

La brecha de género en las empresas con actividad internacional: análisis del caso del Principado de Asturias

Inés Couso-Blanco, Pilar L. González-Torre, Cristina López-Duarte¹, Marta M. Vidal-Suárez

Universidad de Oviedo, España

doi: <https://doi.org/10.20420/eni.2022.540>

Resumen

Este trabajo de investigación analiza la actividad internacional de las empresas del Principado de Asturias desde una perspectiva de género, estudiando la implicación de las mujeres en las estrategias, decisiones y actividades internacionales de las empresas. El estudio evidencia la existencia de una notable brecha de género: no solo la mayor parte de las personas decisoras en el ámbito de la internacionalización empresarial son hombres, sino que las mujeres hacen frente a mayores limitaciones y obstáculos para implicarse en ella. Adicionalmente, las mujeres involucradas en decisiones y actividades internacionales presentan una cualificación superior a la de sus homólogos masculinos.

Palabras clave: género, internacionalización, empresa, Asturias

Clasificación JEL: F23, M16.

Agradecimiento: Los autores agradecen el encargo recibido por la Sociedad de Promoción Exterior del Principado de Asturias (ASTUREX) [Contrato CN-21-012].

Fuente de referencia: Contrato suscrito en mayo de 2021 entre ASTUREX y la Universidad de Oviedo para la realización del proyecto “El papel de la mujer en las empresas asturianas con actividad internacional”.

1 Introducción

La participación de la mujer en las actividades internacionales de las empresas es inferior a la de los hombres; realidad ampliamente constada tanto en el ámbito nacional como en el internacional². De hecho, la propia Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027 hace referencia explícita a la necesidad de considerar la perspectiva de género en el emprendimiento y proyección internacional empresarial de nuestro país.

Empoderar a las mujeres y promover la igualdad de género es fundamental para acelerar el desarrollo económico y social y avanzar en el logro del Objetivo de Desarrollo Sostenible #5 de la Agenda 2030 de Naciones Unidas. Sin duda, las diferentes agencias de promoción exterior están llamadas a jugar un papel relevante en el

impulso de este empoderamiento en el ámbito concreto de la política comercial y el comercio exterior.

Disponer de información precisa y fidedigna sobre el estado de la cuestión constituye el paso previo necesario para el diseño de programas que incentiven la implicación femenina en los proyectos de internacionalización empresarial. Al objeto, para el caso de Asturias, la Sociedad de Promoción Exterior del Principado de Asturias (ASTUREX) encargó en mayo de 2021 a un equipo de investigación de la Universidad de Oviedo la elaboración de un estudio sobre la implicación de las mujeres en las actividades, estrategias y decisiones de internacionalización de las empresas asturianas.

¹Autor de correspondencia: clduarte@uniovi.es.

²Véanse, por ejemplo, Bullough *et al.* (2017), Koveshnikov *et al.* (2019) y Stavtyskyy *et al.* (2020).

2 Metodología

Para desarrollar el estudio, el equipo de investigación realizó diversos análisis sobre dos conjuntos de empresas diferentes:

- I. La población objeto de estudio, integrada por 1.529 empresas asturianas que desarrollan actividades importadoras y/o exportadoras o tienen potencial para llevar a cabo estas últimas y presentan sus cuentas anualmente al registro mercantil del Principado de Asturias, identificadas a partir de las fuentes recogidas en la Tabla 1.

Tabla 1. Ficha técnica de la población objetivo

Universo	Empresas localizadas en Asturias con experiencia internacional y/o con potencial de extender su actividad fuera de los límites nacionales.
Unidad poblacional	Empresa con actividad internacional importadora y/o exportadora real o potencial.
Tamaño poblacional	1.529
Origen datos	<ul style="list-style-type: none"> •Asturex •Informa D&B (eInforma) •Parque Tecnológico de Asturias •Parque Científico Tecnológico de Gijón–Milla del Conocimiento Margarita Salas •Parque Tecnológico de Avilés Isla de la Innovación •Puerto de Avilés •Puerto de Gijón

- II. Una muestra integrada por las 247 empresas de la población que respondieron al cuestionario *ad hoc* diseñado para la realización de este estudio³. Mediante el trabajo de campo realizado entre septiembre y diciembre de 2021, se recabó información sobre las empresas y sus actividades internacionales, así como sobre la persona responsable de las decisiones de internacionalización (perfil demográfico, formación y experiencia profesional, rasgos y características en el desempeño profesional y

equilibrio trabajo-vida personal). La tasa de respuesta obtenida alcanzó el 16,1%, facilitando un tamaño muestral razonablemente alto (error muestral: 5,71%, intervalo de confianza: 95%).

3 Resultados

La empresa asturiana con actividad internacional: primera aproximación

A partir de la primera unidad de estudio (1.529 empresas), se constató el predominio de las microempresas (menos de 10 trabajadores), seguidas de las empresas de tamaño pequeño (entre 10 y 50 trabajadores). Aproximadamente la mitad se enmarca en el sector de comercio y reparación de vehículos, ocupando la industria manufacturera un distante segundo lugar y el sector de servicios relacionados con las actividades profesionales, científicas y técnicas el tercer puesto del ranking. Conjuntamente, estos tres sectores aglutinan más del 80% de las empresas asturianas con actividad internacional. Más del 60% de las empresas que conforman la población desarrolla actividad exportadora.

La segunda unidad de análisis (muestra) presenta una elevada similitud en relación con estas variables, lo que, unido a las ya mencionadas tasa de respuesta, error muestral e intervalo de confianza, permite garantizar su representatividad y la fiabilidad de los resultados y conclusiones alcanzados.

Se evidencia en la muestra una fuerte presencia de empresas jóvenes: la mitad cuenta con menos de 20 años de antigüedad y un 20% tiene apenas 5 años de vida, apuntando a la presencia de *born globals* o empresas que comienzan su proyección internacional en una fase muy temprana de su existencia. También es relevante el peso de las empresas de base tecnológica (EBT) que desarrollan su actividad en sectores de alta tecnología y se centran en la

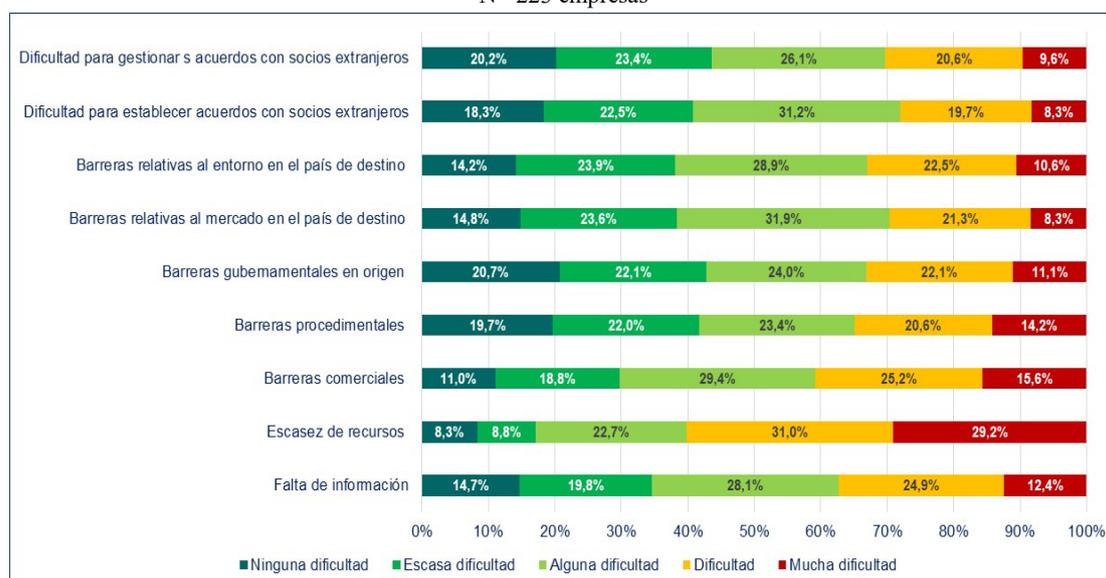
³Este cuestionario fue diseñado por el equipo de investigación *Emprendimiento y Negocios Internacionales (ENI)* de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria en el marco de un estudio similar centrado en Canarias. Al objeto de facilitar la comparabilidad y escalabilidad de los resultados, ENI facilitó el uso de su cuestionario al equipo de investigación de la Universidad de Oviedo.

aplicación empresarial de innovaciones y conocimientos científicos o tecnológicos. El valor de estas empresas es ampliamente reconocido, en tanto que son generadoras de valor añadido de forma directa e indirecta (en calidad de empresas tractoras) para el conjunto de la economía, potenciadoras de la creación de empleo cualificado y catalizadoras del desarrollo y dinamización económica y social de los territorios en los que se localizan. Adicionalmente, un porcentaje muy relevante de estas empresas nace con vocación internacional, fruto del valor transnacional que suponen sus innovaciones o avances tecnológicos⁴.

Tal y como muestra la Figura 1, la principal barrera a la que se enfrentan las empresas asturianas al emprender su proyección internacional es la escasez de recursos de diferente índole (financieros, recursos humanos cualificados, personal directivo que disponga de tiempo para implicarse en el proyecto, conocimiento específico sobre el mercado receptor o sobre el propio proceso de crecimiento internacional, etc.); de hecho, la carencia de recursos no financieros constituye el factor más relevante en el caso de abandono de un mercado previamente abordado.

Figura 1. Barreras a la internacionalización empresarial

N= 223 empresas



Fuente: Elaboración propia.

La presencia femenina en las empresas con actividad internacional

Tomando como base el conjunto de la población, se analizó la composición del equipo directivo (información completa disponible para un total de 740 empresas). El predominio de hombres resulta más que notable: el 80,6% de estos puestos son ocupados por varones, frente a un 19,4% de mujeres (Figura 2); ello es así a pesar de que más del 40% de las empresas

cuentan con presencia femenina en su equipo directivo.

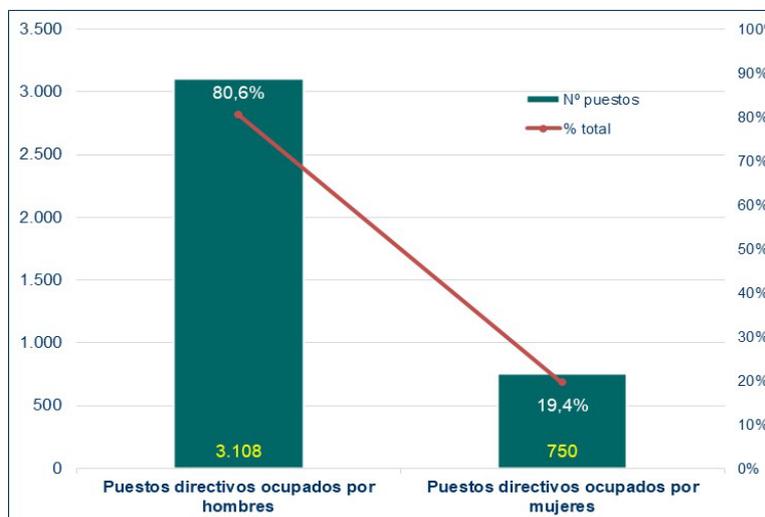
La brecha de género se acentúa cuando se analizan los puestos de mayor responsabilidad (dirección general o gerente de la empresa) ocupados por mujeres únicamente en el 12,1% de las empresas. Si bien la superioridad en el número de varones se constata para todos los puestos directivos, es en las áreas de recursos humanos, calidad, finanzas y marketing en las

⁴Un estudio detallado de estas características puede encontrarse, entre otros, en Knight y Cavusgil (1996).

que se detecta una mayor presencia femenina, con porcentajes que en algunos casos se acercan al 35% —véase (Figura 3). Esta heterogeneidad

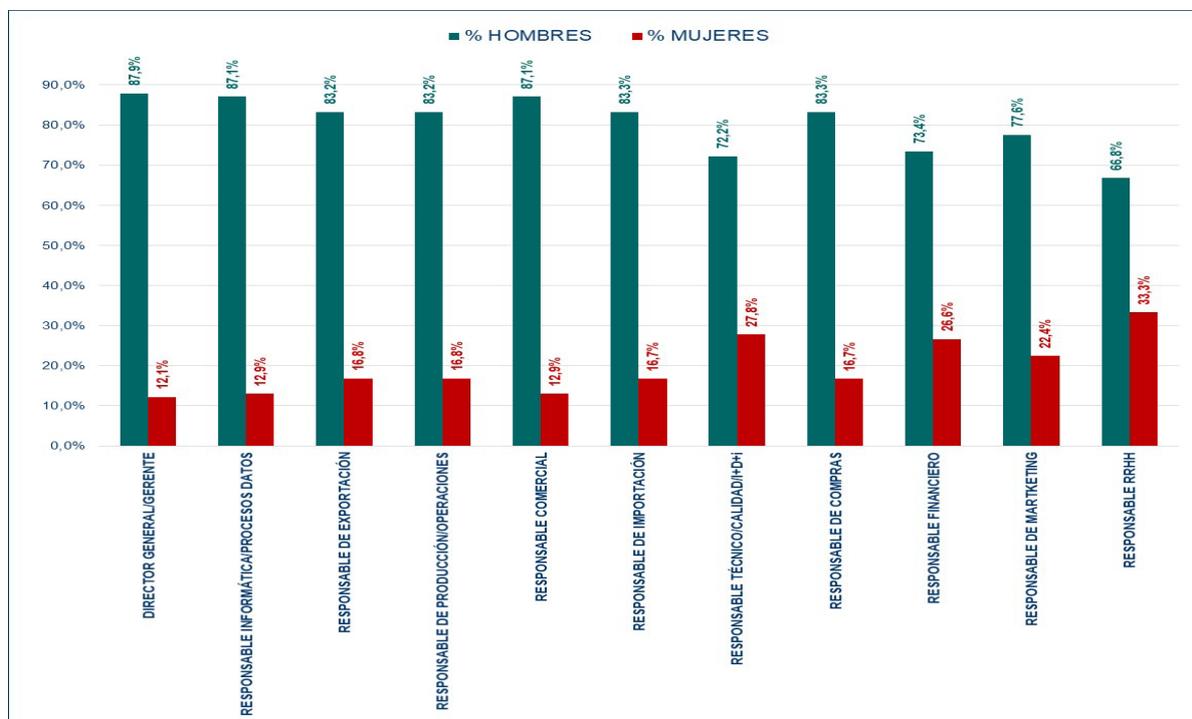
en lo que a presencia femenina se refiere en las diferentes áreas directivas refleja una realidad ya constatada a nivel nacional e internacional⁵.

Figura 2. Distribución de los puestos directivos en función del género
N=740



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Informa D&B (eInforma).

Figura 3. Distribución de cargos directivos por género
N=740

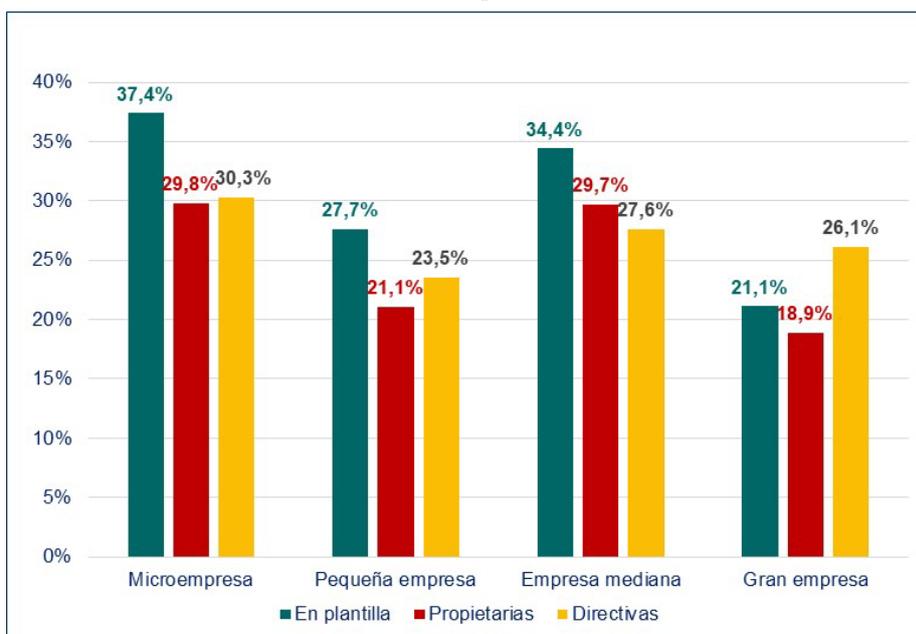


Fuente: Elaboración propia con base en datos de Informa D&B (eInforma).

⁵Véanse, por ejemplo, los informes elaborados por EADA (2021) y Grand Thornton (2021).

Para profundizar en el papel de la mujer en las empresas, se realizaron diferentes análisis sobre la segunda unidad de análisis (muestra). El primero estudió la relación entre el género y algunas características empresariales (dimensión y estructura de propiedad). Cuando se mide el tamaño a través del volumen de empleados, se constata que las microempresas muestran una mayor proporción de mujeres en sus plantillas, equipos directivos y estructuras de propiedad (Figura 4), con porcentajes que apuntan a que más de un tercio de las plantillas y de una cuarta parte de las estructuras de propiedad y dirección están integradas por mujeres.

Figura 4. Clasificación de las empresas según su tamaño (número de personas empleadas) y la distribución por género en las plantillas y estructuras de propiedad y dirección
N= 246 empresas



Fuente: Elaboración propia.

El análisis estadístico realizado permite concluir que la relación entre el grado de representatividad de las mujeres en las empresas asturianas y su tamaño es estadísticamente significativa cuando este se mide en términos de facturación; en tal caso, se constata que la representatividad de las mujeres en los órganos directivos (modulada por el grado de presencia femenina en la empresa) es más baja en las

empresas de tamaño mediano (frente a la micro y grandes empresas).

La persona que decide en el ámbito de la internacionalización empresarial

La mayor parte de las personas que toman decisiones en el ámbito de la internacionalización empresarial son del género masculino (71% de los casos) y se corresponden con personas implicadas en la propiedad de la empresa o con la persona que ostenta la dirección general o gerencia o la responsabilidad de un determinado departamento o área —p.ej., departamento comercial, departamento de ventas, departamento de exportaciones...—. El perfil tipo de quien toma las decisiones se corresponde con un varón de nacionalidad española, de mediana edad, experiencia emprendedora (bien sea mediante la puesta en marcha de nuevas empresas, bien mediante el desarrollo de nuevos proyectos empresariales en su actividad profesional), formación universitaria (80%) y dominio de, al menos, un segundo idioma.

El estudio realizado permitió constatar la existencia de diferencias notables en función del género en lo que al perfil personal, formativo, profesional y equilibrio trabajo-vida personal de la persona decisora se refiere. En concreto, la significación estadística de las diferencias observadas permiten concluir que las

mujeres responsables de las estrategias y decisiones de la internacionalización de las empresas asturianas manifiestan haber sufrido y perciben una superior discriminación en el contexto de su desempeño laboral, tanto por razón de género como por otras razones (nacionalidad o estereotipos asociados a la misma, edad, religión, etc.), perciben más claramente que los hombres la existencia de estereotipos ligados al rol de cada género, valoran en mayor medida las redes relacionales

(sean estas sociales, asociaciones, redes de amigos o allegados o vinculadas a espacios de trabajo compartido) y echan más en falta el apoyo de su entorno para conciliar (el porcentaje de mujeres que señalan no contar con apoyo para conciliar sus obligaciones familiares con las laborales duplica al de hombres). También se observa que han residido en el extranjero en menor medida que sus equivalentes masculinos, tienen menor disponibilidad para viajar por motivos laborales, menor experiencia (antigüedad) en su empresa actual y muestran menor actividad emprendedora (el promedio de empresas iniciadas por los hombres duplica al de las mujeres).

Asimismo, se realizaron una serie de estudios dirigidos a analizar la potencial existencia de indicios objetivos de discriminación por causa de género para acceder a determinados puestos de trabajo, entre ellos, el relativo a la responsabilidad de las decisiones de internacionalización de la empresa. A tal efecto, se realizó un análisis comparativo entre ambos géneros de los niveles educativos que presentan los responsables de internacionalización de las empresas.

Los resultados apuntan a una notable diferencia a favor de las mujeres en lo que a formación se refiere, ya que su nivel educativo medio es significativamente superior al de los hombres. Adicionalmente, se constata que los niveles educativos de las mujeres directivas son uniformemente altos con independencia de la categoría profesional alcanzada. Por el contrario, en el caso de los hombres se observa una relación entre el nivel educativo y la categoría profesional alcanzada (a mayor nivel educativo, mayor categoría profesional). En otras palabras, para el desempeño de una misma categoría profesional, las mujeres cuentan con una cualificación (aproximada a través del nivel educativo alcanzado) superior. Las diferencias entre los niveles educativos de ambos géneros son más acusadas en las microempresas y en las empresas

de tamaño pequeño. Por el contrario, las diferencias son menos relevantes si nos restringimos al conjunto de empresas de mayor tamaño.

4 A modo de reflexión

El estudio realizado muestra la inferior implicación femenina en las decisiones y estrategias de internacionalización de las empresas asturianas; asimismo, evidencia que las mujeres afrontan mayores limitaciones y dificultades para implicarse en ellas y que, para el desempeño de una misma categoría profesional, las mujeres cuentan con una cualificación (aproximada a través del nivel educativo alcanzado) superior a la de sus homólogos masculinos.

Remover estas barreras resulta indispensable en aras de favorecer la incorporación plena de las mujeres al comercio y la gestión internacional de las empresas y, con ello, contribuir al logro del Objetivo Desarrollo Sostenible relativo a la Igualdad de Género (ODS #5) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas. La consideración de una perspectiva de género permite, a su vez, el aprovechamiento en favor de las empresas de las características diferenciadas que ambos géneros muestran en el desempeño profesional.

5 Referencias

Bullough, A., Moore, F., & Kalafatoglu, T. (2017). Research on women in international business and management: then, now, and next. *Cross Cultural & Strategic Management*, 24(2), 211–230.

EADA Business School (2021). Brecha salarial y presencia de la mujer en puestos directivos 2021. Disponible en <https://www.eada.edu/es/actualidad/prensa/informes/brecha-salarial-y-presencia-de-la-mujer-en-puestos-directivos-2021> [fecha de consulta: 03.02.2022].

Grant Thornton (2021). Women in Business 2021. Disponible en <https://www.grantthornton.es/contentassets/8de773fd3af14a279d73fbbb03d471b1/informe-women-in-business-2021-de-grant-thornton.pdf> [fecha de consulta: 07.02.2022].

Knight, G., & Cavusoglu, S. (1996). The born global firm: a challenge to traditional internationalization theory. *Advances in International Marketing*, 8, 11–26.

Koveshnikov, A., Tienari, J., & Piekkari, R. (2019). Gender in international business journals: a review

and conceptualization of MNCs as gendered social spaces. *Journal of World Business*, 54(1), 37–53.

Stavytskyy, A., Kharlamova, G., Giedraitis, V. R., Chebryako, O., & Nikytenko, D. (2020). Gender question: econometric answer. *Economics & Sociology*, 13(4), 241–255.