, 2022).

En este espacio cabe hacer mención a los diversos programas de mentoría desarrollados por Voces Vitales<sup>48</sup>; el **Proyecto de Centro de Apoyo a la Mujer Emprendedora**<sup>49</sup> de la Universidad Tecnológica de Panamá; los programas en el ámbito del turismo y artesanías de REDNOMIPEM<sup>50</sup>; el **Taller para el empoderamiento femenino de empresarias industriales**<sup>51</sup> desarrollados por el MICI; o el Programa Mujer Rural del MIDA<sup>52</sup>.

Estos programas específicos parecen tener cierto reconocimiento entre las mujeres. De hecho, Canal de Empresarias, en primer término, y Voces Vitales, han sido señalados por bastantes mujeres de la encuesta, incluso al mismo nivel que los de la AMPYME. Adicional, de las mujeres que declaran haber participado en un curso de capacitación empresarial, en un 75% de los casos se trataba de uno específico para mujeres (Encuesta a mujeres empresarias). Ahora bien, la cobertura de estos programas apunta a ser limitada en el ámbito rural (Grupos Focales).

Gráfico 13. Participación en programas de capacitación empresarial.  
%. Encuesta a mujeres empresarias, 2022



Fuente: (CONEP, 2022)

<sup>48</sup>Programas de capacitación integral desde la parte emocional hasta conocer las finanzas de su negocio. Se establecen indicadores para ver los avances en el proceso. Terminada la capacitación se les da seguimiento de manera individual y en el negocio, se les asigna una mentora por 4 meses que las va a orientar y asesorar en temas puntuales y en el intermedio se les sigue dando monitoreo y seguimiento hasta completar la toda la fase del programa.

<sup>49</sup>El programa tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las emprendedoras (100) y empresarias (50), desarrollando actividades de formación que estimulen la creación y consolidación de proyectos económicos sostenibles.

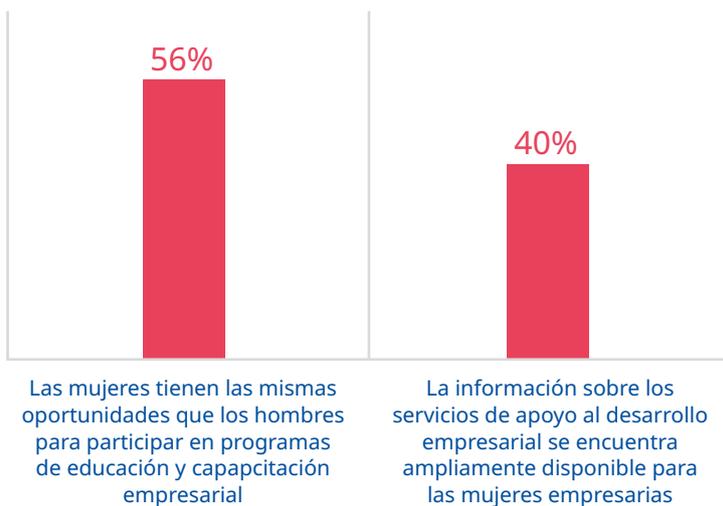
<sup>50</sup>Apoya el sector formal e informal de las Microempresas y emprendimientos para lograr participación y capacidad de gestión a todos los niveles. Brindan asesoría, mentoría y formación empresarial.

<sup>51</sup>Se realizan talleres dirigidos a mujeres empresarias del sector industrial con el propósito de fortalecer sus capacidades de liderazgo y negociación dentro del sector.

<sup>52</sup>Apoya a mujeres rurales a nivel nacional con actividades productivas, para lograr su desarrollo y su efectiva integración al proceso productivo nacional y facilitación de recursos para la creación de oportunidades de crecimiento. El proyecto otorga capacitación financiera a estos grupos de mujeres a fin de que tomen decisiones financieras informadas y responsables que les ayuden a potenciar sus emprendimientos y organizar las finanzas.

Gráfico 14. Percepciones sobre la Condición WED 4. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

### CONDICIÓN WED 4. Acceso a servicios de desarrollo empresarial y sensibles al género



Fuente: (CONEP, 2022)

## Puntuación WED

La puntuación alcanzada en esta Condición WED, de acuerdo lo comentado, es la siguiente:

**Condición marco 4 de WED: Acceso a servicios de apoyo al desarrollo empresarial (ADE) con perspectiva de género**

**A. Acceso de las mujeres a los servicios ADE tradicionales**

1	2	3	4	5
Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE es inferior al 25% de su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como proxy de sus tasas de propiedad empresarial)	Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE es al menos el 25% de su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como proxy de sus tasas de propiedad empresarial).	Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE es al menos el 50% de su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como proxy de sus tasas de propiedad empresarial).	Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE es al menos el 75% de su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como proxy de sus tasas de propiedad empresarial)	Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE está a la par o es mayor que su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como proxy de sus tasas de propiedad empresarial).

**B. Los servicios ADE tradicionales responden a las necesidades de las mujeres empresarias**

1	2	3	4	5
Enfoque pasivo de la mayoría de los proveedores de ADE: pocas mujeres empresarias participan en programas/servicios tradicionales.	Los proveedores de ADE empiezan a ser conscientes de la baja aceptación de los servicios por parte de las mujeres y a preguntarse por las razones de esto.	Existen iniciativas en marcha para incorporar la perspectiva de género en las organizaciones de ADE y crear mayor conciencia entre las mujeres empresarias sobre sus servicios, incluyendo redes de mujeres empresarias y el uso de TIC.	Los proveedores de ADE han modificado los servicios/ofertas de ADE existentes para responder a las necesidades de las mujeres empresarias (por ejemplo, enfoque, programación, uso de asesoras/consejeras/capacitadoras, uso de las TIC para ampliar su alcance) y promueven activamente sus servicios a potenciales mujeres empresarias y EPM existentes.	Los servicios ADE tradicionales son percibidos como amigables con las mujeres; las mujeres empresarias tienen la misma probabilidad que los hombres empresarios de hacer uso de todo tipo de servicios ADE.

**C. Presencia de servicios ADE centrados en las mujeres**

1	2	3	4	5
No existen servicios/ programas ADE dirigidos específicamente a las mujeres en este momento, pero cada vez se reconoce más la necesidad de llegar a las mujeres con un ADE con mayor capacidad de respuesta.	Existen servicios/ programas aislados de ADE dirigidos a mujeres, pero con una oferta limitada de servicios y un alcance muy local.	Existe una serie de programas ADE dirigidos a mujeres, pero se centran en una gama de ofertas limitada (por ejemplo, capacitación en trabajo por cuenta propia para mujeres; ADE para microempresas propiedad de mujeres) y no son accesibles en todo el país.	Existen varios programas ADE centrados en las mujeres; además de satisfacer las necesidades de capacitación y desarrollo de las microempresas, también se orientan a las mujeres en empresas en crecimiento y a la mejora y desarrollo de capacidades de PYME propiedad de mujeres; estos servicios ADE son accesibles para las mujeres en la mayoría de las regiones del país.	Existe un sistema nacional organizado de apoyo empresarial para mujeres empresarias (por ejemplo, un mostrador para mujeres en los organismos gubernamentales de MIPYME; centros empresariales para mujeres o centros de recursos empresariales; programas de capacitación empresarial para mujeres, etc.), incluyendo el acceso de mujeres empresarias a través de las TIC.

**Puntuación:**  
**Subcondición A: 3**  
**Subcondición B: 2**  
**Subcondición C: 3**

**Puntuación Promedio:  $(3+2+3)/3=2.7$**

## 4.5. CONDICIÓN WED 5. Acceso a mercados y tecnología

### A. Promoción de las exportaciones para las mujeres empresarias

“ Las entidades de referencia para el apoyo e impulso de las exportaciones muestran interés en atender al sector de las mipymes de mujeres, y se cuenta con programas específicamente dirigidos a ellas. El grado de exportación por parte de las empresarias resulta, además, ser relativamente alto. ”

Las entidades de referencia en materia de promoción de exportaciones son el MICI y PROPANAMÁ.

El MICI, a través de la Dirección Nacional de Exportaciones, apoya el impulso de las exportaciones entre las mipymes que recién comienzan el proceso. Tiene habilitado el sistema de **Ventanilla Única**<sup>53</sup> y desarrolla diversos programas orientados a promocionar una cultura exportadora, ofreciendo capacitación y asistencia técnica, entre ellos el **Certificado de Fomento para la Agroexportación (CeFA)**<sup>54</sup> y el programa **Panamá Exporta**<sup>55</sup>.

Para las empresas ya consolidadas y con mayor grado de experiencia exportadora, el organismo de referencia es **PROPANAMÁ**, instancia del Gobierno creada para la mejora de las exportaciones y la atracción de inversiones. **PROPANAMÁ** ofrece oportunidades de inversión

<sup>53</sup>La Ventanilla Única es la unidad técnica que tiene como fin centralizar y agilizar los trámites de exportación, mediante la constante interacción y colaboración de diferentes entidades públicas relacionadas con el comercio internacional panameño.

<sup>54</sup>Certificado emitido por el MEF para fomentar la competitividad de las exportaciones agropecuarias, descrito en la Ley Núm. 82. Según el informe del 2020, fue otorgado a 60 empresas panameñas.

<sup>55</sup>El objetivo del programa es apoyar al sector agropecuario, agroindustrial e industrial del país para promover, incrementar y diversificar las exportaciones, mediante la capacitación, asesoría y asistencia técnica; identificación oportunidades; y mediante el uso de la marca país/sello para mostrar los más altos estándares de calidad. Hasta 2021 42 empresas han exportado bajo el sello Panamá Exporta.

y de exportación, atendiendo sectores como artesanías, diseño, moda, servicios e industrias creativas digitales, además de los bienes de exportación tradicionales.

Por su parte, en el sector agro, el MIDA ha desarrollado el programa **PROMAGRO** que otorga préstamos y asistencia financiera directa a través de un **Certificado de Fomento Productivo (CFP) PROMAGRO** para fomentar las exportaciones agropecuarias.

Desde el sector privado también se están brindando servicios genéricos de apoyo a la exportación, como por ejemplo, desde el **Sindicato de Industriales de Panamá (SIP)**, la iniciativa **Sello Panamá Verde**<sup>56</sup> o el **convenio firmado con la UTP** de apoyo a la innovación para la exportación de las empresas industriales<sup>57</sup>. Adicional, la **Asociación Panameña de Exportadores (APEX) y la Universidad Santa María La Antigua** han desarrollado la **Academia de Exportadores**<sup>58</sup>, a través de la cual desarrollan un plan académico para fortalecer el sector exportador panameño, cubriendo las necesidades de capacitación técnica en el sector productivo (La Prensa, 2020).

Aunque existe un gran despliegue de actuaciones orientadas al impulso del sector de las exportaciones en Panamá, se aprecia nuevamente falta de coordinación entre las iniciativas, así como insuficientes programas dirigidos específicamente a las mipymes (CEPAL, 2018).

Desde la perspectiva del tejido productivo de mujeres, los **informes de las entidades señaladas no ofrecen cifras desagregadas por sexo**, por lo que se hace complicado evaluar la presencia de las mujeres en los programas genéricos de apoyo a la exportación. Según la información facilitada por los y las informantes clave, las mujeres participan en mayor o menor medida dependiendo del rubro (por ejemplo, tienen una presencia considerable en el rubro del café). Señalan, por otra parte, que la barrera más común entre las mujeres a la hora de exportar es que no disponen de posibilidades y/o recursos para viajar (Entrevistas a informantes clave).

Adicional, los programas genéricos descritos adolecen de no haber incorporado de manera sistémica la atención a las necesidades concretas de las mujeres, aunque se atiende, al menos, de manera parcial. **PROPANAMÁ**, por ejemplo, contiene una sección en su web orientada a mostrar recursos dirigidos a las mujeres emprendedoras **Mujer Compite**. Cabe destacar, además, el compromiso de **PROPANAMÁ** en la **ENEFem**, traducido en incorporar actuaciones para mujeres en las Ruedas de Negocios y Ferias físicas o virtuales en las que participa la entidad.

Además de este interés reciente por atender a las necesidades de las mujeres en los programas genéricos, existen iniciativas focalizadas en mejorar el grado de exportación de las mujeres empresarias, siendo la más relevante el programa **Mujer EmprendExport**.

---

<sup>56</sup>Iniciativa promovida en colaboración con la OEA, MICI y ANAM, que otorga el sello a aquellas empresas que demuestran una mejora continua con la implementación de buenas prácticas a nivel de sostenibilidad ecológica y de responsabilidad social para poder competir en el mercado internacional con altos estándares.

<sup>57</sup>Promueven programas que apoyan la innovación para la exportación de las empresas industriales, así como capacitación logística de las Normativas y procedimientos aduanales para la exportación e importación.

<sup>58</sup>La formación incluye capacitación en técnicas de investigación de mercadeo y análisis de cliente, marketing digital, empaque y embalaje, financiación internacional y medios de pago, y comercio electrónico; las capacitaciones incluirán visitas a plantas procesadoras

## Mujer EmprendExport

---

Es un programa integral del MICI, implementado con el apoyo del PNUD, que tiene como finalidad impulsar, promover y fortalecer la competitividad de las empresas con potencial de exportación lideradas por mujeres, a través de acciones de asesoría, asistencia técnica, capacitación y promoción.

El programa cuenta con asesoramiento en temáticas de comercialización, ejecución de talleres y capacitaciones grupales de internacionalización; Selección de mercados, fuentes de información, promoción internacional, participación en ruedas y ferias internacionales, barreras comerciales arancelarias y no arancelarias, narrativa comercial, elevator pitch, negociación comercial, etc.; Tutorías individuales (Mentoring) con cada empresa participante para selección de productos con potencial de exportación, selección de mercados, aspectos de comunicación y distribución de sus productos, etc.; Agendas individualizadas con compradores internacionales, mediante la generación de citas de negocios para cada empresa; Actividades colectivas de promoción comercial, procurando la participación de las empresarias en ruedas de negocios organizadas por el MICI; y acciones para la realización de estrategias digitales de comercio electrónico individualizadas como un componente importante para elevar sus ventas tanto a nivel nacional como para impulsar su internacionalización.

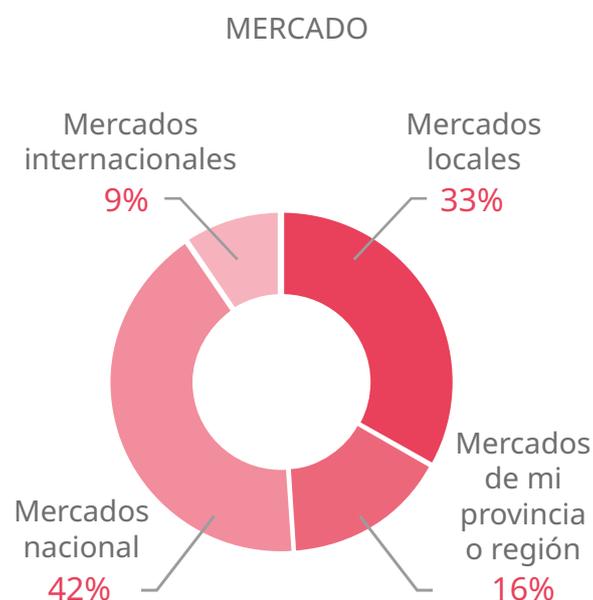
Desde su comienzo se han capacitado alrededor de 500 mujeres emprendedoras en los temas de comercio exterior, internacionalización de la empresa (marca, diseño y patente), asociatividad, registro de propiedad y marketing de exportaciones. El programa está diseñado para mantenerse en el tiempo y ser un proceso continuo de asesoramiento e impulso a empresarias panameñas de distintas partes del país para lograr potenciar su capacidad de exportación.

(Gobierno de Panamá, 2021), (MICI, 2021)

Otras iniciativas específicas de apoyo a la exportación de empresas de mujeres son **Vinculando Empresas de Mujeres Centroamericanas con el Mercado de las Artesanías y la Decoración de Interiores**<sup>59</sup> del **Centro de Comercio Internacional (ITC)**; o la participación del Gobierno de Panamá, desde 2020 en un **Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género de la OMC**, donde suscribió la **Declaración Conjunta sobre Comercio y Empoderamiento Económico de las Mujeres** (MICI, 2021).

A nivel de intensidad exportadora, un 9% de las mujeres encuestadas señala operar en el mercado internacional, un porcentaje relativamente alto comparado con el nivel de exportación alcanzado por otros países en encuestas similares (Encuesta a mujeres empresarias). No obstante, en general, las participantes de los Grupos Focales han manifestado tener dificultades para acceder a los mercados internacionales y han coincidido en que debe promoverse más el acceso de las mipymes a estos servicios; además, no han señalado conocer ningún programa específico dirigido a mujeres. Por otra parte, las mujeres de los sectores rurales indicaban como dificultad para su acceso: los elevados costes de los abogados y los agentes aduaneros, y la alta informalidad de las empresas. También han expresado que les gustaría que se ofreciera formación sobre cómo exportar e importar (Grupos Focales).

Gráfico 15. Mercados en los que operan las empresas.  
%. Encuesta a mujeres empresarias. 2022



Fuente: (CONEP, 2022)

<sup>59</sup>Programa cuyo objetivo es mejorar el desempeño exportador de mujeres empresarias centroamericanas para vender artesanías y atender el mercado de artesanías y decoración de interiores a través del comercio electrónico.

## B. Programas de contratación pública dirigidos específicamente a empresas de mujeres

“ Panamá dispone de un sistema de contratación pública online (Panamacompra) y se han realizado esfuerzos recientes para una mayor integración de las mipymes en él. Sin embargo, no existen programas focalizados orientados a promoverlo entre las mujeres empresarias y se desconoce su grado de acceso a las compras gubernamentales. ”

La contratación pública en Panamá se rige por la **Ley 22 de 27 de Junio de 2006**, basada, entre otros principios, en los de transparencia, economía, responsabilidad, eficacia, eficiencia, publicidad, debido proceso e igualdad de los proponentes. El principio de igualdad de oportunidades o equidad, consagrado en la normativa del resto de países de América Latina y Caribe, no aparece explícitamente recogido en el caso de Panamá (Benavides, J.L et al, 2016).

Con la reciente sanción de la **Ley 153 de 8 de mayo de 2020**, que reforma la Ley 22 de 2006, se inicia un nuevo capítulo en la transformación del sistema incorporando, entre otras cosas, normas especiales orientadas a fortalecer la participación de las empresas nacionales y locales. Al respecto, se estipula que, en las contrataciones menores, tendrá prioridad la adjudicación a las empresas locales, lo que indirectamente podrá estar beneficiando al sector microempresarial del país (y consecuentemente a las mujeres), aunque no se hace mención a ello expresamente.

La entidad encargada de las compras públicas es la **Dirección General de Contrataciones Públicas (DGCP)**. La DGCP administra el **Sistema Electrónico PanamaCompra**, mediante el cual se publican los anuncios de contrataciones públicas y se pueden presentar las ofertas en línea. Actualmente se está trabajando en una versión actualizada del sistema, con nuevas funcionalidades y prestaciones que permitan facilitar la transparencia de las ofertas y los procedimientos de participación.

Adicional, la **DGCP** cuenta con un **Observatorio Digital de Contrataciones Públicas**, en el que se ofrece información acerca de las contrataciones realizadas por años, tipología y territorios.

En el Observatorio se encuentran registrados casi **118,500 empresas proveedoras**, aunque no se ofrece un mayor desglose por tamaño de empresa o según el sexo de las personas propietarias (DGCP, 2022).

En este sentido, se detecta una **escasez de data que permita medir el impacto de las contrataciones públicas** sobre las micropymes, en general, y sobre las empresas de mujeres, en particular, cuestión en la que han recalado los informantes clave entrevistados. Por su parte, entre las empresarias participantes en el estudio, no se ha hecho mención expresa a esta vía de oportunidad.

Tampoco se han detectado iniciativas específicas para mejorar el acceso de las mujeres a las compras públicas. Desde la **DGCP** se han celebrado capacitaciones dirigidas al personal funcionario de las instituciones, para el manejo del sistema de compras y normativa, pero no se han hallado esfuerzos similares dirigidos a potenciales proveedores o al segmento de mujeres empresarias.

### C. Cadenas de suministro y vínculos que integran empresas propiedad de mujeres

“Apenas existe integración de las mipymes en las cadenas de valor y los esfuerzos, en este sentido, se han limitado a sectores como la agroindustria. Las mujeres parecen quedarse al margen de estas oportunidades, dada su sobrerrepresentación en el sector micro, aunque no existe información precisa sobre ello. No se ha detectado ningún programa enfocado en mujeres en esta área.”

A grandes rasgos, como sucede en mayoría de los países de América Latina, el pequeño tejido productivo no se encuentra integrado en la cadena de valor. En opinión de los agentes entrevistados no hay conexión suficiente para hacer un tejido encadenado (Entrevistas a informantes clave). Esta circunstancia viene determinada por la ausencia de empresas de tamaño pequeño y mediano, que son las que presentan un perfil más idóneo para el encadenamiento. La ausencia de ese estrato medio, de un mayor número de pymes más

eficientes, condiciona la existencia de un sistema productivo de baja integración. La concentración de las empresas de mujeres en el segmento de la micro y pequeña, por tanto, repercute en el hecho de que sean sus empresas las que pudieran estar menos integradas, aunque no existen análisis al respecto.

Frente a este escenario, se han promovido algunas iniciativas orientadas a la mejora de la cadena productiva, como ha sido el caso de la agroindustria. Es el caso, por ejemplo, de las **Cadenas Agroalimentarias**, promovidas por el **MIDA** desde el año 2011, como modelo de producción y comercialización para alcanzar mayor competitividad, mediante el cual se han constituido once cadenas agroalimentarias vinculadas a distintos productos. Este modelo, no obstante, sigue enfrentándose a debilidades asociadas a las características del sector productivo<sup>60</sup>. En el desarrollo de estas cadenas se aprecia ausencia de enfoque de género y no se conoce hasta qué punto se encuentran participando las mujeres.

Desde la perspectiva de programas específicos para mujeres, lo cierto es que no se conocen iniciativas. Cabe mencionar, si acaso, los **Núcleos Sectoriales** creados en el marco del proyecto **Canal de Empresarias**, en los rubros de Turismo, Artesanías, Alimentos, Agroindustrias, Tecnología y Textil. Se trata de pequeños grupos de mujeres que han participado en las distintas ediciones del proyecto, que las ayuda a tener una conexión más rápida con su sector y que pretenden generar dinámicas de clúster entre las participantes. Aunque no se dirige específicamente a incorporar a mujeres en las cadenas de valor de estos sectores, lo cierto es que estos núcleos posibilitan la generación de valor añadido hacia mayores oportunidades de integración.

## D. Las TIC y el acceso a la tecnología de las mujeres empresarias

“ La pandemia ha acelerado el uso de las TIC entre las emprendedoras y empresarias, quienes muestran un nivel de integración alto de tecnología, aunque concentrado en el manejo de las redes sociales para la venta. Pese a que son escasos los programas orientados a mejorar la aplicación de las TIC en las empresas, las empresarias muestran un alto grado de participación en este tipo de iniciativas. ”

<sup>60</sup>El pequeño tamaño de las empresas y la falta de iniciativas colectivas; la escasa integración de tecnología en la cadena de producción; la comercialización basada en la venta directa en el lugar de origen; la ausencia de integración de sistemas de calidad y/o gestión medioambiental, etc. (ENRED, 2017).

En el ámbito de las TIC la autoridad pública de referencia es la **Autoridad Nacional para la Innovación Gubernamental (AIG)**, creada en 2009, responsable de coordinar el uso óptimo de las TIC en el sector gubernamental, así como recomendar la adopción de políticas, planes y acciones estratégicas nacionales. En el marco de su **Plan Estratégico** recoge como uno de sus objetivos fomentar el uso de TIC por parte de las mipymes. En la operativa, en realidad sus proyectos se encuentran fundamentalmente orientados a avanzar en la administración electrónica, y no tanto en su extensión sobre la ciudadanía y empresas. El único proyecto que aparece mencionado en su Plan con repercusión directa sobre el sector mipyme es el **Artesano Digital**, un esfuerzo interinstitucional entre el **Ministerio de Cultura (MiCultura)**, el **MICI** y la **AIG** para introducir el comercio electrónico en el sector artesanal, con la disposición de un Marketplace para la venta de productos.

Recientemente se ha firmado una operación con el BID por valor de 60 millones de dólares para impulsar la transformación digital de la gestión y de los servicios públicos en el país que, en materia de talento digital, prevé un programa piloto de plan de carrera TIC, con enfoque de género y diversidad en tres entidades públicas, así como el desarrollo de habilidades TIC centradas en el empoderamiento económico de mujeres indígenas, con potencial de adaptación a otros colectivos.

Existe, por otro lado, la red de **Infoplazas-AIP**, que aglutina a 300 centros comunitarios dirigidos a disminuir la brecha digital, como puntos de apoyo e impulso para la implementación de las TICs para el desarrollo social y económico. Las Infoplazas se encuentran operando en todo el territorio, gran parte de ellas ubicadas en comunidades de difícil acceso. A través de sus centros puede accederse a Internet, a recursos informáticos y digitales, y también realizan capacitaciones en diversas materias, aunque ninguna dirigida a empresas o a mujeres.

Más allá de estos programas no se identifican actuaciones gubernamentales para mejorar la integración de las TIC en el tejido productivo.

Desde el sector privado, por su parte, se encuentran algunas iniciativas, como la alianza firmada entre **Tigo Panamá y la Fundación Ciudad del Saber**, mediante la cual se promueven los programas **Emprendedores en Acción**<sup>61</sup> y **Conectadas**<sup>62</sup>. Entre 2021 y lo que va de 2022, ambos programas han llegado a impactar en casi 7 mil personas (El Capital Financiero, 2022).

La escasez de iniciativas se produce, por otro lado, en un contexto de bajo uso y penetración de Internet, sobre todo en las áreas rurales, y cuyo acceso parece encontrarse más limitado para las mujeres. Así, en Panamá, el 59% de los hombres acceden a Internet frente al 51% de las mujeres. A su vez, solo el 11% de la población tenía acceso a banda ancha a inicios del 2020, el 63% no contaban con una computadora y el 45% nunca habían utilizado Internet (BID, 2020). El menor acceso a los dispositivos y tecnologías de la comunicación y un menor nivel de habilidad tecnológicas ponen en peligro el hecho de que las mujeres puedan beneficiarse del proceso de digitalización, y sitúa a muchas de ellas al margen de las oportunidades de empleo y económicas.

---

<sup>61</sup>Se trata de una plataforma que desarrolla soluciones prácticas y proporciona formación a líderes y lideresas de negocios para que puedan gestionar el desarrollo tecnológico que necesitan dentro de sus mipyme.

<sup>62</sup>Este programa capacita a mujeres en alfabetización digital y emprendimiento para hacer que las oportunidades asociadas al mundo digital sean accesibles para ellas.

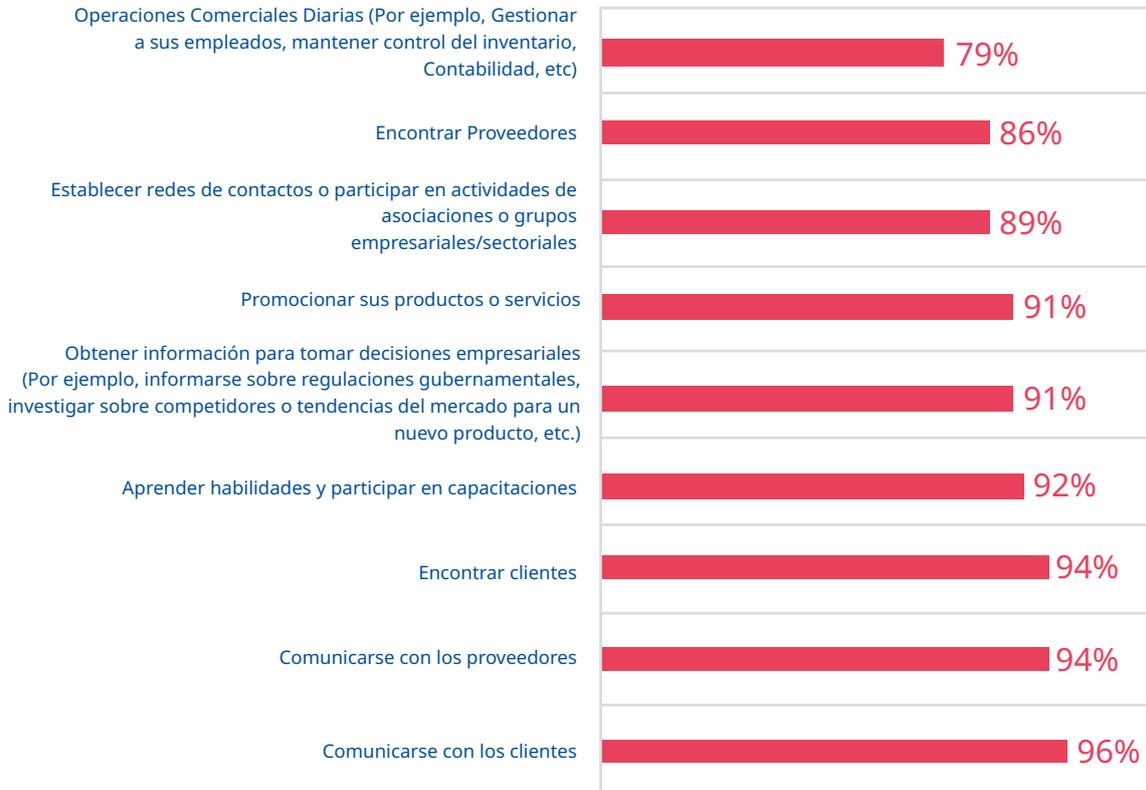
Sobre este asunto, las y los agentes entrevistados señalan que se ha avanzado bastante en el uso de las TIC por parte de las empresarias a raíz de la pandemia. Muchas mujeres han comenzado a comercializar sus productos a través de Internet, si bien han utilizado canales básicos en redes sociales, como WhatsApp o Instagram (Entrevistas a informantes clave). Sostienen, no obstante, que las mujeres presentan mayores dificultades en el uso de la tecnología, por dificultades de acceso a dispositivos, el coste de acceso o el manejo de usos más avanzados (Entrevistas a informantes clave).

Sin embargo, las empresarias de la encuesta han mostrado un alto grado de aplicación de las TIC. Entre el 80-90% aplican las TIC en sus empresas en todos los niveles. Adicional, el 87% tiene presencia en Internet, basada sobre todo en el uso de redes sociales (el 95% de ellas) y un 65% posee página web propia. 7 de cada 10, además, señalan haber participado en un programa para mejorar sus habilidades TIC y tienen una buena valoración sobre sus habilidades en este terreno. Por otra parte, un 65% de ellas opina que las mujeres empresarias tienen la misma oportunidad de acceder a la tecnología que los hombres (Encuesta a mujeres empresarias).

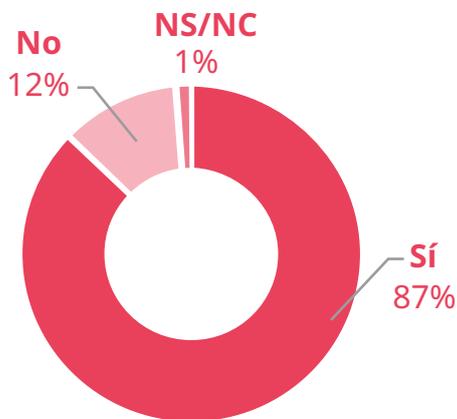
Complementariamente las mujeres participantes en los Grupos Focales reconocen el potencial que suponen para ellas el uso de las TIC, las consideran grandes aliadas y reconocen que gracias a Internet (redes sociales) han podido conectarse, expandirse, crecer y lograr más clientes en general. Se menciona, no obstante, que el uso y manejo de estas herramientas se ha producido, para muchas de ellas, de manera autodidacta. Además, indican que ha surgido la necesidad de soporte, seguimiento y formación TIC en general. Solicitan que se promuevan programas orientados a un mejor uso de las TIC para aumentar su mercado (clientela), a través de una mejora de sus habilidades técnicas en redes sociales (Grupos Focales).

Gráfico 16. Integración de las TIC en la empresa.  
%. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

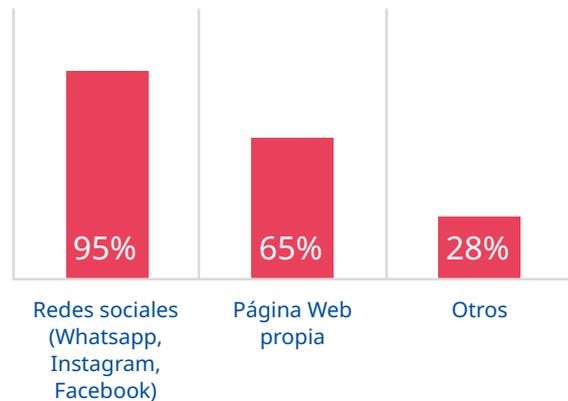
TIC EN LA EMPRESA



Presencia en Internet



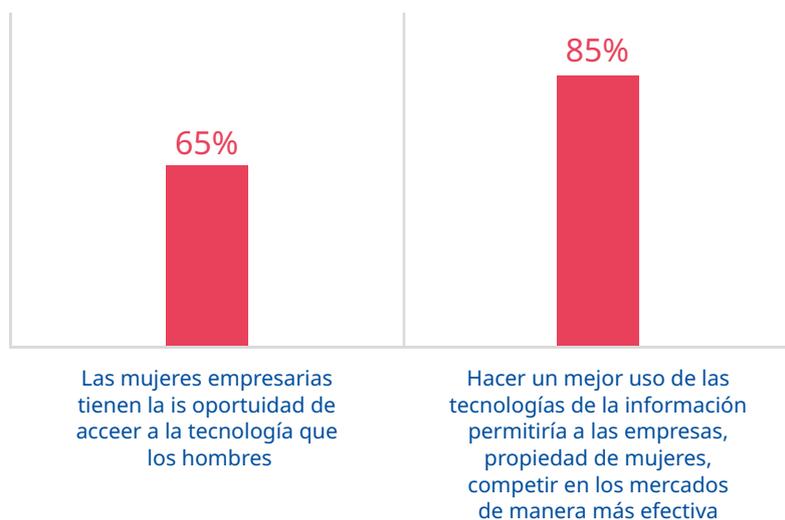
Presencia en Internet



Fuente: (CONEP, 2022)

Gráfico 17. Percepciones sobre la Condición WED 5. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias, 2022

### CONDICIÓN WED 5. Acceso a mercados y tecnologías



Fuente: (CONEP, 2022)

## Puntuación WED

La evaluación de esta Condición WED, de acuerdo a su matriz, alcanzaría la siguiente puntuación:

## Condición marco 5 de WED: Acceso a mercados y tecnología

## A. Promoción de exportaciones para mujeres empresarias

1	2	3	4	5
No existen programas dirigidos a la promoción o desarrollo de exportaciones para EPM, y hay pocas EPM involucradas en actividades de exportación.	Existen algunos esfuerzos limitados para promover oportunidades de exportación para EPM a través de la difusión de información, pero por lo general no están representadas en misiones comerciales patrocinadas por el gobierno o en programas de capacitación para la exportación.	Las organizaciones realizan esfuerzos activos para incluir a las EPM en seminarios y talleres de orientación para la exportación; las EPM participan en grado mínimo en las misiones/ferias comerciales auspiciadas por el gobierno.	Existen esfuerzos concertados para promover oportunidades de exportación para las EPM, los cuales buscan activamente su participación en misiones/ferias comerciales auspiciadas por el gobierno, y esfuerzos iniciales para asegurar que las EPM estén incluidas en los programas de preparación para la exportación y de desarrollo de capacidades para mejorar la calidad de sus productos y sus habilidades de comercialización.	Existe un programa nacional de "promoción de exportaciones para mujeres empresarias" de carácter integral.

## B. Programas de compras gubernamentales dirigidos activamente a las empresas de mujeres

1	2	3	4	5
La información sobre oportunidades de contratación pública se encuentra disponible, pero no hay esfuerzos específicos para garantizar que las EPM estén informadas o para llegar a ellas.	Se realizan esfuerzos especiales para difundir información sobre oportunidades de contratación pública a posibles proveedoras, por ejemplo, a través de redes de mujeres empresarias y mecanismos en línea.	Además de los esfuerzos generales de promoción, se ofrecen a las mujeres empresarias talleres sobre cómo acceder a las oportunidades de contratación pública.	Se realizan talleres de orientación, y además se ofrecen programas para desarrollar la capacidad de las empresas de mujeres a fin de que cumplan con los requisitos para competir por contratos de contratación pública.	Existen programas innovadores de compras gubernamentales dirigidos a mujeres empresarias, por ejemplo, mediante la asignación de un cierto porcentaje del valor de los contratos de compra a las empresas propiedad de mujeres.

**C. Cadenas de suministro y vínculos que integran las empresas propiedad de mujeres**

1	2	3	4	5
No existen iniciativas de la cadena de suministro que busquen específicamente la integración de las EPM.	Existen algunas iniciativas para integrar las EPM en las cadenas de suministro, pero por lo general no se informa a las mujeres sobre ellas ni se les destinan iniciativas para el desarrollo de capacidades.	Se están realizando esfuerzos promocionales para crear conciencia sobre las oportunidades de la cadena de suministro para las EPM, y se han iniciado / están en marcha actividades para desarrollar su capacidad de convertirse en proveedoras de la cadena de suministro.	Existen unos cuantos buenos programas de cadena de suministro / vínculos dirigidos a las empresas propiedad de mujeres, pero están limitados a uno o dos sectores y/o una o dos regiones.	Se están implementando iniciativas relativas a las cadenas de suministro para EPM en muchos sectores en los que las EPM son dominantes, y en diferentes partes del país.

**D. Acceso de las mujeres empresarias a la tecnología y las TIC**

1	2	3	4	5
En general, las EPM operan con tecnología rudimentaria, con un uso limitado de las TIC para el desarrollo empresarial, y no se están haciendo esfuerzos para mejorar sus conocimientos y habilidades relacionados.	Se están realizando esfuerzos iniciales para mejorar la competencia digital de las mujeres empresarias a través de la capacitación, y para proporcionarles asesoramiento y consejería sobre cómo actualizar su uso de la tecnología.	Existen iniciativas para acercar a las mujeres empresarias a las innovaciones tecnológicas y a las oportunidades para el desarrollo de negocios en sectores con base tecnológica (por ejemplo, TIC, tecnologías biomédicas, medioambientales y renovables).	Existen iniciativas orientadas a la inclusión de las EPM en programas de modernización y actualización tecnológica y en programas centrados en la integración de soluciones con presencia de TIC (por ejemplo, sistemas de información gerencial, comercialización en línea, comercio electrónico, etc.); se encuentra disponible acceso al financiamiento para ayudarlas a modernizar sus operaciones en estas áreas y para buscar innovaciones tecnológicas.	Existen subvenciones del gobierno disponibles para que las EPM puedan sufragar el costo de invertir en tecnologías nuevas y actualizadas; las EPM están haciendo uso de las TIC en muchas de sus operaciones comerciales; se alienta y apoya activamente a las mujeres empresarias para que inicien negocios en sectores de alta tecnología e innovación en la economía, incluido el sector de las TIC.

**Puntuación:**  
**Subcondición A: 4**  
**Subcondición B: 1**  
**Subcondición C: 2**  
**Subcondición D: 2**

**Puntuación Promedio:  $(4+1+2+2)/4=2.3$**

## 4.6. CONDICIÓN WED 6.

# Representación de mujeres empresarias y participación en diálogo político

### A. Representación y "voz" de las mujeres en las asociaciones empresariales

“ Se aprecian indicios de una mayor participación de las mujeres en el movimiento asociativo empresarial, incluso algunas se encuentran liderando estas organizaciones, aunque aún no se alcanzan cotas paritarias. ”

Existe, al respecto, una percepción generalizada entre los distintos agentes entrevistados y las propias mujeres empresarias que ha habido importantes avances en materia de participación y liderazgo, pero que queda espacio para la mejora (Entrevistas a informantes clave).

Organizaciones tan representativas como la Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE) cuenta con una Junta Directiva paritaria, y su Presidencia se encuentra en manos de una mujer. La Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Panamá (CIAPP) recientemente ha nombrado también a una mujer como Presidenta de la Junta Directiva, aunque solo el 18% de quienes la componen son mujeres. En la Cámara de Comercio de Chiriquí ese porcentaje

es del 36%. En la cúpula empresarial, CoNEP, las mujeres son el 28% en las Juntas Directivas de los gremios y el 38% en las distintas instancias de la organización (Entrevistas a informantes clave). Importante aclarar que CoNEP ha tenido cuatro Presidentes mujeres, la primera en 1998. Las organizaciones mencionadas son algunas de las más representativas del país.

Se afirma, en este sentido, que las mujeres participan, pero no terminan de liderar (Entrevistas a informantes clave).

Los datos de la encuesta a mujeres empresarias relevan, por su parte, que un 36% es miembro de alguna asociación gremial y un 24% de una industrial, lo que resulta un resultado relativamente positivo (Encuesta a mujeres empresarias). Pero, dentro de estas asociaciones, no todas las mujeres están representadas por igual. De hecho, en los Grupos Focales se aprecia una mayor participación entre las mujeres de las zonas metropolitanas (Panamá, Panamá Oeste y Colon) y de la Región Occidental (Chiriquí); que entre las de la Región Oriental, Provincias Centrales y Comarcas Indígenas (Grupos Focales).

Problemas estructurales como la falta de tiempo de las mujeres, las responsabilidades del cuidado o el sesgo machista todavía presente en estas organizaciones, son las razones más aludidas entre los distintos actores entrevistados sobre la inferior participación de las mujeres en el movimiento asociativo empresarial (Entrevistas a informantes clave) (Grupos Focales).

## B. Presencia de mujeres empresarias en asociaciones y redes

“ En Panamá apenas existen asociaciones representativas de los intereses de las mujeres empresarias. En el ámbito rural se da cierto grado de asociacionismo a través del movimiento cooperativista. ”

La asociación de mujeres de ámbito económico que cuenta con un mayor reconocimiento a nivel de interlocución institucional y participación en espacios clave es la **Asociación de Directoras de Panamá (ADP)** que, en realidad, no está conformada por empresarias sino por directivas de empresas. Uno de los objetivos fundamentales de la ADP es mostrar el directorio de mujeres preparadas y capacitadas para formar parte de las Juntas Directivas de las empresas, en cumplimiento de la Ley 56 de 2017, sobre la que se encarga de hacer, asimismo, un informe de monitoreo anual.

Otra organización con trayectoria en el país es **Voces Vitales**, que actualmente cuenta con doce empresarias en su Junta Directiva. La labor de **Voces Vitales** se encuentra, sin embargo, más enfocada a proporcionar ayuda y mentoría a mujeres emprendedoras y empresarias, que a la incidencia política o defensa de los intereses de estas mujeres.

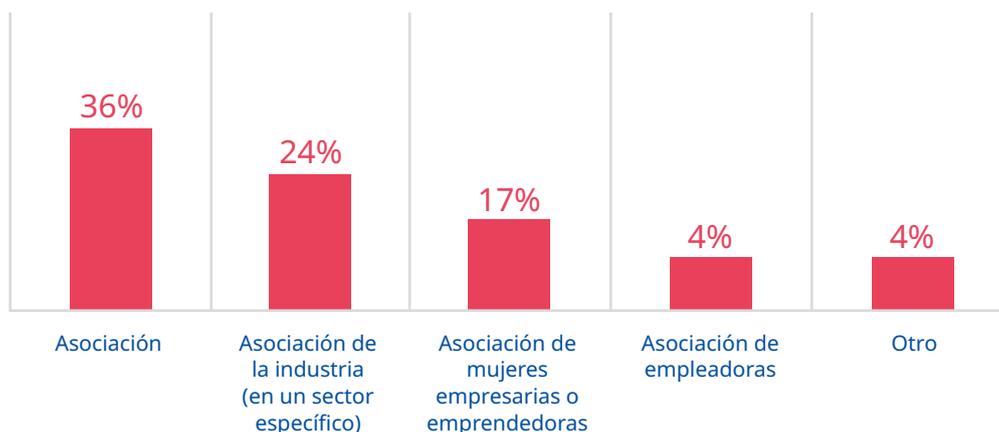
Al margen de las citadas, existen algunas organizaciones de mujeres empresarias, pero que cuya representación es limitada y cuyo trabajo se circunscribe, básicamente, a obra social y apoyo a grupos de personas vulnerables.

Dentro del espacio rural se mencionan, por parte de los especialistas entrevistados y las mujeres participantes en los Grupos Focales, cierto nivel de asociación de las mujeres en **cooperativas rurales, artesanas y productoras**.

En general todas las mujeres empresarias participantes de los Grupos Focales han coincidido en que las asociaciones y redes de mujeres son necesarias y fundamentales para el crecimiento de la zona y región. Sin embargo, solo un 17% de las encuestadas participa en alguna asociación de este tipo (Encuesta a mujeres empresarias).

Gráfico 18. Participación en organizaciones empresariales.  
%. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

## MIEMBRO DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES



## C. Participación de mujeres empresarias en el diálogo de políticas del sector público-privado e influencia en los resultados

“ Desde hace unos años se viene promoviendo la incidencia política en igualdad de género en materia de emprendimiento y empresarialidad, a través de diversas instancias. Se ha alcanzado influencia al respecto, aunque falta camino por recorrer. ”

La expresión más clara de esa incidencia política fue la ya señalada entrega al Gobierno, en 2017, de las **Recomendaciones para una Política de Impulso a la Empresarialidad Femenina en Panamá**, elaborada por la Red Emprende Igualdad y coordinada por la Fundación Ciudad del Saber, las cuales fueron consideradas en la **Política Nacional de Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME)**.

Formalmente, además, el Instituto Nacional de la Mujeres (INAMU) se encuentra representado en el Consejo Nacional de Emprendimiento. Se espera, además, que los compromisos asumidos por la **ENEFem** puedan ser articulados y coordinados a través de dicho Consejo.

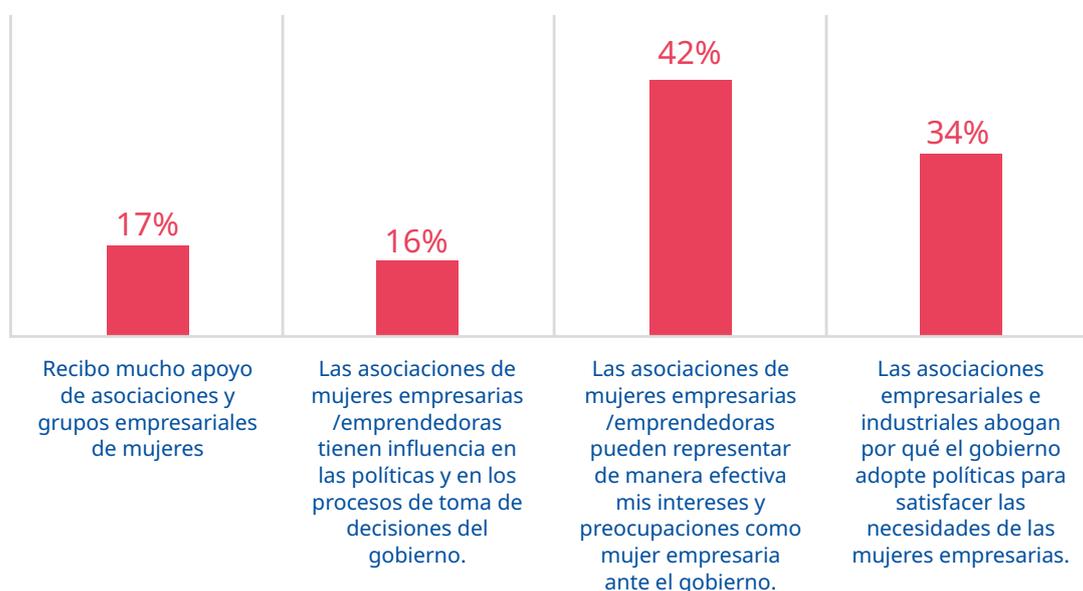
Desde el sector privado existe también un interés creciente por incorporar las cuestiones de género en sus agendas de trabajo, aunque se señala que esa conciencia de género es dispar, dependiendo del gremio en cuestión.

**APEDE**, por ejemplo, ha trabajado en incorporar el enfoque de género en la Visión País 2050, el documento en el que se define la posición del sector privado respecto a los retos y objetivos económicos, sociales y de empleo que debe afrontar el país en los próximos años. Además, promueve actividades para visibilizar el papel y aporte de las mujeres en la economía, como el **Foro Mujer Ejecutiva**, plataforma para analizar los avances en la equidad de género y la importancia de la mujer para alcanzar el desarrollo sostenible del país. **CoNEP**, desde hace tiempo, viene promoviendo actuaciones de sensibilización y levantamiento de información en materia de género, como son los estudios **La Mujer en la Gestión Empresarial: Cobrando Impulso Panamá y Prácticas Empresariales para Promover la Paridad de Género en**

**Panamá** (incluido el desarrollo de una herramienta de autodiagnóstico de género) así como el presente informe. Ambas organizaciones participan como aliados activos de la **Iniciativa de Paridad de Género**.

Gráfico 19. Percepciones sobre la Condición WED 6. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

### CONDICIÓN WED 6. Representación de mujeres empresarias y participación en el diálogo social



Fuente: (CONEP, 2022)

## Puntuación WED

La puntuación WED alcanzada para esta última condición sería, por tanto, la siguiente:

Condición marco 6 de WED: Representación de mujeres empresarias y participación en el diálogo sobre políticas e influencia en los resultados				
A. Representación y "voz" de las mujeres en asociaciones empresariales/sectoriales de membresía				
1	2	3	4	5
Las mujeres empresarias/emprendedoras representan menos del 5% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales.	Las mujeres empresarias/emprendedoras constituyen al menos el 15% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales.	Las mujeres empresarias/emprendedoras constituyen al menos el 20% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales.	Las mujeres empresarias/emprendedoras constituyen al menos el 30% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales.	Las mujeres empresarias/emprendedoras representan más del 30% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales.
B. Presencia de asociaciones y redes de mujeres empresarias				
1	2	3	4	5
No existen asociaciones de mujeres empresarias o emprendedoras.	Existen solo unas cuantas de estas asociaciones, ubicadas principalmente en centros urbanos y con un número reducido de miembros.	Además de en zonas urbanas, se han formado tales asociaciones en algunas regiones rurales del país, pero la base de miembros es muy limitada.	Existen varias asociaciones de este tipo en las regiones urbanas y rurales, pero tendrían que desarrollar capacidades para ampliar el alcance de su membresía y asumir una función de promoción.	Existen asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras en zonas urbanas, así como en la mayoría de las regiones rurales, y representan a un gran número de mujeres empresarias como miembros; se han integrado en una federación nacional de tales asociaciones.

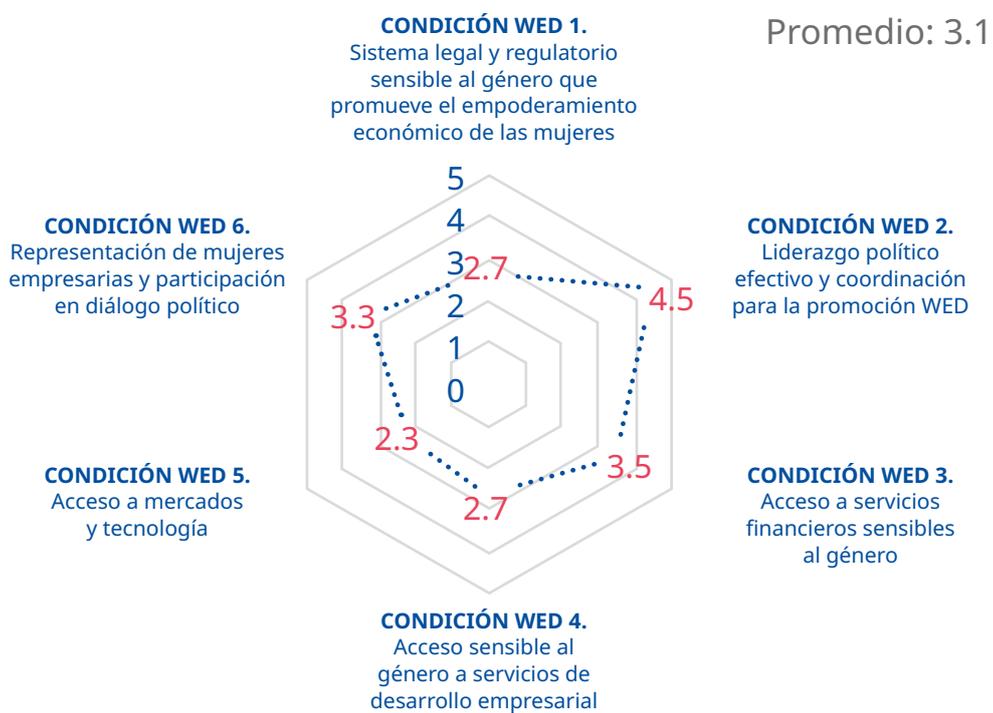
**C. Participación de mujeres empresarias en el diálogo sobre políticas entre los sectores público y privado e influencia en los resultados**

1	2	3	4	5
Los mecanismos de diálogo público-privado sobre políticas no están bien desarrollados en el país; las asociaciones y grupos de mujeres rara vez son incluidos.	Las asociaciones empresariales tradicionales no representan de manera adecuada las opiniones y preocupaciones de sus mujeres miembros y rara vez introducen problemas que afectan al WED en el diálogo de políticas con el gobierno; la "voz" de las empresarias/emprendedoras es muy débil	Las asociaciones empresariales tradicionales han comenzado a reconocer la importancia de integrar mejor los puntos de vista de las mujeres en sus prioridades de promoción de políticas y las asociaciones de mujeres empresarias están desarrollando sus habilidades y capacidades de promoción, pero estos esfuerzos aún no han conducido a grandes avances en influenciar la agenda política del gobierno.	Las asociaciones empresariales tradicionales plantean habitualmente temas de interés para sus mujeres miembros en el diálogo sobre políticas con el gobierno; las asociaciones de mujeres empresarias tienen la capacidad de desempeñar un importante papel de promoción de los intereses y preocupaciones de las EPM y reciben aportes para documentos de políticas que están en espera de aprobación; las EPM son incluidas como miembros de grupos de trabajo y comités asesores del gobierno sobre reformas del entorno empresarial.	Existe una serie de ejemplos concretos en los que la participación de mujeres empresarias/emprendedoras en procesos de diálogo público-privados ha conducido a resultados concretos en términos de mejorar el entorno para WED (por ejemplo, cambios en el Derecho de Familia, creación de mostradores especiales para mujeres en instituciones financieras, cambios en la Ley de propiedad, etc.)

**Puntuación:****Subcondición A: 4****Subcondición B: 3****Subcondición C: 3****Puntuación Promedio:  $(4+3+3)/3=3.3$**

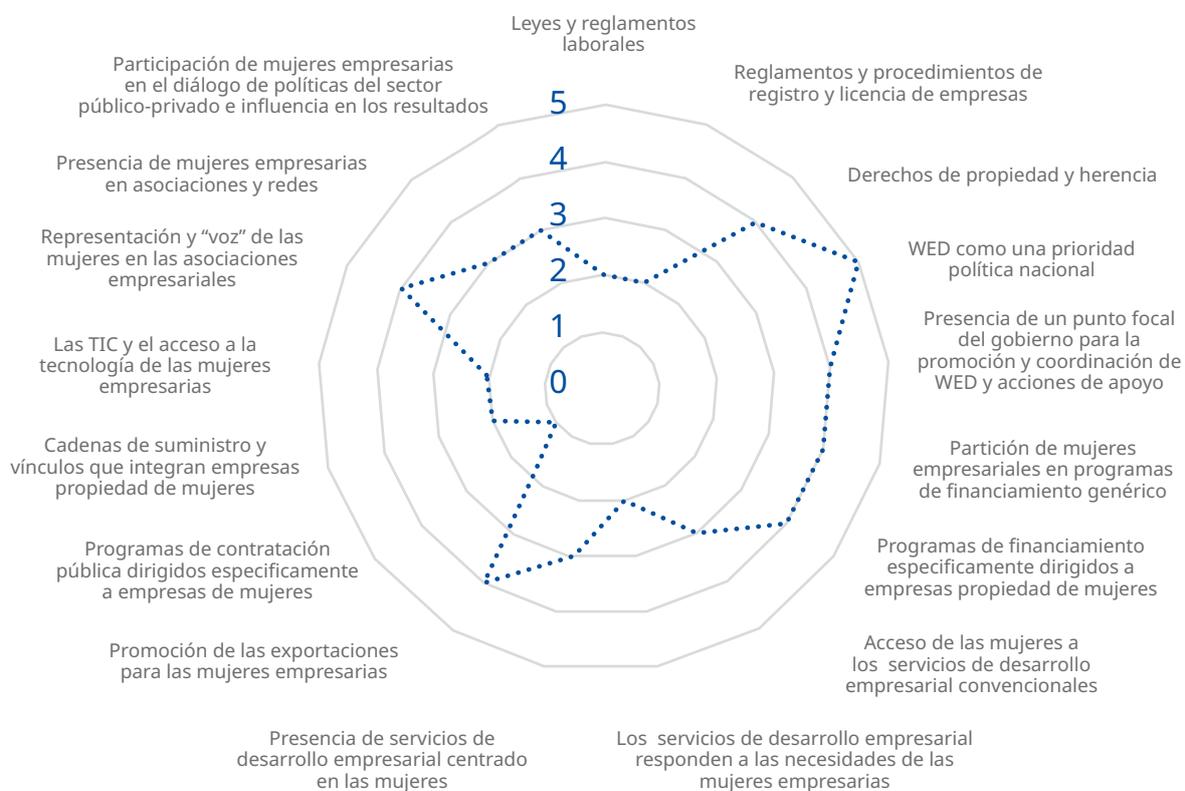
## 4.7. RESUMEN DE PUNTUACIONES WED

Gráfico 20. Puntuación de las condiciones WED (sobre 5). Panamá, 2022



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 21. Puntuación de las subcondiciones WED (sobre 5). Panamá, 2022



Fuente: Elaboración propia

# Conclusiones y Propuestas

5

De los hallazgos obtenidos a lo largo del informe puede concluirse que, en Panamá, existe un clima propicio para el avance del desarrollo empresarial de las mujeres, formando parte de la estrategias del Gobierno y siendo un tema de interés entre los agentes privados. Ahora bien, se necesita pasar de los principios a los hechos, de lo formal a lo operativo, para cumplir con los compromisos adquiridos. **La Estrategia de Emprendimiento Femenino (ENEFem)**, coordinada por la AMPYME, representa el espacio en el que se han concentrado los compromisos y los principales agentes del ecosistema interesados en fomentar el desarrollo empresarial de las mujeres, pero la misma debe ahora plasmarse en un plan de acción, con recursos y con la implementación de sistemas adecuados para la Gobernanza.

Asimismo, existen numerosas iniciativas puestas en marcha, en materia de financiamiento, capacitación, asesoramiento, exportación..., muchas de ellas específicamente dirigidas al segmento de empresarias, y que parecen estar llegando a su público objetivo. No obstante, esa cobertura se revela más reducida en los entornos rurales y en las Comarcas indígenas, requiriendo un esfuerzo por descentralizar los programas y llevarlos a los territorios más alejados de los grandes núcleos urbanos. Por otro lado, se insiste en la necesidad de articulación, de una mejor coordinación para alcanzar mayor impacto y valor añadido donde, nuevamente, la ENEFem tendría un papel relevante que jugar. También alcanzar el segmento de la mipymes que ya llevan un camino andado y que precisan asesoramiento y apoyo posterior a la puesta en marcha.

Las condiciones marco que han presentado una mayor debilidad se refieren, sobre todo, al área de las compras públicas y en las cadenas de valor, donde las mujeres no parecen estar participando, siendo áreas en las que, además, no se han identificado iniciativas dirigidas a paliar este déficit. El fortalecimiento de la asociatividad empresarial de las mujeres continúa siendo, también, una asignatura pendiente, con la creación de una entidad de referencia para las emprendedoras y empresarias del país donde pueden ver reflejados sus intereses específicos de cara una verdadera incidencia política y construcción de masa crítica. La mejora de los procedimientos de registro, particularmente mediante la habilitación de ventanillas únicas online, o la rebaja de la carga administrativa a las empresas una vez instaladas, son otros aspectos que precisarían ser perfeccionados.

**Se aprecia, por otro lado, una importante distancia entre las Condiciones marco existentes y la valoración que realizan las mujeres sobre cómo el entorno empresarial las apoya.** La puntuación obtenida del conjunto de Condiciones WED resulta ser de las más elevadas de los países centroamericanos en los que se ha aplicado la misma metodología<sup>63</sup>, y no en vano Panamá muestra suficientes ventajas comparativas en muchas de ellas. Sin embargo, sorprende comprobar cómo, desde el punto de vista de las propias interesadas, la valoración global que realizan de las Condiciones WED ha sido de las más negativas, con tan solo un 24% de las encuestadas que considera que el entorno empresarial es muy favorable para las mujeres empresarias<sup>64</sup>. Eso delata que, de alguna manera, los esfuerzos realizados no están siendo valorados por las propias emprendedoras y empresarias, lo que precisaría de un análisis más profundo para discernir los motivos

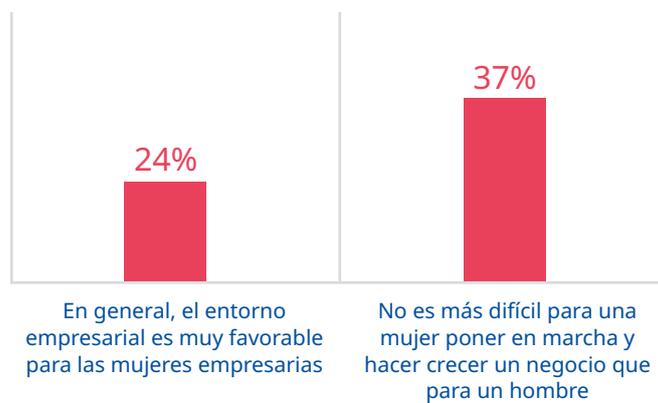
<sup>63</sup>La puntuación promedio obtenida en Costa Rica en 2018 fue de 2.7; la de Nicaragua en 2021 del 2.3; y la de Honduras también para 2020 de 2.6.

<sup>64</sup>El porcentaje de mujeres que declararon estar de acuerdo con que el entorno empresarial es muy favorable para las mujeres empresarias fue del 40% en Honduras y Costa Rica, aunque solo del 10% en Nicaragua.

exactos de tal valoración, no asociados a problemas de cobertura o participación (a excepción del entorno rural) u otras casuísticas que puedan desprenderse del análisis realizado para este informe.

Gráfico 22. Valoración global WED %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Encuesta a mujeres empresarias. 2022

### VALORACIÓN GLOBAL



Fuente: (CONEP, 2022)

“ En términos generales puede concluirse que Panamá posee unas condiciones marco WED adecuadas, de momento más aún en el plano formal que en el operativo, pero que deben canalizarse de manera más afectiva hacia las mujeres. Todo ello, además, en un contexto de crecimiento del emprendimiento y empresarialidad de las mujeres, que debería ser aprovechado como fuerza en movimiento en el país. ”

Conforme a lo expresado, las propuestas asociadas a cada una de las Condiciones WED serían, entonces, las siguientes:

## 5.1. CONDICIÓN WED 1. Sistema legal y regulatorio sensible al género que promueve el empoderamiento económico de las mujeres

### Propuestas

- Avanzar en la agenda de reformas legislativas que eliminen la discriminación de género en el ámbito económico y laboral<sup>65</sup>.
- Intensificar la labor de fiscalización y cumplimiento de las Leyes.
- Proseguir con los esfuerzos en materia de simplificación de trámites administrativos, mediante el lanzamiento de la Ventanilla Única que sea fácilmente accesible en todas las zonas del país.
- Reducir la carga administrativa una vez instaladas las empresas.
- Difundir, capacitar y asesorar a las emprendedoras y empresarias en los sistemas de registro y procedimientos empresariales.
- Incorporar el tema del cuidado como factor estructural a resolver para impulsar la empresarialidad de las mujeres.

<sup>65</sup>Ratificación de los Convenios de la OIT 156 y 190; ampliación de la igualdad salarial al principio de igual salario por trabajo de valor equivalente de acuerdo al convenio de la OIT 100; aplicación de la licencia de paternidad; asunción del coste total de las licencias parentales por parte del Seguro Social.

## 5.2. CONDICIÓN WED 2.

# Liderazgo político efectivo y coordinación para la promoción de WED

### Propuestas

- Evaluar el impacto, incluido de género, de la Política Nacional de Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Mipyme), cuya vigencia finaliza en 2022.
- Establecer las condiciones para la efectiva aplicación de la ENEFem: i) implantar el sistema de Gobernanza previsto en la Estrategia (como son la Mesa Nacional de Emprendimiento Femenino, Grupos de Trabajo de naturaleza temática y la constitución de un Comité Técnico); ii) establecer los mecanismos y herramientas de monitoreo, incluidos los indicadores de realización, resultados e impactos de la estrategia, etc.; iii) integrar como parte de la visión, misión y objetivos de la AMPYME el impulso de la ENEFem; iv) designar en la AMPYME los recursos y equipos internos destinados a acometer el trabajo de impulso y coordinación de la ENEFem.
- Comunicar y sociabilizar las estrategias y prioridades del Gobierno en materia de emprendimiento y empresarialidad femenina sobre las mujeres potencialmente beneficiarias.
- Difundir y dar a conocer el mapeo programas e iniciativas existentes para el desarrollo empresarial de las mujeres realizado en el marco de la ENEFem.
- Lograr que los recursos lleguen eficazmente a las empresarias con una comunicación amplia y ayuda técnica para aplicar a estos recursos con tiempo.

## 5.3. CONDICIÓN WED 3.

# Acceso a servicios financieros sensibles al género

### Propuestas

- Mejorar los sistemas de financiación para el segmento de empresas que se encuentra entre la microempresa naciente y la mediana empresa consolidada.
- Dar mayor difusión a los programas de financiación (genéricos y específicos) entre las mujeres, particularmente en el interior del país.
- Informar y capacitar a las mujeres sobre las ventajas de la Ley de Garantías Mobiliarias y el Sistema de Fondos de Garantía Recíproca.
- Apoyar y coordinar para hacer efectivos los compromisos asumidos por las entidades financieras en el marco de la ENEFem.
- Establecer líneas de ayudas gubernamentales para las mujeres.
- Reforzar la educación financiera de las mujeres emprendedoras que están iniciando.
- Incentivar criterios con enfoque de género para servicios financieros desde la Superintendencia Bancaria y Asociación Bancaria de Panamá para generar instrumentos y mecanismos de inclusión financiera de las mujeres.
- Asegurar que entidades financieras que reciben fondos para financiamientos de programas orientados a mujeres los ejecuten de acuerdo a los parámetros y propósitos para los cuales fueron creados.

## 5.4. CONDICIÓN WED 4.

# Acceso a servicios de apoyo al desarrollo empresarial (ADE) con perspectiva de género

### Propuestas

- Apoyar los compromisos asumidos en la ENEFEm para integrar el enfoque de género de los servicios de desarrollo empresarial.
- Sensibilizar y capacitar a los agentes del ecosistema empresarial en la atención especializada y adaptación de los servicios a las necesidades concretas de las mujeres emprendedoras y empresarias.
- Aumentar la cobertura y difusión de los servicios de desarrollo empresarial focalizados en las mujeres, particularmente en el entorno rural.
- Lograr una mayor articulación entre los servicios.
- Mejorar los sistemas de monitoreo y evaluación de los servicios de desarrollo empresarial desde el enfoque de género.

## 5.5. CONDICIÓN WED 5.

# Acceso a mercados y tecnología

### Propuestas

- Incrementar la cobertura y extender la información sobre los programas de exportación existentes entre las mujeres empresarias.
- Analizar el grado de acceso de las empresas propiedad de mujeres al sistema de compras públicas.
- Incorporar canales de información y capacitación sobre los sistemas de acceso a los contratos públicos en cualquier actuación orientada a las empresarias.
- Introducir criterios de género preferenciales en la adjudicación de compras públicas (similares a los introducidos en la Ley 22 de 2006 con relación a las empresas locales, donde se dice que, en las contrataciones menores, tendrá prioridad la adjudicación a este tipo de empresas).
- Promover los encadenamientos productivos de mujeres en sectores en los que poseen una mayor presencia (Ej.: turismo, comercio, artesanía...), aprovechando las sinergias creadas en los Núcleos sectoriales del proyecto Canal de Empresarias.
- Establecer programas para la integración de las TIC en todas las áreas de negocio de las mipymes, garantizando la participación de emprendedoras y empresarias en ellos.
- Promover la innovación en los emprendimientos con integración a TICS para acceso a fondos/grants para empresas propiedad de mujeres.

## 5.6. CONDICIÓN WED 6.

# Representación de mujeres empresarias y participación en diálogo político

### Propuestas

- Incrementar la presencia de mujeres en los puestos de liderazgo en las asociaciones y gremios empresariales.
- Establecer Comités de Género y agendas de género (con objetivos y metas concretas), entre las principales asociaciones gremiales del país.
- Garantizar que incluyan el enfoque de género de manera transversal los planes estratégicos de visión país de reactivación económica que se realicen, en todos sus niveles, desde la autoridades, el sector empresarial (gremios empresariales ) y otros actores, y en las políticas y propuestas que realicen.
- Trasladar, desde los entes gremiales, las necesidades específicas de las emprendedoras y empresarias del país al diálogo político con el Gobierno.
- Apoyar la generación de un movimiento asociativo de mujeres empresarias dirigido a visibilizar las necesidades y hacer valer los derechos en las distintas mesas de toma de decisiones, incluyendo en ellas la voz de las mujeres con menor posibilidad de acceso o visibilización a este tipo de plataformas.

# Bibliografía

# Bibliografía

- **ADP. (2021).** Estudio del Cumplimiento de la Ley 56 de 2017, con cifras a noviembre de 2021.
- **AMPYME. (2021).** Estadísticas sobre registros empresariales 2020. Panamá: Informe no publicado.
- **AMPYME. (2021a).** Estadísticas sobre registros empresariales. 2020. Informe no publicado.
- **AMPYME. (2021b).** ESTRATEGIA NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO (ENEFem).
- **Astudillo, J. et al. (2021).** Hacia el desarrollo y la sofisticación del sector financiero de Panamá. Nota técnica del BID; 2106. BID.
- **Auguste, S. (2021).** Brecha de género en el acceso al financiamiento en Centroamérica y República Dominicana. Nota técnica del BID; 2143 . BID.
- **Banco Mundial. (2019).** Enterprise Surveys.
- **Banco Mundial. (25 de Abril de 2020).** Doing Business 2020. Economy Profile Panamá. Obtenido de [https://subnational.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/central-america-and-the-dominican-republic/sub/panama#DB\\_sb](https://subnational.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/central-america-and-the-dominican-republic/sub/panama#DB_sb)
- **Banco Mundial. (7 de Abril de 2022).** El Banco Mundial en Panamá. Obtenido de Panorama General: <https://www.bancomundial.org/es/country/panama/overview#1ç>
- **Banco Mundial. (2022b).** Women, Business and the Law.
- **Banitsmo. (19 de Mayo de 2022).** Sostenibilidad. Obtenido de <https://www.banistmo.com/wps/portal/banistmo/acerca-de/informacion-corporativa/sostenibilidad/>
- **Benavides, J.L et al. (2016).** Las compras públicas en América Latina y el Caribe y en los proyectos financiados por el BID. Un estudio comparado. Nota técnica del BID ; 1162).
- **BID. (2021a).** Labor Markets and Social Security Division. The Labor Markets and Social Security Information System (The SIMS).
- **BIRF y Banco Mundial. (2010).** Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe. BID, GTZ.
- **CEPAL. (2018).** Promoción de la Innovación Exporadora. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bits/tream/handle/11362/43363/1/S1701299\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bits/tream/handle/11362/43363/1/S1701299_es.pdf)
- **CEPAL. (2021).** CEPALSTAT. Estadísticas e indicadores sociales. Empleo.
- **CEPAL. (S.F.).** Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe. Obtenido de Perfil País- Nicaragua: <https://oig.cepal.org/es/paises/17/profile>
- **CEPAL/OIT. (2021).** Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe. Trabajo decente para los trabajadores de plataformas en América Latina. Número 24.

- **CFI. (2017a).** *Women's Entrepreneurship Facility: Establishment of a Financial Intermediary Fund.* Obtenido de <http://documents.worldbank.org/curated/en/969911498960845681/Womens-entrepreneurship-facility-establishment-of-a-financial-intermediary-fund>
- **Ciudad del Saber et al (2020).** *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, Panamá 2019.*
- **Ciudad Saber (s.f).** Obtenido de Canal de Empresarias: La red más grande de emprendimiento femenino de Panamá: <https://ciudadelsaber.org/canal-de-empresarias-la-red-mas-gran-de-de-emprendimiento-femenino-de-panama/>
- **CNC. (2020).** Obtenido de <https://cncpanama.org/cnc/index.php/8-cnc/179-cedai>
- **CONEP. (2018).** La mujer en la gestión empresarial: Cobrando impulso en Panamá. OIT, ENRED Panamá, Stratego.
- **CONEP. (2022).** Encuesta WED.
- **CONEP. (2022).** Encuesta WED a mujeres empresarias.
- **Crítica. (2020).** Obtenido de <https://www.critica.com.pa/nacional/lanzan-programa-apoya-tu-pyme-585988>
- **DGCP. (12 de Mayo de 2022).** Panamacompra en cifras. Obtenido de <https://www.panamacompraencifras.gob.pa/#/2021>
- **El Capital Financiero. (16 de Mayo de 2022).** *Tigo lidera alianza para impulsar el emprendimiento femenino.* Obtenido de <https://elcapitalfinanciero.com/tigo-lidera-alianza-para-impulsar-el-emprendimiento-femenino/>
- **En segundos. (22 de Octubre de 2020).** *Mujeres panameñas lograrán financiamiento para sus viviendas y empresas propias.* Obtenido de <https://ensegundos.com.pa/2020/10/22/mujeres-panamenas-lograran-financiamiento-para-sus-viviendas-y-empresas-propias/>
- **ENRED. (2017).** *Análisis del sector Agroindustrial- Panamá.* Proyecto Canal de Empresarias, Canal de Oportunidades. Fundación Ciudad del Saber.
- **GERA. (2020).** Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report.
- **Gobierno de Panamá. (2021).** *ENEFem, Estrategia Nacional de Emprendimiento Femenino.*
- **Guiraldo, L. (2017).** *¿Necesitas un crédito para tu negocio? El big data puede ser tu aval.* Obtenido de <https://blogs.iadb.org/igualdad/es/necesitas-un-credito-para-tu-negocio-el-big-data-puede-ser-tu-aval-sin-historial-credicio/>
- **ICEX. (2021).** *Informe Económico y Comercial de Panamá.*
- **INADEH. (2022).** Obtenido de Estadísticas 2022: <https://www.inadeh.edu.pa/uploads/14/planificacion-transparencia/10-3-estadistica.pdf>
- **INE. (VV.AA.).** *Encuesta de Mercado Laboral.*
- **INEC. (2011).** *Encuesta de Usos del Tiempo.*
- **INEC. (2014).** *Encuesta de Mercado Laboral, Agosto 2014.*
- **INEC. (2019).** *Encuesta de Mercado Laboral, Agosto 2019.*
- **INEC. (2020a).** *Encuesta de Mercado Laboral Telefónica, Septiembre 2020.*
- **INEC. (2021).** *Encuesta de Mercado Laboral.*
- **INEC. (VVAA).** *Encuesta de Mercado Laboral, Agosto.*
- **IPACOOOP. (2021).** Obtenido de Memoria 2021.
- **La Prensa. (17 de febrero de 2020).** Obtenido de Panamá tendrá Academia de Exportadores: <https://www.prensa.com/impresa/economia/panama-tendra-academia-de-exportadores/>
- **MICI. (2021).** Obtenido de [https://mici.gob.pa/uploads/media\\_ficheros/2022/01/2/memoria-mici-2021.pdf](https://mici.gob.pa/uploads/media_ficheros/2022/01/2/memoria-mici-2021.pdf)
- **MICI. (2021).** Obtenido de Memoria 2021: [https://mici.gob.pa/uploads/media\\_ficheros/2022/01/2/memoria-mici-2021.pdf](https://mici.gob.pa/uploads/media_ficheros/2022/01/2/memoria-mici-2021.pdf)

- **OMC. (2007).** Obtenido de Examen de Políticas Comerciales, Informe de la Secretaría de Panamá: [chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.sice.oas.org/ctyindex/pan/WTO/ESPANOL/WTPPRS186\\_00\\_s.pdf](chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.sice.oas.org/ctyindex/pan/WTO/ESPANOL/WTPPRS186_00_s.pdf)
- **PNUD. (2021).** *La próxima frontera: desarrollo humano y el Antropoceno. Informe sobre Desarrollo Humano 2020. Nota informativa para los países acerca del Informe sobre Desarrollo Humano 2020.*
- **SENACYT. (2021).** *Estrategia Nacional para la integración de niñas y jóvenes en las disciplinas y empleos STEM (2021-2024).*
- **SPB. (2022).** *Información General. Obtenido de <https://www.superbancos.gob.pa/es/>*
- **UNPYME. (2021).** *Diagnóstico de impacto socioeconómico. Efectos generados por la Pandemia del COVID-19 en las MIPYMES.*
- **Value for Women. (2018).** *Entendiendo las Barreras Estructurales y el Sesgo Oculto. Oxfam.*
- **WEF. (2021).** *Global Gender Gap Report.*

# Anexos

## Anexo 1: Perfil de las mujeres empresarias de la encuesta WED

## Perfil demográfico de las empresarias

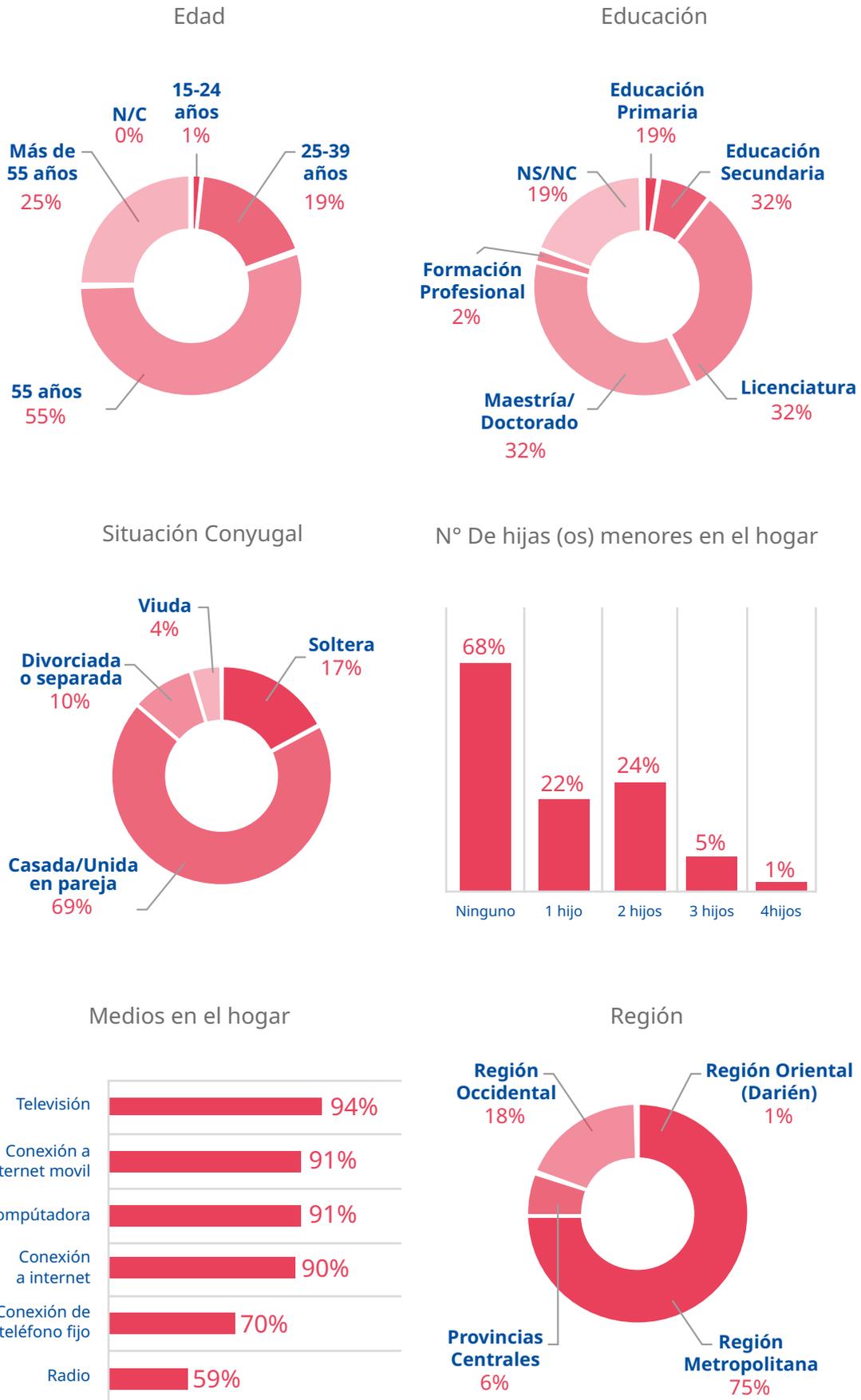
El perfil demográfico de las empresarias que han participado en la encuesta (un total de 140), responde a mujeres en edades maduras (el 80% de ellas tiene más de 40 años); con estudios superiores (7 de cada 10). En esa misma proporción están casadas o unidas en pareja y, en general no tienen menores a cargo (posiblemente condicionado por su perfil de edad madura).

Pertenecen a hogares “conectados”: en 9 de cada 10 casos cuentan con conexión a Internet, disponen de computadora en el hogar, así como conexión a Internet en su teléfono móvil.

El 75% tienen ubicada su empresa en la Región Metropolitana, particularmente en Panamá Capital. El resto se distribuyen en la Región Occidental (18%), seguida de la Oriental (6%). Solamente un 1% tienen su empresa en la Provincia de Darién (1%). No se han captado respuestas de las Comarcas Indígenas. Esta distribución es acorde con la que muestra el universo de empresarias en el país (aunque con cierta subrepresentación de algunas de las Provincias).

El perfil demográfico de las encuestadas, por consiguiente, es heterogéneo, aunque con rasgos mayormente asociados a edades maduras, perfiles educativos altos y de entornos de mayor oportunidad económica (ciudad de Panamá y otros núcleos económicos).

Gráfico 23. Perfil demográfico de las empresarias.%. Panamá, 2022



## Experiencia pasada e historial de propiedad empresarial

7 de cada 10 encuestadas son dueñas de una única empresa, aunque no es despreciable la proporción de las que son dueñas de dos (19%). Un 7% de ellas tiene tres empresas.

La apertura de la empresa se ha producido para una importante proporción de ellas (el 64%), en la última década, y particularmente en el periodo 2015-2019 (el 32%).

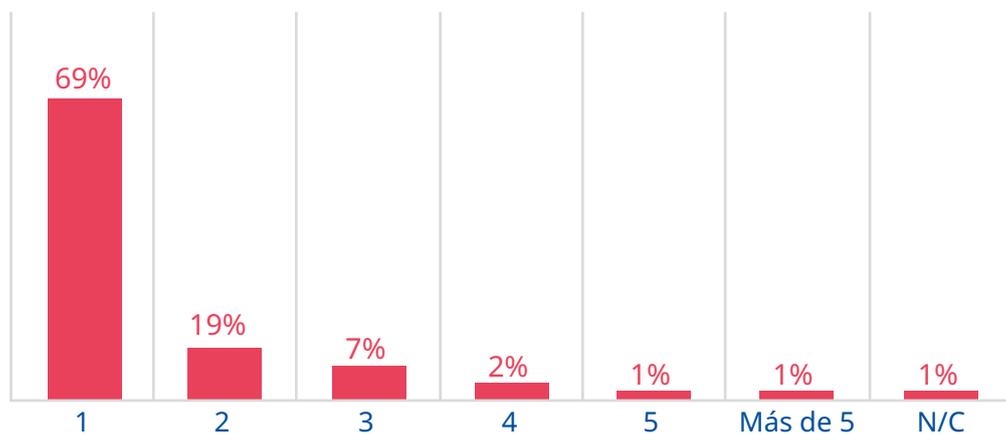
Previo al establecimiento por cuenta propia, la situación más recurrente era la de estar empleada en la empresa privada (44%) y, en segundo lugar, estar dirigiendo otra empresa (17%). El resto de opciones (empleada de una gran empresa, ama de casa, estudiante a tiempo completo, empleada del Gobierno) han obtenido un grado de respuesta minoritario.

Las razones principales para la puesta en marcha de sus negocios se encuentran vinculadas a motivos de oportunidad: el haber identificado una oportunidad en el mercado (42%), querer ser su propia jefa (28%), o aprovechar su potencial para aumentar ingresos (28%). Por otra parte, para un 23% la razón ha estado vinculada también a la necesidad de tener empleos más compatibles con sus responsabilidades familiares. Las razones del emprendimiento por necesidad (no tener empleo, no poseer habilidades para otro tipo de empleo, etc.) han sido las menos recurrentes.

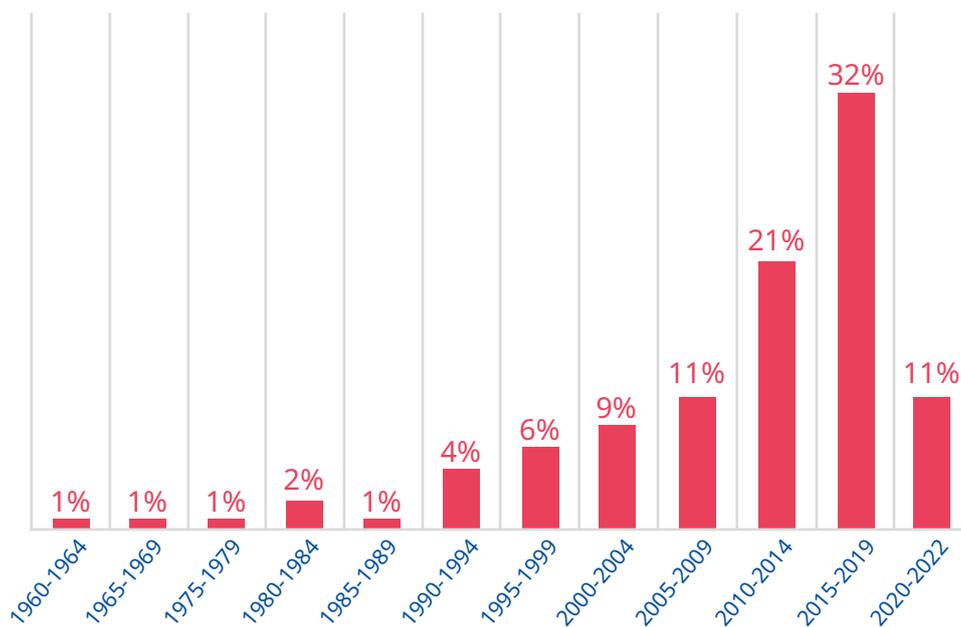
En general, las encuestadas han indicado no haber necesitado el permiso del esposo para poner en marcha la empresa (9 de cada 10 mujeres), aunque un no desdeñable 7% señala que sí fue necesario, a pesar de no tratarse de un requisito jurídico.

Gráfico 24. Experiencia e historial de las empresarias. %. Panamá, 2022

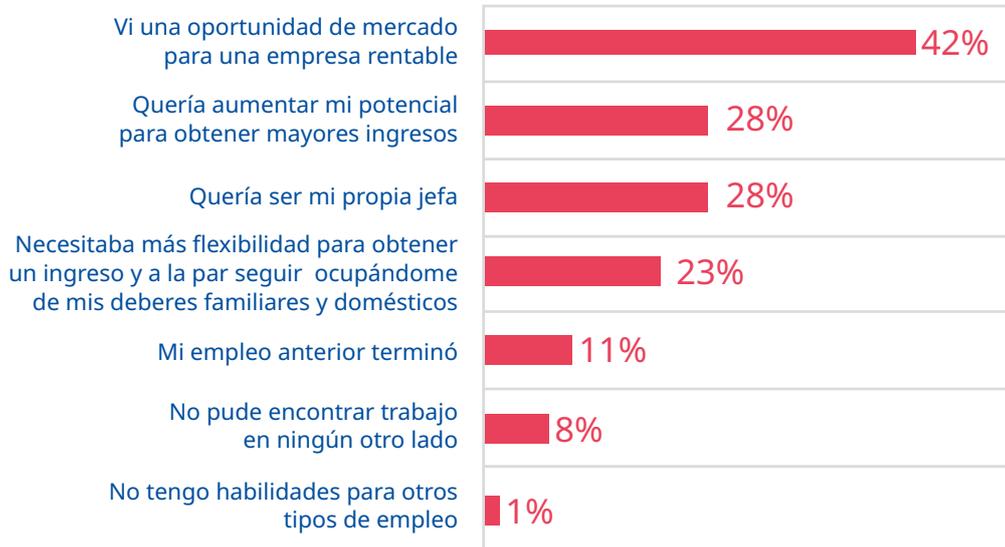
### Nº DE EMPRESAS QUE POSEE



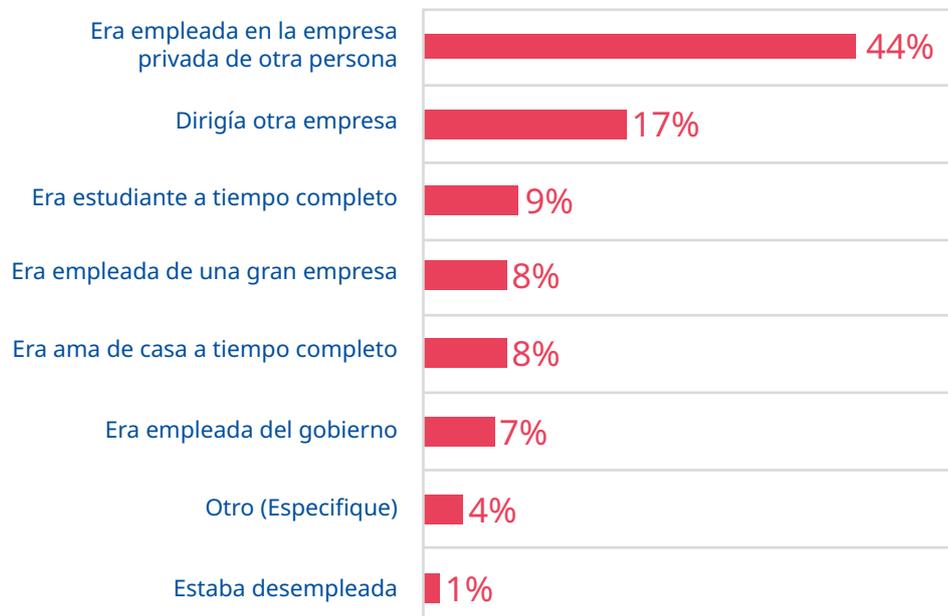
### AÑO APERTURA EMPRESA



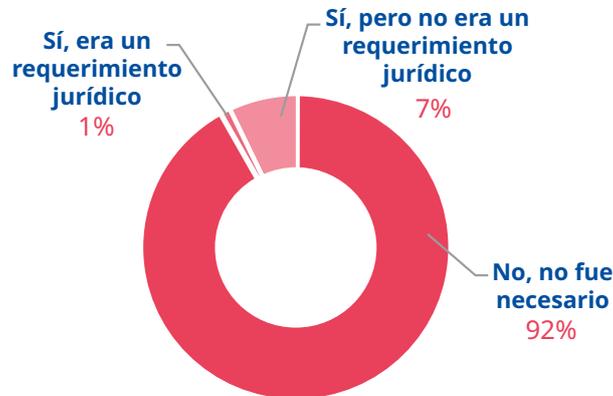
## RAZÓN PUESTA EN MARCHA EMPRESA



## SITUACIÓN DE EMPLEO ANTERIOR



## PERMISO DEL ESPOSO



Fuente: (CONEP, 2022)

## Características de las empresas

De las empresarias encuestadas, 8 de cada 10 ubican sus negocios en el ámbito urbano, circunstancia acorde con la distribución espacial de las dueñas de negocio en el país, que se encuentran concentradas en un 90% en la capital, Chiriquí y Panamá Oeste (INEC, 2019) y que ratifican el perfil de empresarias de oportunidad que han participado.<sup>66</sup>

4 de cada 10 no cuentan con personal empleado. De las que sí lo hacen, más de la mitad presentan una planilla feminizada (por encima del 80% de mujeres), lo que viene a confirmar el hallazgo de otros estudios en los que aparece que las empresarias son generadoras de empleo para otras mujeres.

Los sectores que predominan entre las empresarias de la encuesta son el comercio y los servicios empresariales (ambos con un 21% de las respuestas) seguidos, aunque ya a cierta distancia, de servicios de alojamiento y comida (8%) o de procesamiento de alimentos (7%). Construcción, manufactura o agricultura apenas representan el 5% de los sectores de actividad. Se ha dado una alta concentración de respuestas en la opción de "otros" (20%) donde predomina el sector de la enseñanza, la artesanía y actividades vinculadas a otros servicios profesionales.

<sup>66</sup>Como se vio en el análisis de contexto, las fórmulas de cuenta propia, asociadas al perfil de necesidad y/o subsistencia, son más comunes en los entornos alejados de los grandes núcleos urbanos.

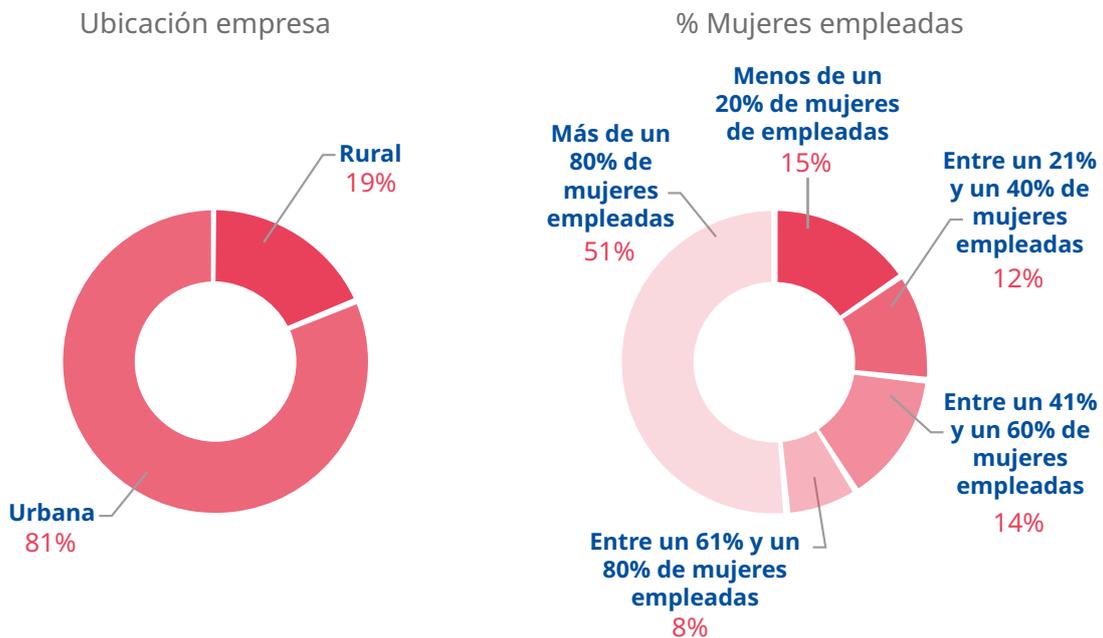
La inmensa mayoría (el 85%) comenzó la empresa por iniciativa propia. Destaca, en cierta medida que, 1 de cada 10 mujeres, comenzó al hacerse cargo de una empresa familiar.

Desde el punto de vista de la ubicación, las respuestas se distribuyen entre quienes operan en un local comercial (el 47%) y las que lo hacen en su propio hogar (el 46%).

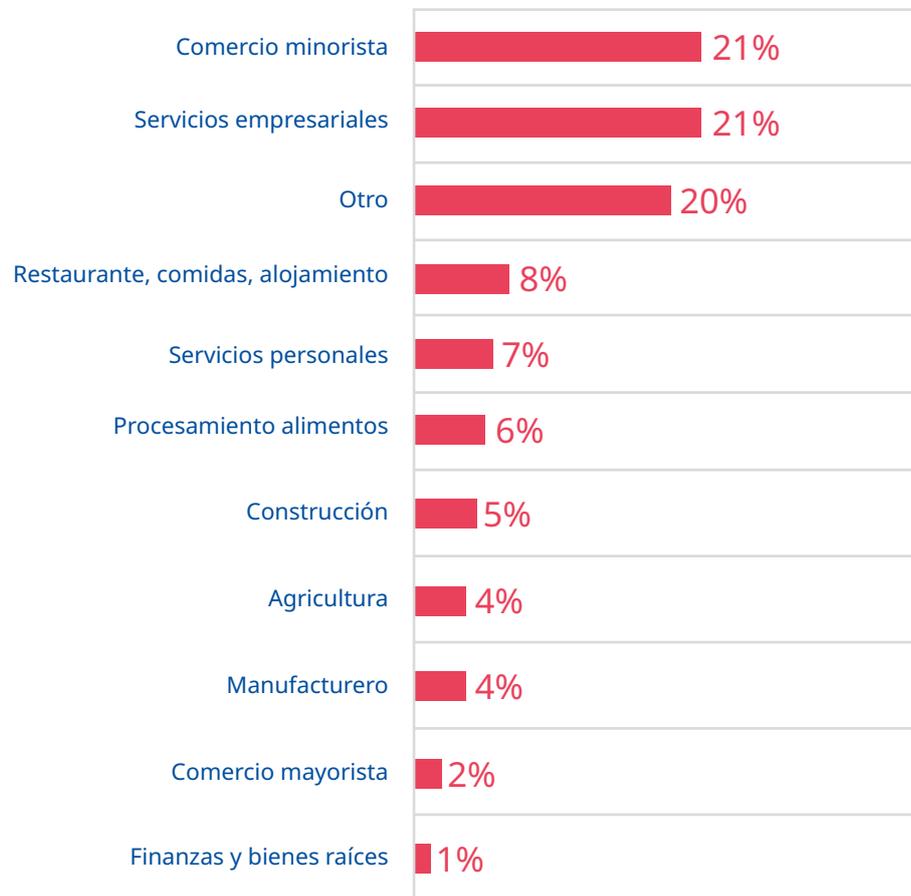
Respecto al alcance de mercados, la mayoría vende a nivel nacional (el 42%). El 33% vende para el mercado local y un 16% en el ámbito de su provincia. Un 9% opera en el mercado internacional, un porcentaje relativamente alto comparado con el nivel de exportación alcanzado por otros países en encuestas similares.

Las encuestadas muestran un alto grado de aplicación de las TIC. Entre el 80-90% aplican las TIC en sus empresas en todos los niveles. Adicional, el 87% tiene presencia en Internet, basada sobre todo en el uso de redes sociales (el 95% de ellas) y un 65% posee página web propia.

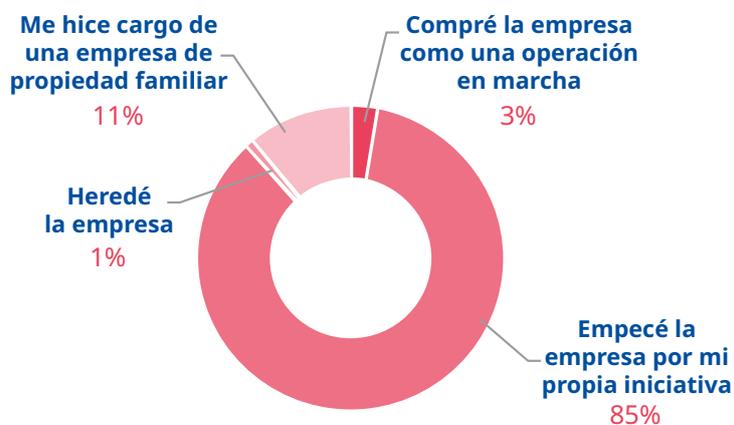
Gráfico 25. Características de las empresas. %. Panamá. 2022



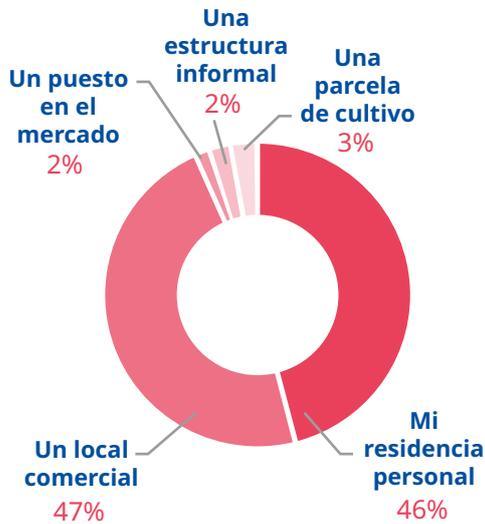
## SECTOR DE ACTIVIDAD



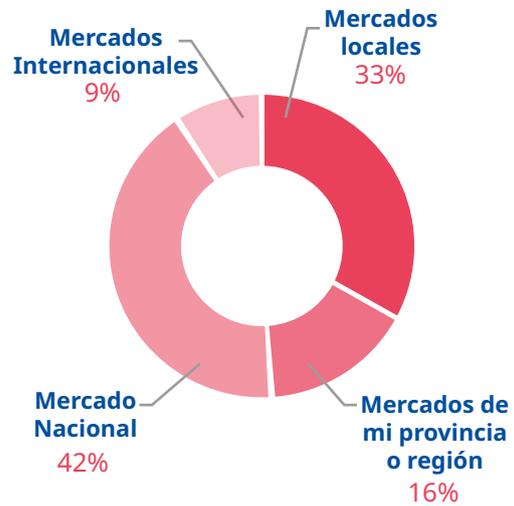
## COMIENZO DE LA EMPRESA



## LUGAR DE OPERACIÓN



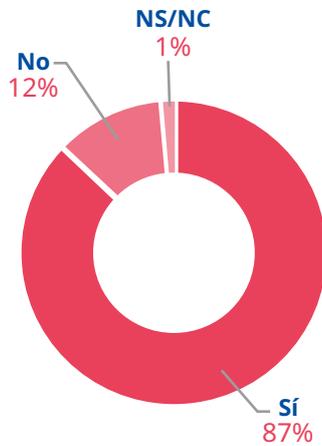
## MERCADO



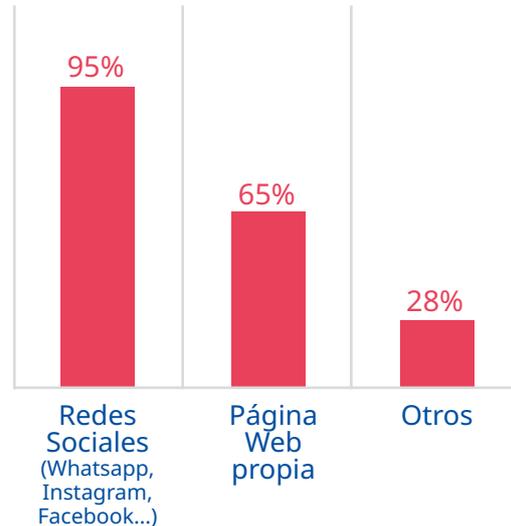
## TIC EN LA EMPRESA



## PRESENCIA EN INTERNET



## PRESENCIA EN INTERNET



Fuente: (CONEP, 2022)

## Desafíos y financiamiento para la puesta en marcha de la empresa

Las principales dificultades encontradas por las empresarias para poner en marcha la empresa han sido encontrar clientes (para el 46%) y, acceder a financiamiento (para el 45%). En menor medida, pero con un nivel de respuesta alto, señalan también como inconvenientes lidiar con los requisitos regulatorios y para el registro (el 39%), y 2 de cada 10 las dificultades a la hora de lograr información sobre cómo poner el negocio en marcha y conseguir asesoría.

La fuente inicial de financiación para casi todas han sido los propios ahorros (89%) seguida, ya de lejos, del financiamiento prestado por familiares y amistades (36%). 3 de cada 10 tuvo como fuente de financiación inicial un préstamo bancario.

En torno a la mitad de las encuestadas ha tratado de obtener un préstamo en el último año. De ellas, el 34% ha logrado un préstamo bancario y un 23% lo ha obtenido de familiares o amistades.

Por otra parte, 7 de cada 10 mujeres encuestadas consideran como principales problemas para que les concedan un préstamo las altas tasas de interés, los requisitos de garantía o que se requiera un aval. La mitad estiman que son un problema los montos aprobados, ya que son demasiado pequeños y los plazos de los préstamos, excesivamente cortos. 4 de cada 10

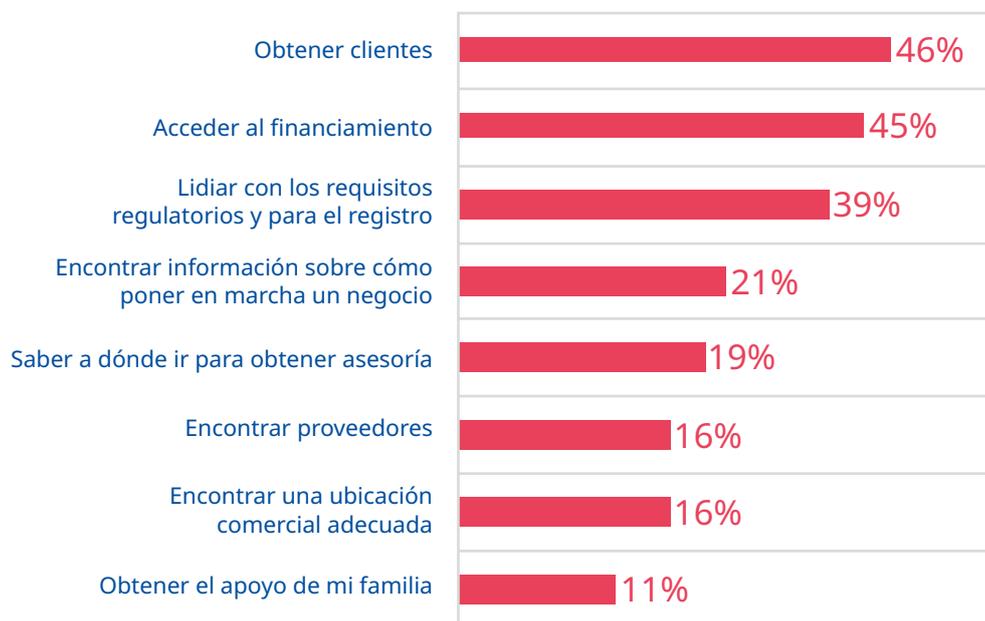
señalan que las mujeres empresarias no son tomadas en serio por el funcionariado de préstamos.

Entre quienes no han recurrido a financiación externa, los motivos aducidos se encuentran vinculados a las barreras percibidas y los requisitos (con un nivel de respuesta que ronda el 65%), pero también a quienes lo descartan por considerar no necesitarlo o por miedo a endeudarse (para la mitad de las encuestadas). 4 de cada 10 han señalado también el desconocimiento de organizaciones que den financiación a empresas como la suya.

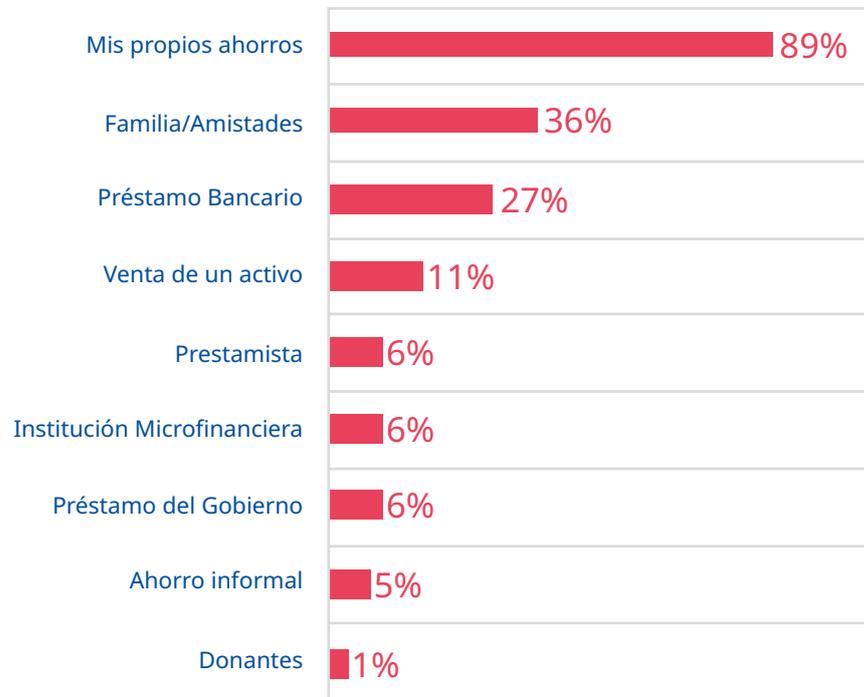
Desde el punto de vista bancario, la mayor parte de las encuestadas poseen una cuenta bancaria específica para el negocio (el 76%) y hacen uso de servicios bancarios online (el 80%), lo que denota un nivel de bancarización alto.

Gráfico 26. Desafíos y financiamiento para la puesta en marcha de la empresa.  
%. Panamá. 2022

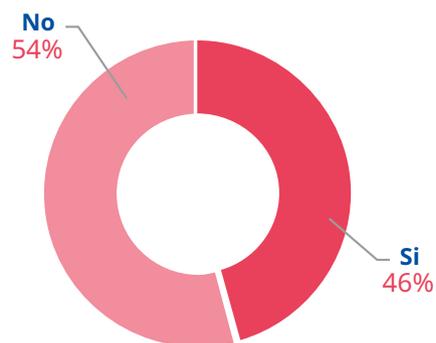
### DESAFÍOS PARA PONER EN MARCHA EL NEGOCIO



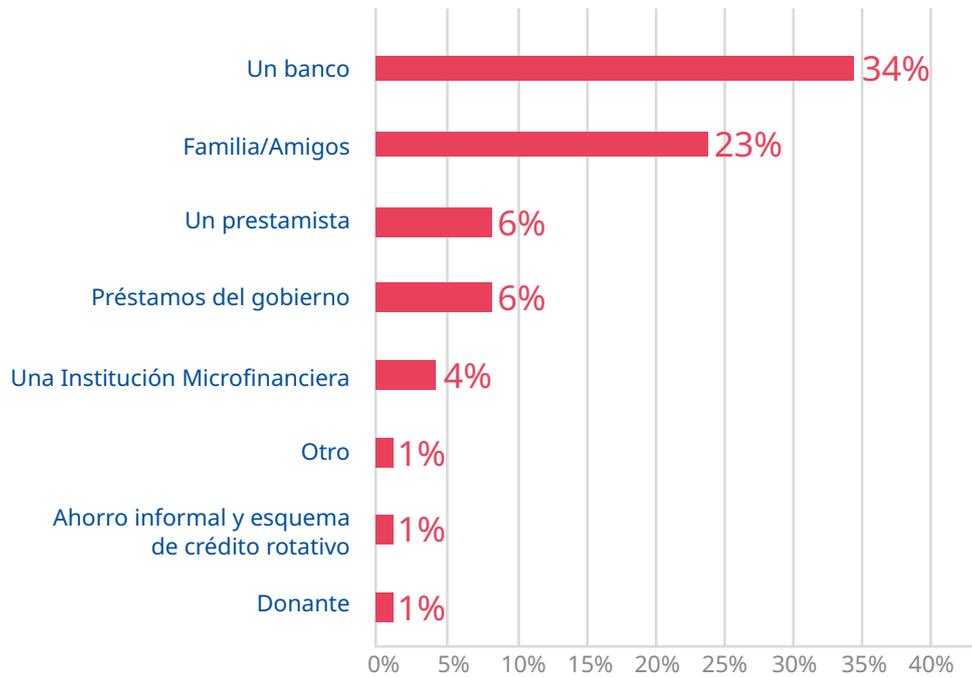
## FUENTES DE FINANCIACIÓN INICIALES



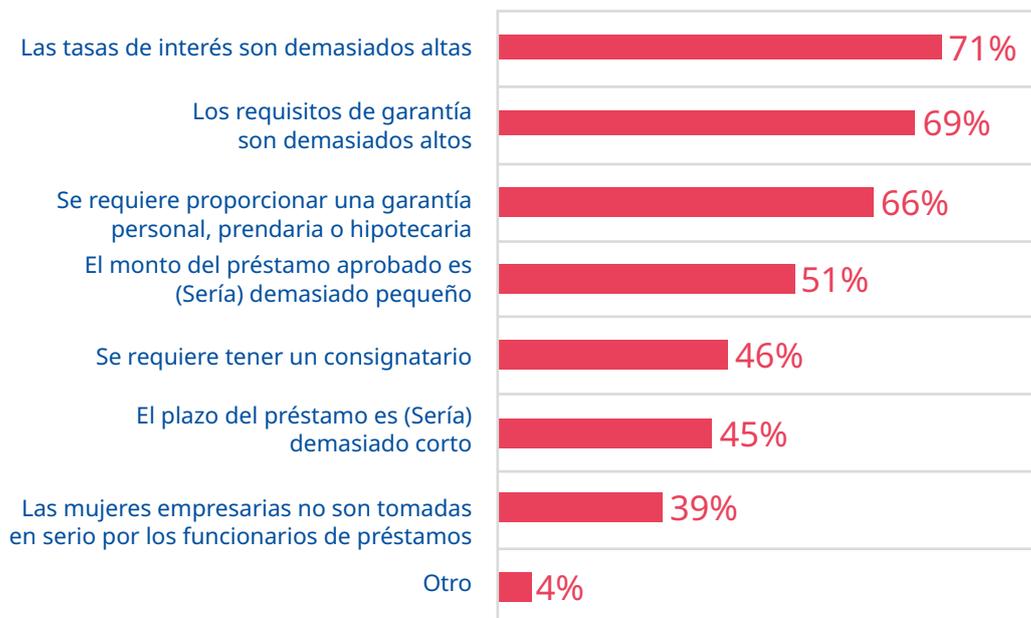
## SOLICITUD DE PRÉSTAMO EN EL ÚLTIMO AÑO



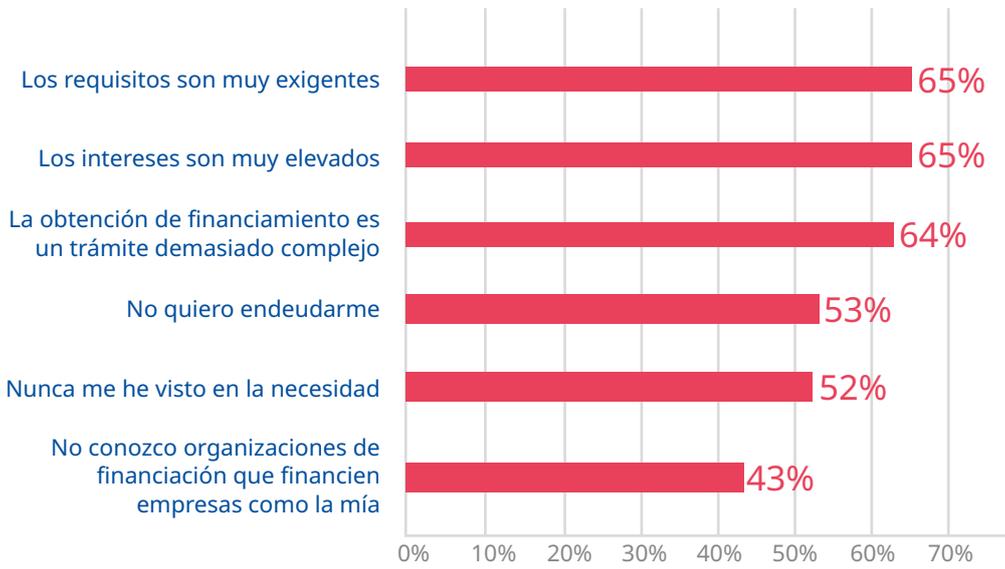
## FUENTES DE FINANCIACIÓN SOLICITADAS Y CONCEDIDAS



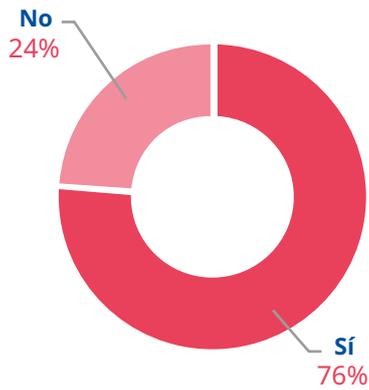
## PROBLEMAS PARA OBTENER UN PRÉSTAMO



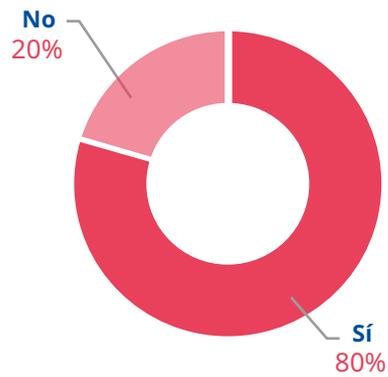
### MOTIVOS POR LOS QUE NO HA TRATADO DE TENER FINANCIACIÓN EXTERNA



#### CUENTA BANCARIA NEGOCIO



#### SERVICIO FINANCIERO EN LÍNEA



Fuente: (CONEP, 2022)

# Información y desarrollo empresarial

Entre las encuestadas se aprecia cierto grado de participación en el movimiento asociativo. Un 36% es miembro de alguna asociación gremial y un 24% de una industrial. El nivel de participación es inferior en lo que asociaciones de mujeres se refiere: solo un 17% es miembro de una organización de este tipo.

Las vías principales para informarse sobre asuntos empresariales son: Internet (84%), el teléfono móvil (41%) y la familia y amistades (39%). El nivel de información recibido desde las asociaciones empresariales no es muy elevado (oscilan entre el 18 y el 26% dependiendo del tipo de asociación sobre el que se pregunta).

Respecto al grado de participación en programas de desarrollo empresarial, resulta ser relativamente significativo que más de la mitad de las encuestadas que han participado en un programa de capacitación empresarial, fue en uno específico para mujeres.

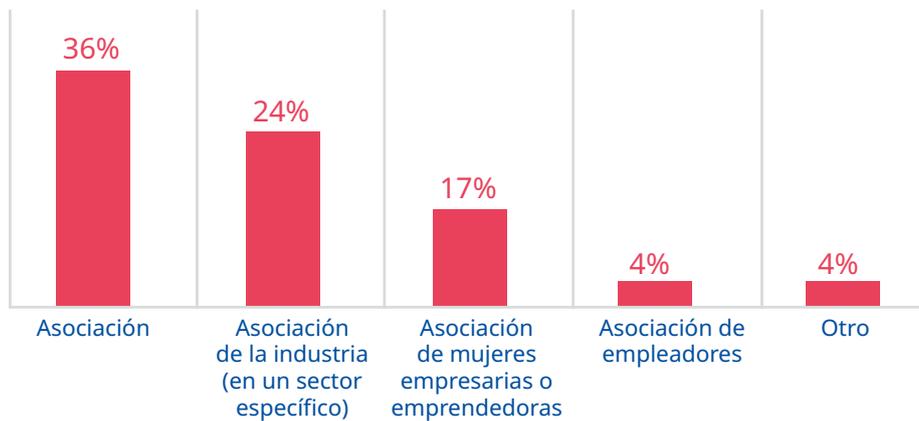
Adicional, un 66% indica haber formado parte de en un programa para aprender a manejar las TIC. Respecto a este punto, 8 de cada 10 considera tener suficientes habilidades para aplicar las TIC en su negocio, aunque al mismo tiempo 9 de cada 10 señala estar interesada en aprender más habilidades en este ámbito.

Desde el punto de vista comercial, más de la mitad han participado en una Feria Comercial Local, un 38% en una Feria Nacional y un 16% en una Feria Internacional.

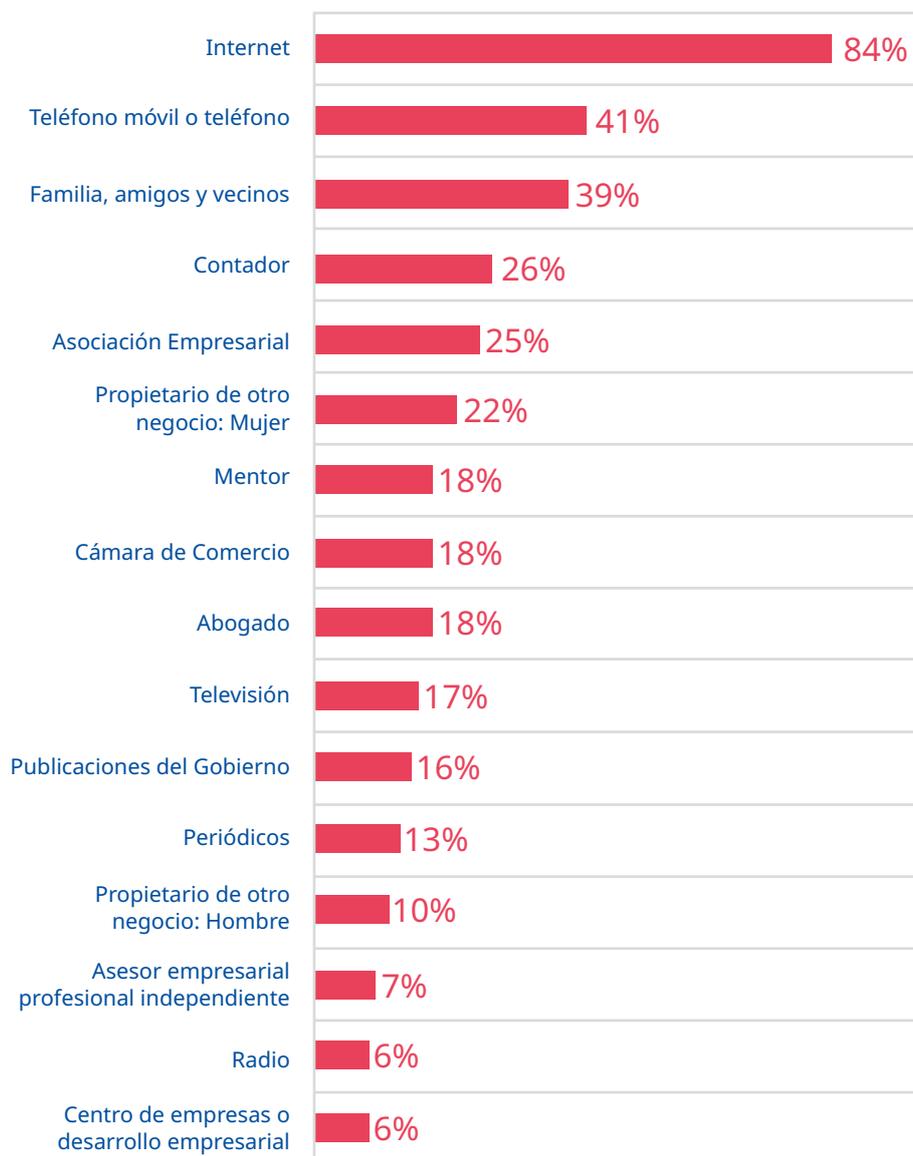
Entre las organizaciones de servicios de desarrollo empresarial las más citadas entre las mujeres encuestadas han sido la AMPYME y Canal de Empresarias (ambas citadas por el 12% de las mujeres encuestadas), seguidas de Voces Vitales y las Cámaras de Comercio (con un 5%). APEDE y CONEP han sido mencionadas por el 2% de la muestra.

Gráfico 27. Apoyo de información y desarrollo empresarial. %. Panamá, 2022

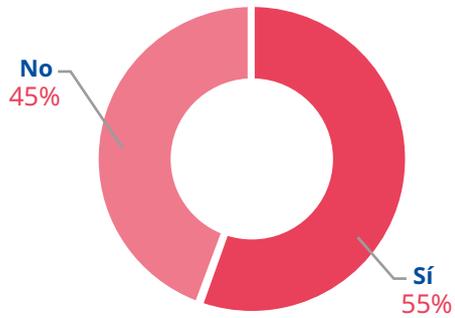
## MIEMBRO DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES



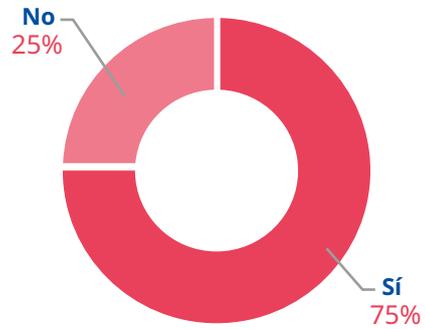
## CANAL INFORMACIÓN ASUNTOS EMPRESARIALES



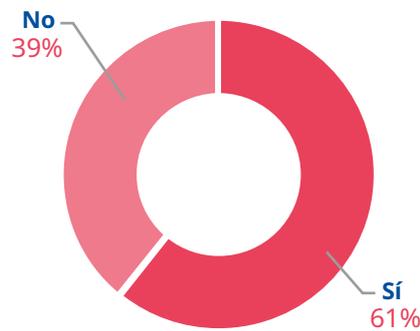
### PARTICIPACIÓN EN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL



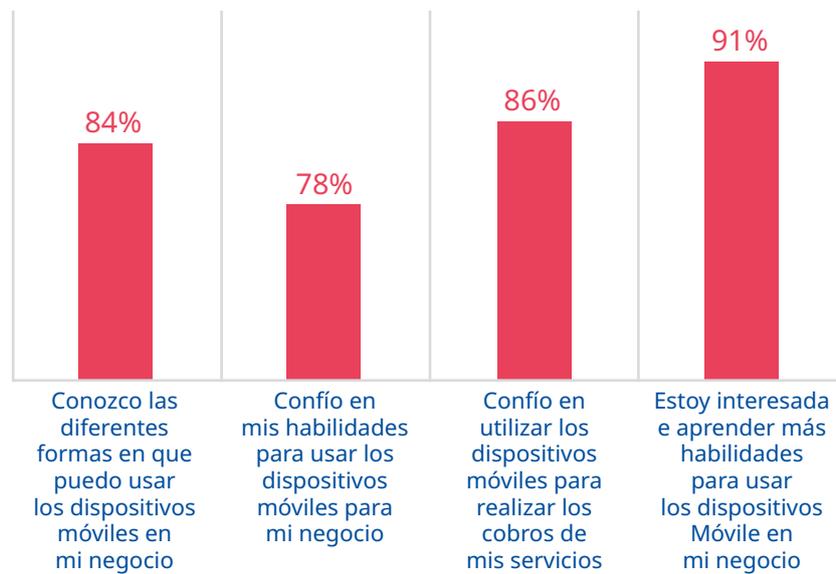
### PROGRAMA ESPECÍFICO PARA MUJERES



### PARTICIPACIÓN EN PROGRAMA PARA APRENDER TIC



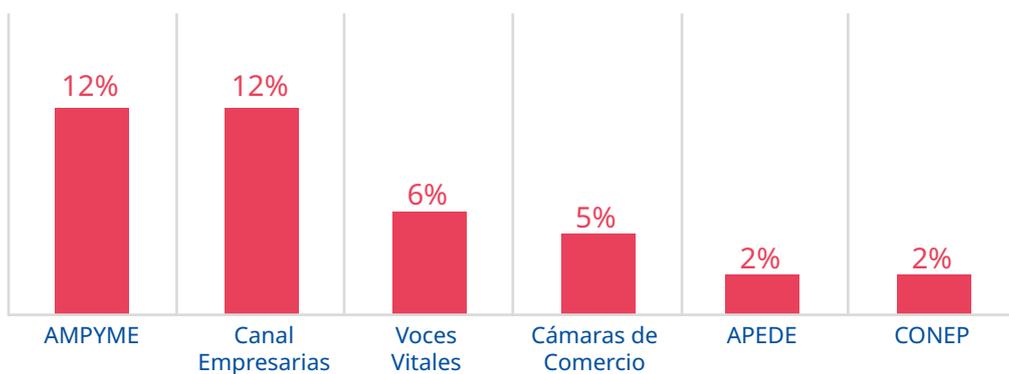
### MIS HABILIDADES DIGITALES



### PARTICIPACIÓN EN FERIAS



### CONOCIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES DE SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL



Fuente: (CONEP, 2022)

# Formalidades de registro de empresas y tratos con funcionarios gubernamentales

El nivel de registro en las instancias oficiales es alto. 8 de cada 10 de las encuestadas lo hacen en el Registro Único del Contribuyente y 7 de cada 10 en el Aviso de Operaciones frente al MICI. Desciende a 6 de cada 10 ante la Alcaldía, a 5 frente a la Caja del Seguro Social, a 4 en el MITRADEL y a 3 en la AMPYME.

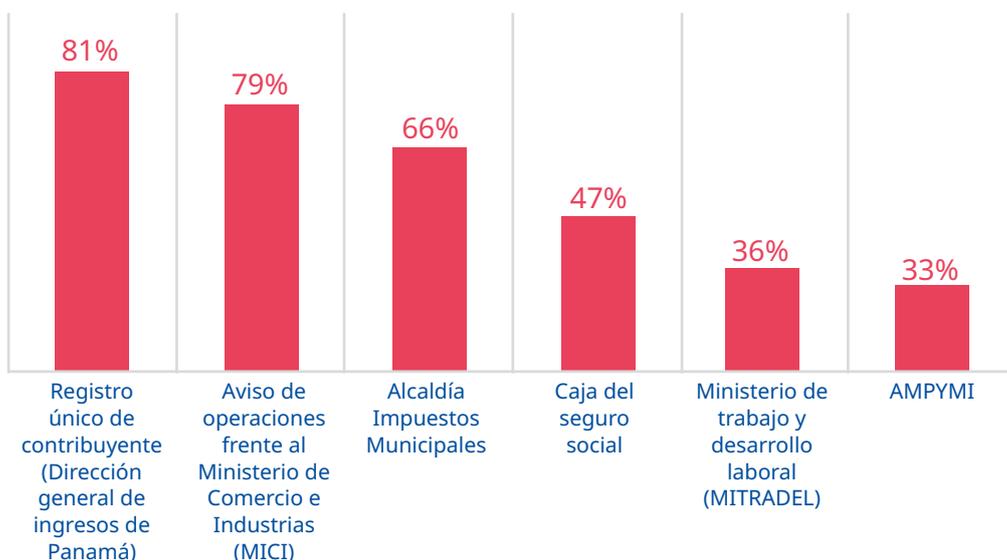
La principal barrera frente al registro han sido los impuestos (para el 69% de las encuestadas). Tras ella, aparecen el desconocimiento sobre cómo hacerlo, así como con el coste de entrar en la formalidad (en términos de impuestos y burocracia frente al Gobierno una vez registrada la empresa) (con un 62%). También han sido mencionadas, por más de la mitad de las encuestadas, la falta de incentivos para registrarlas, el requisito de pagar impuestos, el tiempo que toma, no poder hacerlo online, los costes del registro o los requisitos. Un nada despreciable 34% desconoce los beneficios de registrar su empresa.

Aún así, aproximadamente la mitad perciben que son muchas las ventajas de registrar la empresa: mejor acceso a mercados, a programas gubernamentales, a financiamiento, a protección social o seguridad frente al hostigamiento, etcétera.

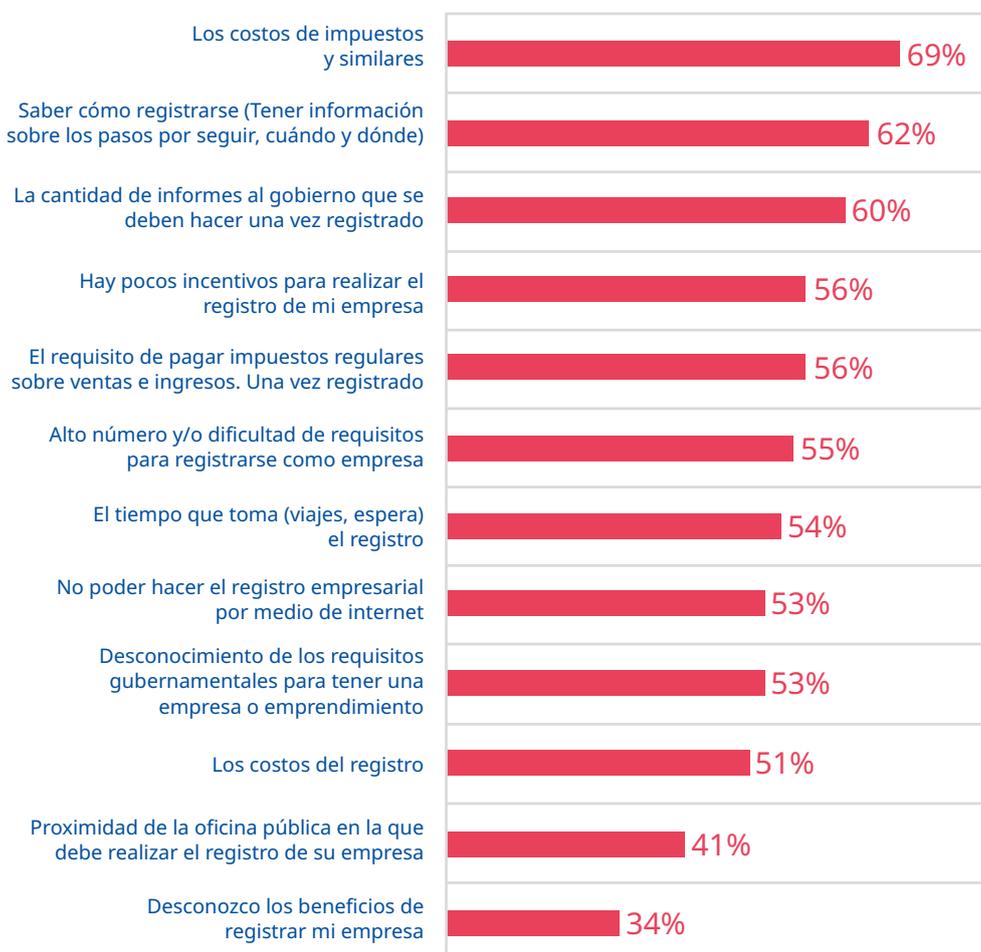
La percepción de hostigamiento por parte del funcionariado del Gobierno afecta a un 9% de las encuestadas, vinculado la mayoría de las veces a la exigencias en el cumplimiento de condiciones laborales tras la reapertura de negocios durante el periodo de reactivación económica en la pandemia.

Gráfico 28. Formalidades de registro de empresas y trato del funcionariado gubernamental. %. Panamá. 2022

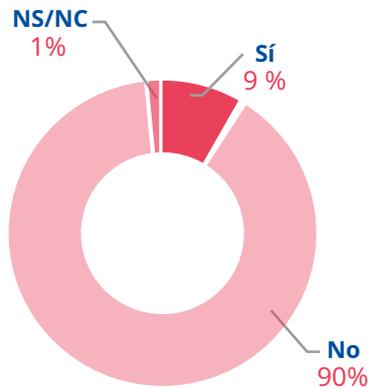
## REGISTRO DE EMPRESAS SEGÚN ORGANISMO



## BARRERAS PARA EL REGISTRO



## VÍCTIMA DE ACOSO POR INSTITUCIÓN DEL GOBIERNO EN EL ÚLTIMO AÑO



Fuente: (CONEP, 2022)

## Desarrollo de la empresa

La mayoría de las encuestadas ha realizado inversiones para mejorar su empresa, adquiriendo tecnología o nuevo equipamiento de oficina (el 65%), invirtiendo en el desarrollo de un nuevo producto o mejorando uno existente (el 59%), en un nuevo equipo de producción (58%) o mejorando los existentes (el 54%).

Adicional, 6 de cada 10 de las mujeres encuestadas tiene previsto realizar cambios para mejorar su negocio, lo que resulta positivo considerando el periodo de crisis vivido a raíz de la pandemia.

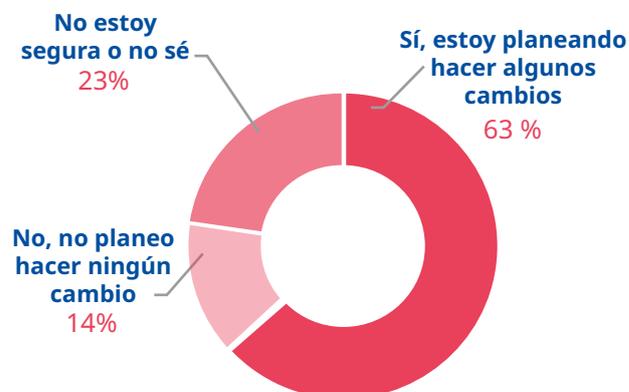
Por otro lado, los principales impedimentos para hacer crecer la empresa que han indicado las empresarias encuestadas son: la reciente crisis económica (72%), el acceso a financiación (64%), afrontar las regulaciones gubernamentales y los costos (62%), el transporte (58%), y encontrar personas trabajadoras calificadas y confiables (53%).

Gráfico 29. Desarrollo de la empresa. %. Panamá 2022

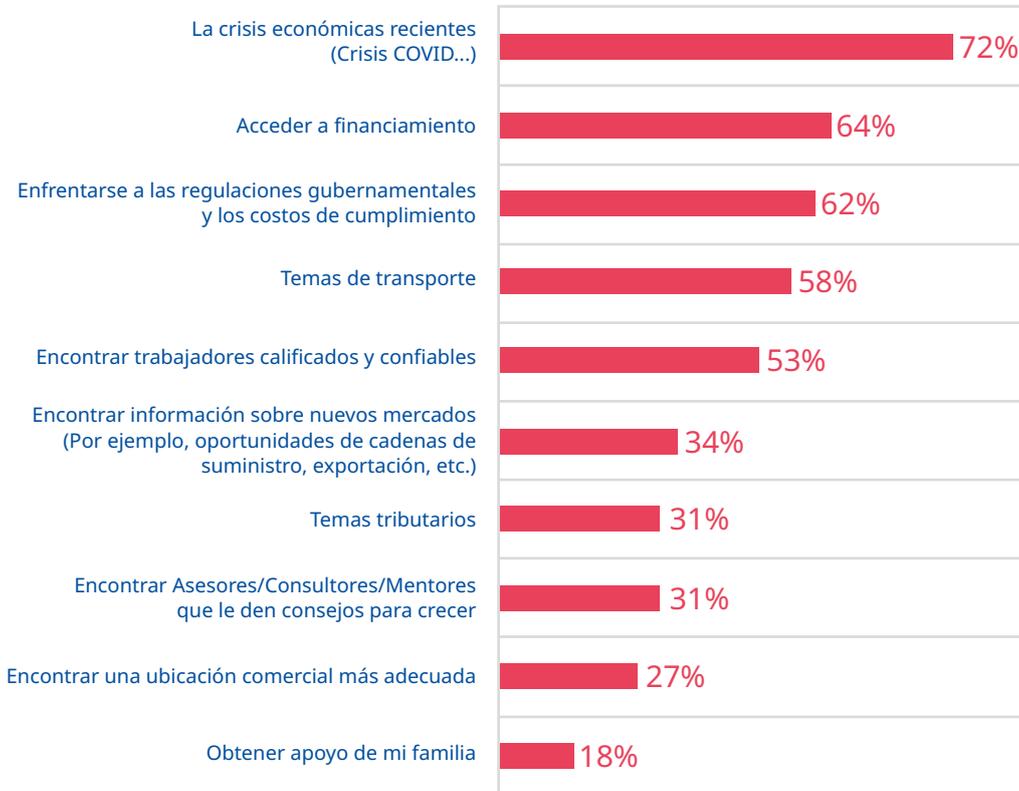
## INVERSIÓN EN EL NEGOCIO



## CAMBIOS PARA MEJORAR LA EMPRESA



## INVERSIÓN EN EL NEGOCIO



Fuente: (CONEP, 2022)

# Impacto de la crisis sobre las empresas

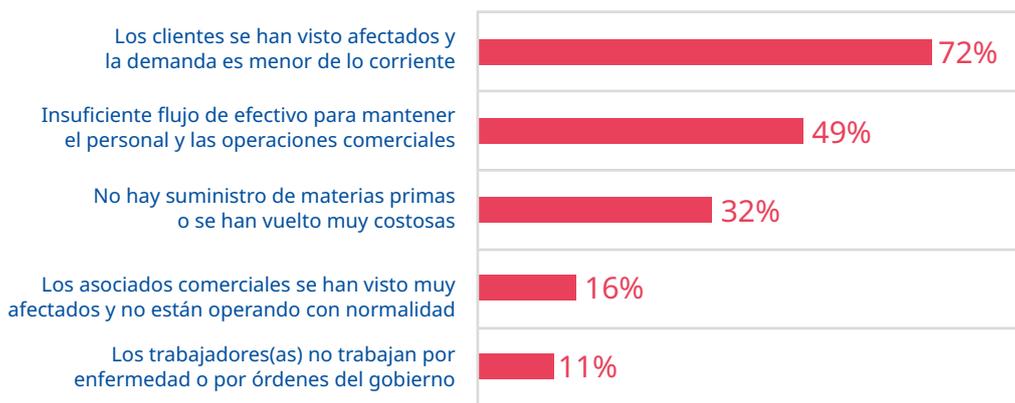
El impacto de la crisis COVID se ha traducido para las empresarias, principalmente, en el descenso de la demanda (72%). También se han visto afectadas, aunque en menor medida, por el insuficiente flujo de efectivo (49%). Un 32% ha señalado como problema que no hay suministro de materias primas o que son muy costosas.

Para afrontar estos problemas, la medida más extendida ha sido la reducción de costos, principalmente de personal (con la reducción de las planillas, para un 41% de ellas) y de los costos de servicios (un 38%). Cabe destacar que solamente un 14% de las encuestadas no han aplicado medidas de reducción de costos.

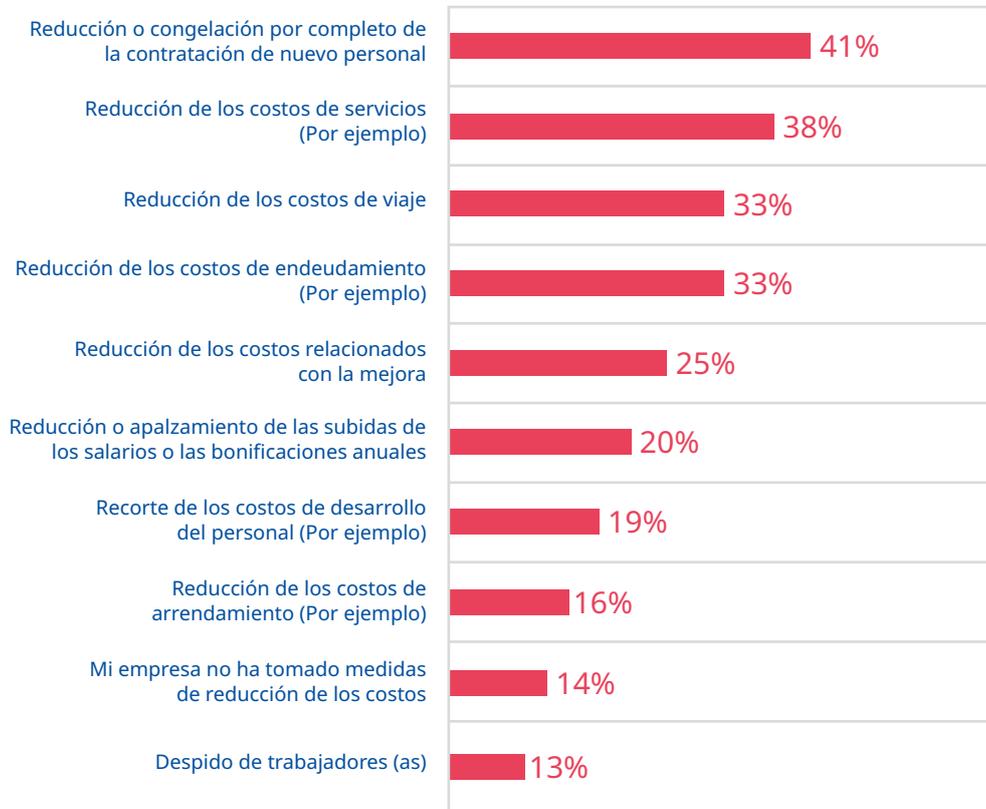
En los casos en que se ha tenido que reducir planilla, lo habitual es que esa reducción haya sido inferior al 10%.

Gráfico 30. Impacto de la crisis COVID. %. Panamá. 2022

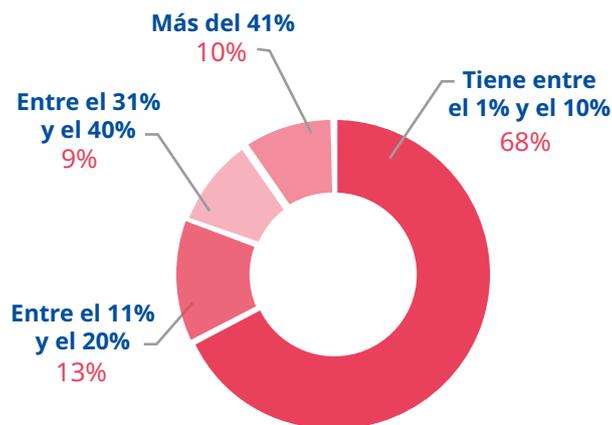
## PROBLEMAS CRISIS



## REDUCCIÓN DE COSTOS



## % Trabajadoras (es) despedidas(os)



# Percepciones de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial de la mujer

Finalmente, la encuesta interroga a las empresarias sobre su acuerdo o desacuerdo respecto a distintas afirmaciones relacionadas con las condiciones WED. También incluye afirmaciones acerca de las capacidades percibidas sobre sí mismas para la gestión empresarial.

Nuevamente aquí, cabe recordar el tipo de empresarias que han participado en la encuesta, con rasgos asociados al perfil de oportunidad, con estudios superiores y ubicadas en los núcleo de actividad principales del país.

Con relación a la valoración acerca de sus propias capacidades, el grado de percepción es bastante positivo: el 74% considera que están bien preparadas para su rol de empresarias, tanto en formación como experiencia y solo un 19% considera que necesita mejorar sus habilidades. Aun así, poco más de 3 de cada 10 han afirmado que *sabe todo lo que tiene que saber para que su empresa tenga éxito*.

Entrando ya en la valoración sobre las Condiciones WED, y de acuerdo los ítems relacionados a la encuesta, la valoración más favorable la ha recibido la **Condición 5. Acceso a mercados y tecnologías**, con un 85% de las mujeres empresarias encuestadas está de acuerdo con que hacer un mejor uso de las tecnologías de la información permitiría a las empresas propiedad de mujeres competir en los mercados de manera más efectiva y un 65% con que las mujeres empresarias tienen la misma oportunidad de acceder a la tecnología que los hombres.

Le sigue en términos de valoración positiva la **Condición 1. Sistema legal y regulatorio**. Relacionado con esta condición el 79% de las encuestadas están de acuerdo en que *las mujeres tienen los mismos derechos que los hombres a poseer propiedades y a registrarlas a su nombre*. Con menor grado de consenso, aunque con el acuerdo de la mitad de ellas, se estima que es *fácil para una mujer empresaria lidiar con las regulaciones gubernamentales*. No obstante, solo el 32% considera que la información de las regulaciones empresariales se encuentra disponible para las mujeres y un escaso 23% sostiene que las *leyes y regulaciones en el país respaldan un alto nivel de equidad e igualdad de género*.

La siguiente condición mejor valorada, aunque ya con un nivel de acuerdo intermedio, es la **Condición 4. Acceso a servicios de desarrollo empresarial y sensibles al género**. Así, el 56% de las encuestadas están de acuerdo con que *las mujeres tienen las mismas oportunidades de participar*, ya sea en programas generalistas como de tipo tecnológico, y el 40% concuerda con la opinión de que *la información sobre los servicios de desarrollo empresarial se encuentra ampliamente disponible para las mujeres*.

La valoración de la **Condición 3. Acceso a servicios financieros y sensibles al género** también se sitúa en un nivel intermedio. Mientras que el 46% se muestra de acuerdo con la afirmación *las mujeres tienen las mismas oportunidades de acceso a financiamiento que los hombres; ese porcentaje desciende al 30% respecto a que la información sobre tipos y fuentes de financiamiento se encuentra ampliamente disponible para las mujeres empresarias* y solo el 27% admite que *el acceso al crédito y al financiamiento es bueno y los prestamistas tienen buena disposición hacia las mujeres.*

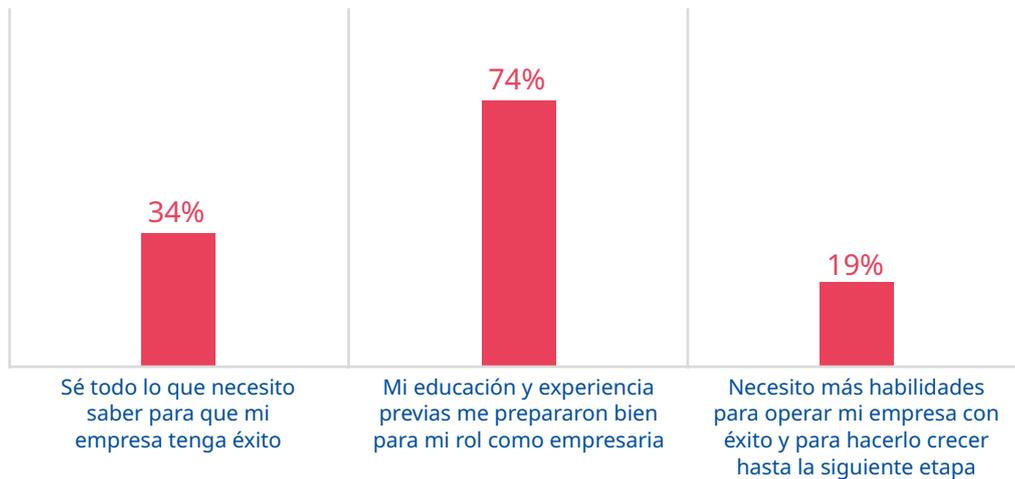
Respecto a la **Condición 2. Liderazgo político y efectivo y coordinación para la promoción WED**, la valoración se sitúa en un nivel medio-bajo, ya que a pesar de que un 59% está de acuerdo con que *la iniciativa empresarial se considera un rol aceptable para las mujeres en la economía y la sociedad*, la valoración que se le da al papel que desempeña el Gobierno en apoyo a estas es muy bajo: solamente 2 de cada 10 está conforme con la afirmación *el gobierno apoya a las mujeres empresarias con sus posiciones y con programas de asistencia.*

Finalmente, la valoración global de la **Condición 6. Representación de mujeres empresarias y participación en diálogo político** se sitúa también en un rango negativo, aunque con matices. Siendo que el 42% considera *que las asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras pueden representar de manera efectiva mis intereses y preocupaciones como mujer empresaria ante el gobierno*, solo un 34% está de acuerdo con *las asociaciones empresariales e industriales abogan por que el gobierno adopte políticas para satisfacer las necesidades de las mujeres empresarias*; y un 16% entienden que *las asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras tienen influencia en las políticas y en los procesos de toma de decisiones del gobierno.*

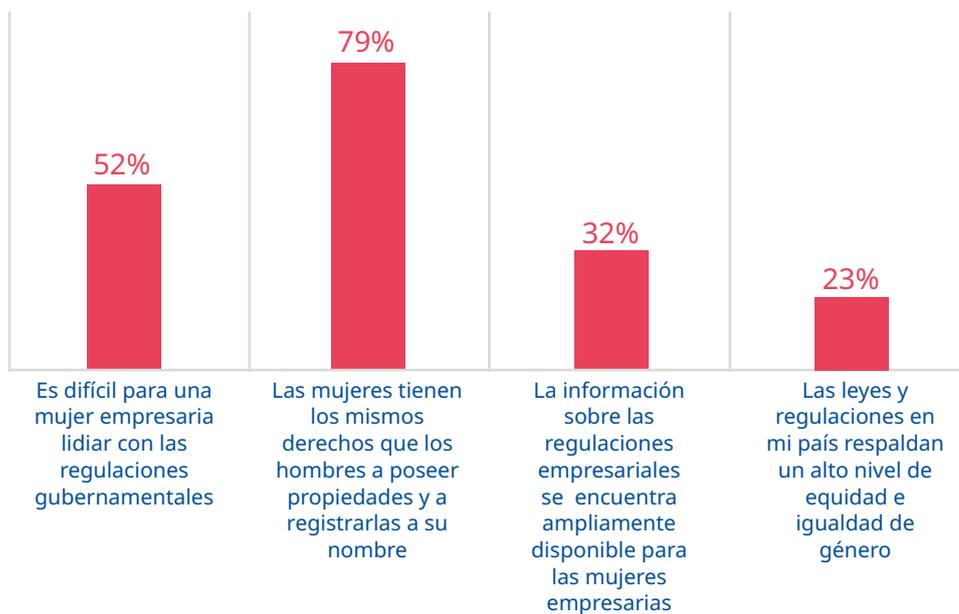
“ Globalmente, la valoración sobre el entorno para el desarrollo empresarial de las mujeres arroja un resultado relativamente negativo, considerando que solo el 24% de las encuestadas considera que el entorno empresarial es muy favorable para las mujeres empresarias, al mismo tiempo que un 63% es de la opinión que las mujeres tienen más dificultades para poner en marcha y hacer crecer sus negocios que los hombres. ”

Gráfico 31. Percepciones de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial de la mujer. %. Grado de acuerdo con las afirmaciones. Panamá, 2022

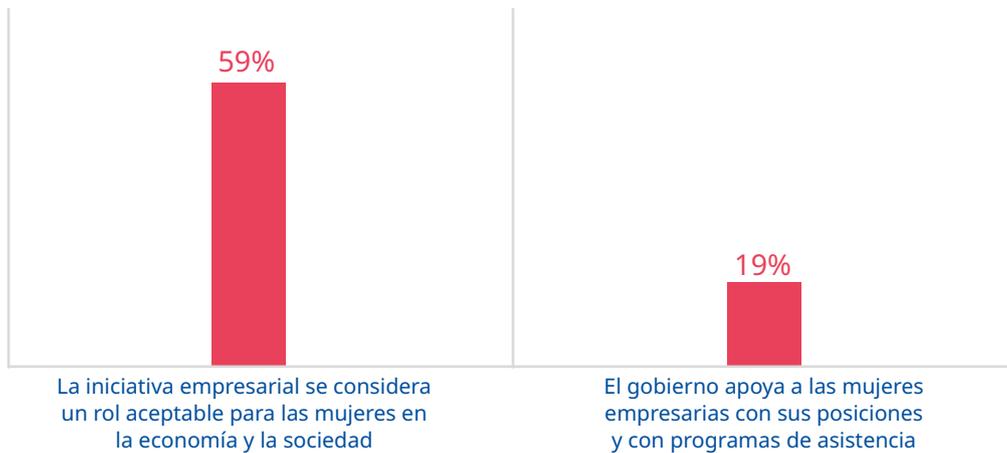
## PERCEPCIÓN PERSONAL



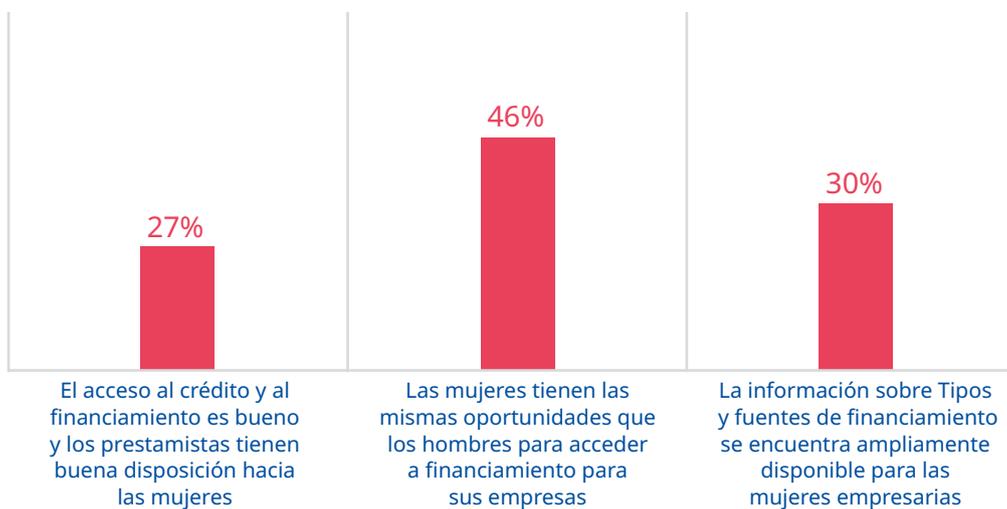
## CONDICIÓN WED 1. Sistema legal y regulatorio

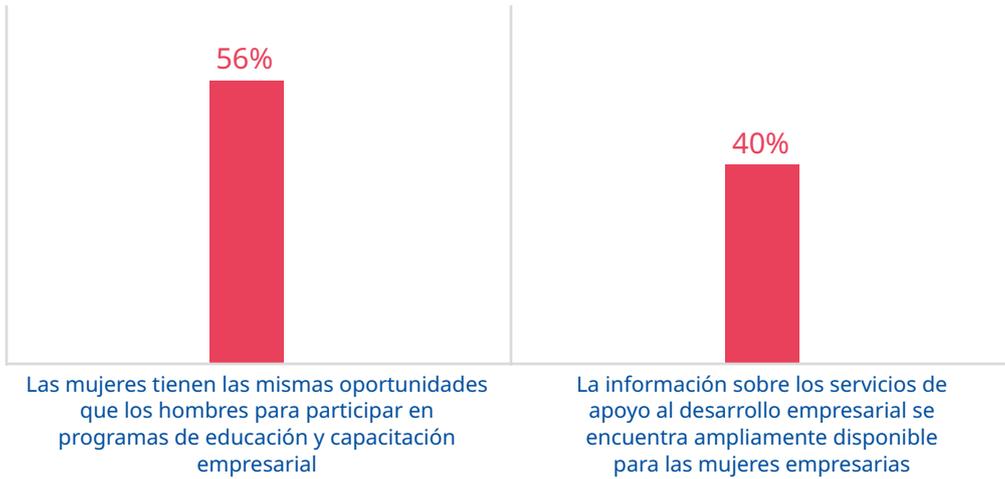
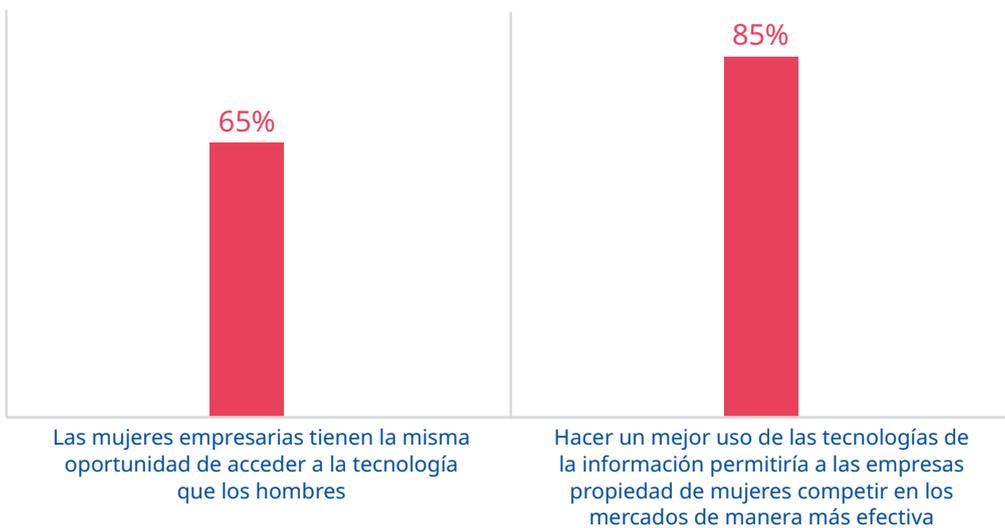


## CONDICIÓN WED 2. LIDERAZGO POLÍTICO Y EFECTIVO Y COORDINACIÓN PARA LA PROMOCIÓN WED

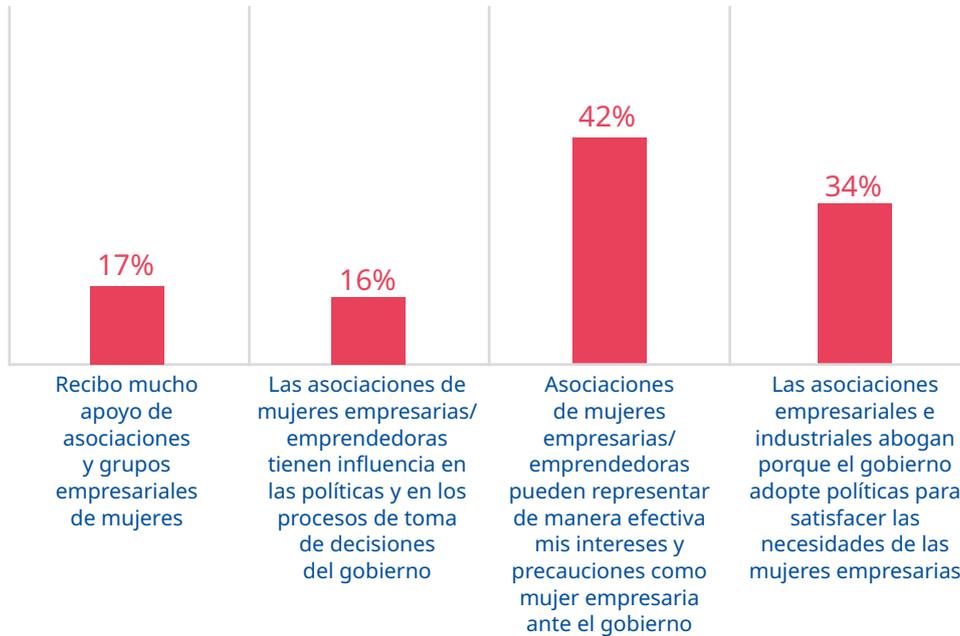


## CONDICIÓN WED 3. ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS Y SENSIBLES AL GÉNERO

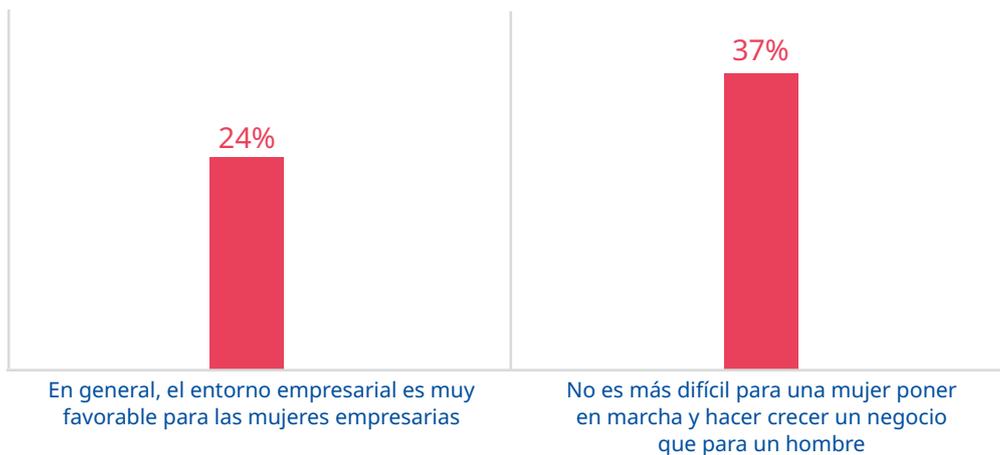


CONDICIÓN WED 4. ACCESO A SERVICIOS DE  
DESARROLLO EMPRESARIAL Y SENSIBLES AL GÉNEROCONDICIÓN WED 5. ACCESO A MERCADOS  
Y TECNOLOGÍA

## CONDICIÓN WED 6. REPRESENTACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS Y PARTICIPACIÓN EN EL DIÁLOGO SOCIAL



## VALORACIÓN GLOBAL



Fuente: (CONEP, 2022)

# Anexos

## Anexo 2: Listado de informantes clave entrevistados

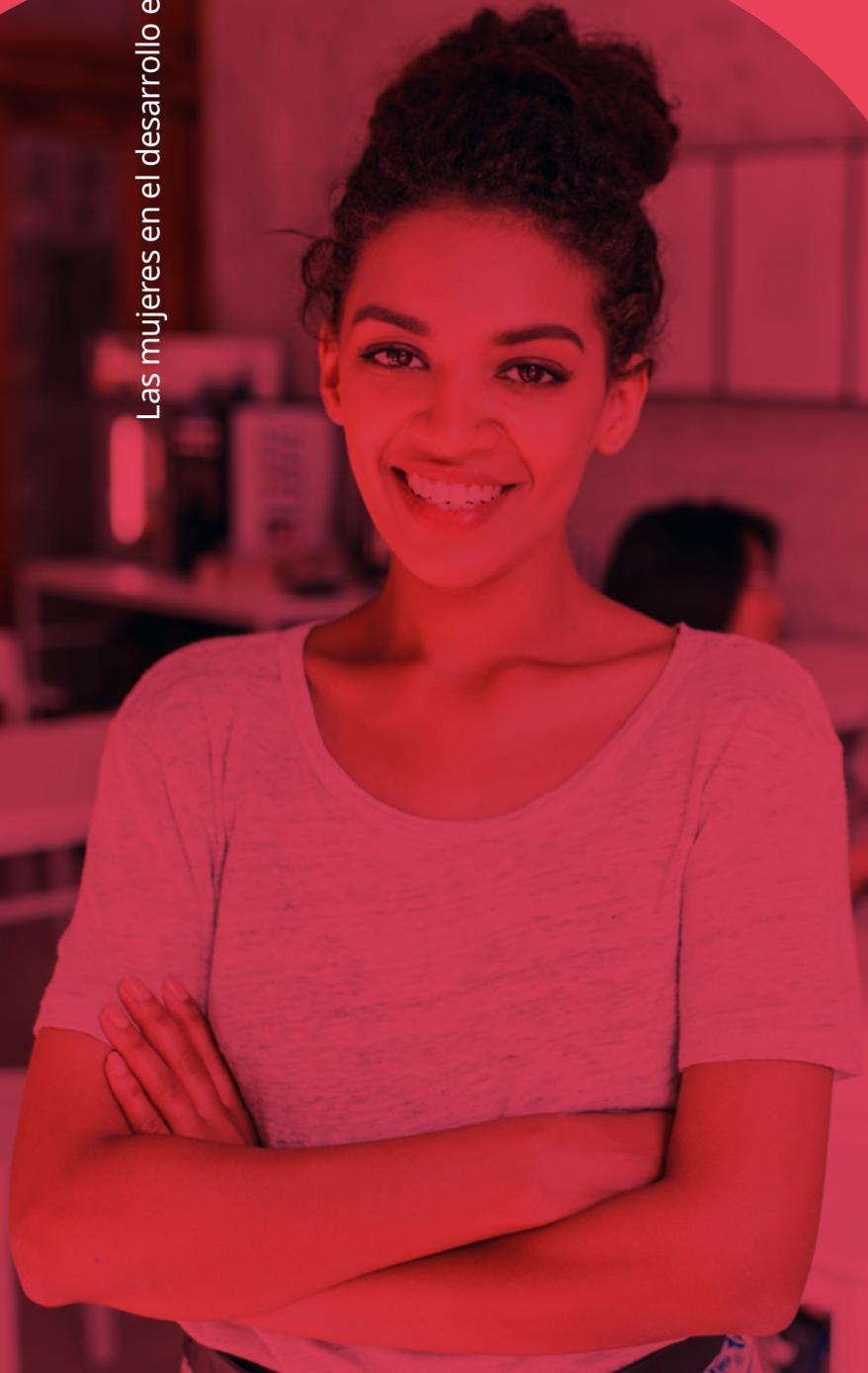
# Entrevistados

- Adriana Angarita, Directora, SenecaLab.
- Aida Michelle Ureña de Maduro, Gerente, Grupo SUCASA.
- Aimeé Sentmat, Presidenta, Banistmo.
- Bruno Basile, Director Ejecutivo, SUMARSE.
- Carmen Gisela Vergara, Directora, Autoridad para la Atracción de Inversiones y la Promoción de Exportaciones de Panamá (PROPANAMA).
- Denise Guillén, Sub Administradora General, Autoridad de Turismo de Panamá.
- Doris Zapata Acevedo, Ministra, Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral (MITRADEL).
- Dra. Ivonne Torres Atencio, Directora Dep. de Farmacología y Vocera STEM del SENACYT, Universidad de Panamá.
- Elisa Suárez de Gómez, Presidenta, Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa, APEDE.
- Esilda María Camacho, Directora Ejecutiva, Asociación Panameña de Aseguradores.
- Francisco Mola, Director Nacional de Industrias y Desarrollo Empresarial, Ministerio de Comercio e Industrias (MICI).
- Gabriela Acuña, Asesora del Despacho Superior, Autoridad de la Micro Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME).
- Gisela Álvarez de Porras, Managing Partner / Dentons y presidenta voces vitales, Dentons.
- Irvin A. Hallman, Presidente, Centro Nacional de competitividad CNC.

- Julio De La Lastra, Expresidente del CoNEP.
- Katherine Shahani, Directora Planeación Estratégica, Grupo Shahani y Presidenta Comisión de Género, CoNEP.
- Liriola Leoteau, Ex Directora del Instituto Nacional de la Mujer (INAMU).
- Lorena González, Presidenta, Iniciativa por la Paridad.
- Maria Inés Castillo, Ministra, Ministerio de Desarrollo Social (MIDES).
- Maria Teresa Silva Porto, Ana Ines Grigera, Galileo Solis, Especialista en mercados laborales, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), especialista en género y diversidad, Especialista en competitividad, tecnología e innovación.
- Mariela Salgado, Directora, Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH).
- Maruquel Pabón de Ramírez, Abogada independiente/ Consultora, IGCP.
- Mónica de Chapman, Presidenta, Asociación de Directoras de Panamá (ADP).
- Omayra Casamá y Sara Omi Casamá, Primera Mujer cacique en Panamá y América Latina Primera Mujer Emberá abogada, Vocera de ONU, Mujeres Indígenas de Mesoamérica / Asociación de Mujeres Artesanas de Ipeti Embera (AMARIE).
- Pedro Vera - Asesor Regional para derechos de la mujer en temas de género, Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.
- Ramón Martínez De La Guardia, Ministro, Ministerio de Comercio e Industrias (MICI).
- Ricardo González de Mena, Presidente, Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresas (APEDE).

# Entrevistados

- Virginia Barreiro, Directora de Cooperación Técnica Internacional, Ministerio de Desarrollo Social (MIDES).
- William Vega Murillo y Pedro Vera, Oficial de Derechos Humanos Panamá y Costa Rica Asesor Regional para derechos de la mujer en temas de género, Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos.
- Yelitza González, Directora Oficina de Género y Trabajo, Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral (MITRADEL).



Financiado por la Unión Europea



Organización Internacional del Trabajo

ACT/EMP



CONSEJO NACIONAL DE LA EMPRESA PRIVADA

