



Organización
Internacional
del Trabajo

Financiado por



Unión Europea



Encuesta de Mujeres Empresarias EME



Autora:

**Soc. Daniela de los Santos,
con la colaboración de Mayra Fernández.**

Imprenta:

Gráfica Natural SA

D.L.: 378.215

Agosto 2020

Esta publicación ha sido realizada gracias al apoyo financiero del Instrumento de Asociación de la Unión Europea en el marco del Programa “Ganar-Ganar: La igualdad de género es un buen negocio”. El Programa, creado en asociación entre ONU Mujeres, la Organización Internacional del Trabajo y la Unión Europea, aboga por la igualdad de género a través del sector privado en seis países de América Latina y El Caribe.

Su objetivo es aumentar el empoderamiento y el liderazgo de las mujeres, promoviendo su participación en el mercado de trabajo y su acceso al trabajo decente, al emprendimiento y la autonomía, así como la eliminación de brechas salariales. Los contenidos de esta publicación son de exclusiva responsabilidad de la autora y no reflejan necesariamente la opinión de la Unión Europea.

Índice

Introducción.....	5
Objetivos de la encuesta	6
Metodología	7
Resultados	9
1. Datos demográficos.....	9
2. Experiencia pasada e historial de propiedad empresarial.....	11
3. Características de la empresa.....	14
4. Desafíos y financiamiento para la puesta en marcha de la empresa.....	21
5. Apoyo de información y desarrollo empresarial.....	23
6. Formalidades de registro de empresas y tratos con funcionarios gubernamentales	26
7. Desarrollo de la empresa.....	28
8. Percepciones de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial de las mujeres.....	31
9. Impactos del COVID-19 y estrategias de las empresas	33
Síntesis	35
Anexo 1.	
Formulario de la Encuesta a Mujeres Empresarias, adaptado al país y a la modalidad virtual.....	37

Índice de cuadros y gráficos

Cuadro 1. Nivel de desgranamiento de la encuesta a medida que se avanza a una nueva sección.....	8
Cuadro 2. Mujeres empresarias encuestadas según rango de edad.....	9
Cuadro 3. Mujeres empresarias encuestadas según nivel educativo.....	9
Cuadro 4. Mujeres empresarias encuestadas según estado civil.....	10
Cuadro 5. Mujeres empresarias encuestadas según número de hijos que tienen.....	10
Cuadro 6. Cantidad de empresas que posee actualmente.....	11
Cuadro 7. Cantidad de empresas de su propiedad ha tenido en el pasado (antes de la(s) que posee actualmente).....	11
Cuadro 8. Actividad a la que se dedicaba antes de poner en marcha su empresa actual.....	12
Cuadro 9. Mujeres empresarias que tuvieron que pedir permiso al marido para poner en marcha la empresa.....	13
Cuadro 10. Zona donde se encuentra su empresa.....	14
Cuadro 11. Sector donde opera su empresa.....	14
Cuadro 12. Porcentaje de mujeres propietarias en empresas que no son de propiedad individual.....	15
Cuadro 13. Porcentaje de mujeres trabajadoras en la empresa de la que es propietaria.....	17

Cuadro 14. Porcentaje de trabajadores actuales que son miembros de su familia en la empresa de la que es propietaria.....	17
Cuadro 15. Tipo de mercado en el que vende la mayoría de sus productos/servicios, según sector de actividad.....	18
Cuadro 16. Uso de herramientas digitales para la operación de la empresa.....	19
Cuadro 17. Fuentes de financiamiento a las que se intentó acceder durante el último año para obtener un préstamo para su empresa.....	22
Cuadro 18. Acceso y utilización de servicios financieros.....	23
Cuadro 19. Participó alguna vez en ferias u exposiciones. (En porcentajes).....	24
Cuadro 20. Porcentaje de mujeres empresarias que ha participado alguna vez en un programa de capacitación para aprender a usar una computadora o para utilizar la tecnología de la información y de la comunicación (TIC) en sus operaciones comerciales.....	25
Cuadro 21. Participación alguna vez en programas de apoyo empresarial ofrecidos específicamente a mujeres empresarias.....	26
Cuadro 22. Proporción de mujeres empresarias encuestadas cuya empresa está registrada en organismos seleccionados.....	26
Cuadro 23. Principales ventajas de tener una empresa registrada (formal), de acuerdo a las mujeres empresarias encuestadas.....	28
Cuadro 24. Formas en las que piensa desarrollar o mejorar su empresa durante el próximo año, dentro del total que responde que planea hacer cambios.....	30
Cuadro 25. Formas en las que la crisis del COVID-19 ha afectado las actividades productivas y/o comerciales de la organización.....	33
Cuadro 26. Decisiones tomadas por mujeres empresarias encuestadas respecto a sus dependientes, según sexo del trabajador. (Total de trabajadores afectados en todas las empresas encuestadas).....	34
Cuadro 27. Principales innovaciones que las mujeres empresarias encuestadas han realizado en la operación de su empresa a causa de la crisis generada por el COVID-19.....	34

Gráficos

Gráfico 1. Año en que puso en marcha su primera empresa.....	11
Gráfico 2. Edad que tenía cuando puso en marcha su primera empresa.....	12
Gráfico 3. Razones por las que tiene su propia empresa.....	13
Gráfico 4. Tipo de local donde opera su empresa.....	15
Gráfico 5. Tipo de estructura organizacional de su empresa.....	15
Gráfico 6. Tamaño de la empresa de la que es propietaria.....	16
Gráfico 7. Tipo de contratación de los trabajadores y trabajadoras de su empresa.....	16
Gráfico 8. Tipo de mercado en el que vende la mayoría de sus productos/servicios.....	17
Gráfico 9. Herramientas que utiliza para la operación de su empresa.....	19
Gráfico 10. Propósitos para los que utiliza herramientas TIC.....	20
Gráfico 11. Principales desafíos que enfrentó al poner en marcha su empresa.....	21
Gráfico 12. Fuentes de financiamiento que usó al poner en marcha su empresa.....	21
Gráfico 13. Principales problemas para obtener un préstamo de una institución financiera (banco o institución microfinanciera), según mujeres empresarias encuestadas.....	22
Gráfico 14. Membresía en organizaciones relacionadas con las empresas. (En porcentajes).....	23
Gráfico 15. Principales fuentes de información sobre asuntos relacionados con la empresa. (En porcentajes).....	24
Gráfico 16. Fuente de asesoramiento obtenido durante el último año para su empresa. (En porcentajes).....	24
Gráfico 17. Percepción de las mujeres empresarias encuestadas sobre sus propias habilidades en TICs.....	25
Gráfico 18. Factores que resultan una barrera para registrar una empresa, según las mujeres empresarias encuestadas.....	27
Gráfico 19. Inversiones realizadas en su empresa durante el último año.....	29
Gráfico 20. Factores que las mujeres empresarias identifican como posibles problemas para hacer crecer su empresa en el futuro.....	30
Gráfico 21. Percepciones sobre condiciones operativas de las mujeres empresarias para emprender.....	32

Introducción

Desde la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSU) y el Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo – Uruguay (CIEDUR), se llevó adelante durante los meses de mayo y junio de 2020 la “Encuesta a Mujeres Empresarias”. Se trata de una encuesta en modalidad virtual dirigida a mujeres propietarias y administradoras de sus propias empresas, que busca ayudar a identificar los problemas que enfrentan las mujeres al intentar poner en marcha sus propias empresas, así como las limitaciones y soluciones que encuentran al administrarlas. Esta encuesta forma parte de un estudio más amplio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en el marco del proyecto “Ganar-Ganar: La igualdad de género es un buen negocio”.

El informe se estructura de la siguiente manera: se presentan primero los objetivos de la encuesta y su estructura, así como la metodología seguida, incluyendo datos sobre el marco muestral, la muestra final, la modalidad y las

dificultades encontradas en el levantamiento de datos. Por su parte, los resultados se presentan divididos en nueve subsecciones: datos demográficos; experiencia pasada e historial de propiedad empresarial; características de la empresa; desafíos y financiamiento para la puesta en marcha de la empresa; apoyo de información y desarrollo empresarial; formalidades de registro de empresas y tratos con funcionarios gubernamentales; desarrollo de la empresa; percepciones de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial de las mujeres, e impactos del COVID-19 y estrategias de las empresas. Por último, se presenta una breve síntesis de los resultados.

Objetivos de la encuesta

El objetivo final de la Encuesta de Mujeres Empresarias (EME) es identificar acciones que influyan en mejoras en el entorno de políticas, regulatorio y de apoyo para las mujeres empresarias en el país, que les faciliten poner en marcha y hacer crecer sus propias empresas y tener éxito en sus esfuerzos. Las opiniones de las mujeres expresadas en la encuesta son valiosas para determinar la dirección de los cambios futuros y necesarios.

El cuestionario de la EME contiene 65 preguntas divididas en nueve secciones. Las preguntas de cada sección están diseñadas para recoger información:

- sobre las mujeres empresarias, incluyendo su experiencia pasada, su historial de propiedad empresarial, sus motivaciones y su información demográfica básica;
- sobre las características de sus empresas, incluida la edad, la estructura jurídica, el sector de actividad, las instalaciones operativas, el empleo, los mercados y el uso y apropiación de las TIC;
- sobre los desafíos para iniciar sus empresas y en el acceso al financiamiento;

- sobre sus experiencias en el acceso a información empresarial y al apoyo al desarrollo empresarial;
- sobre sus experiencias con el registro empresarial y otros tratos con funcionarios del gobierno (por ejemplo, inspecciones gubernamentales, hostigamiento);
- sobre el desarrollo de la empresa en términos de inversiones recientes para mejorarla o expandirla, y sus expectativas sobre el desarrollo y desempeño de la empresa;
- sobre sus percepciones acerca del entorno operativo para las mujeres empresarias, incluidas las condiciones de equidad para mujeres y hombres empresarios;
- sobre los impactos de la crisis del COVID-19 sobre las empresas dirigidas por mujeres y las estrategias que estas han desplegado para afrontarla.

Metodología

El universo de la encuesta son las mujeres propietarias de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), definidas por el Decreto 504/007¹. De acuerdo a este, son microempresas aquellas que ocupan no más de cuatro personas y cuyas ventas anuales, excluido el IVA, no superan el equivalente a dos millones de unidades indexadas; pequeñas empresas, por su parte, son las que ocupan no más de diecinueve personas y cuyas ventas anuales, excluido el IVA, no superan el equivalente a diez millones de unidades indexadas; por último, medianas empresas son las que ocupan no más de noventa y nueve personas y cuyas ventas anuales excluido el IVA, no superan el equivalente a setenta y cinco millones de unidades indexadas.

En la economía uruguaya se estiman unas 151.910 MIPYMEs, de las cuales una proporción reducida es propiedad de mujeres.² En general, se encuentran dificultades para identificar la propiedad de las empresas, ya que quienes figuran en las encuestas o bases de datos son referentes o informantes de la empresa, pero no necesariamente quien posee la propiedad o

la dirección de esta. Dado el reducido tamaño del sector empresarial de liderazgo femenino en Uruguay, las dificultades para identificar las empresas efectivamente dirigidas por mujeres y el contexto de aplicación de la encuesta (con muchas empresas cerradas temporalmente debido a la crisis sanitaria del COVID-19), se apeló a alcanzar un mínimo de 100 mujeres empresarias encuestadas, y a un máximo de 200.

El marco muestral utilizado en el estudio fue solicitado por CIEDUR a la CCSU. Consiste en un listado con información de clasificación general (rama de actividad, tamaño de empresas, localización) y datos de contacto (nombre de contacto, nombre de la empresa, teléfono, correo electrónico). La CCSU recopiló estos datos en diálogo con ONU Mujeres, la Organización de Mujeres Empresarias del Uruguay (OMEU), los Centros y Asociaciones Comerciales del Interior afiliados a la CCSU y las Gremiales de Montevideo vinculadas y administradas por la CCSU.

La EME se llevó adelante en modalidad virtual autoadministrada. Se enviaron correos electrónicos a los listados de empresarias suministrados por las distintas organizaciones citadas, y se realizó un seguimiento telefónico, por correo electrónico y, en la última etapa, por mensaje de texto.³

¹Este decreto impone modificaciones al Decreto 54/992, que reglamentó la Ley N°16.201 de Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

²De acuerdo con la Encuesta Nacional de MIPYMES industriales y de servicios de 2017, el 35% de las MIPYMEs es dirigido por mujeres. Las mujeres empresarias se encuentran sobrerrepresentadas en términos relativos en las microempresas (37%), y son menos en las empresas pequeñas (24%) y medianas (20%). Ver:

https://www.miem.gub.uy/sites/default/files/encuesta_nacional_de_mipymes_industriales_y_de_servicios_2017_0.pdf

Se enviaron un total de 346 invitaciones a contestar la encuesta vía mail. La tasa de respuesta al cerrar el relevamiento fue del 49%⁴, lo cual se traduce en un total de 169 mujeres encuestadas. De estas, un 39% no cumplía con los criterios necesarios para efectivamente ser considerada en la encuesta, por lo que fue descalificada tras una serie de preguntas iniciales de filtro.⁵ Esto se relaciona con la problemática ya mencionada sobre la dificultad de identificar a priori las empresas efectivamente dirigidas por mujeres.

En este sentido, se cuenta finalmente con 103 respuestas sustantivas. La muestra alcanzada resulta representativa del universo de empresas lideradas por mujeres en Uruguay, con un margen de error de +/- 9,6%.

Una de las dificultades de la encuesta en modalidad virtual es que se cuenta con poca capacidad de controlar la compleción del formulario por parte de las encuestadas. A pesar de que 103 personas comienzan a responder, alrededor de un 3% desisten de continuar contestando al cambiar de sección. El Cuadro 1 muestra la cantidad de respuestas según sección.

El relevamiento fue llevado adelante entre el 13 de mayo de 2020 y el 29 de junio de 2020. La duración promedio del proceso de completar la encuesta fue entre 30 y 45 minutos. El 85% de las respuestas son de empresas que se encuentran en zonas urbanas. Por otra parte, el restante 15% opera en zonas rurales o periurbanas.

Cuadro 1. Nivel de desgranamiento de la encuesta a medida que se avanza a una nueva sección.

Sección	Cantidad de respuestas que inician cada sección
Inicio de la encuesta (Página de descalificación)	169
1 – Experiencia pasada e historial	103
2 – Características de la empresa	98
3 – Desafíos y financiamiento	91
4 – Apoyo de información y desarrollo empresarial	87
5 – Formalidades de registro	83
6 – Desarrollo de la empresa	80
7 – Percepciones sobre condiciones para emprender	77
8 – Datos demográficos	76
9 – Impactos del COVID-19	75

³Cabe considerar que la encuesta se aplicó durante un período en el que muchas empresas se encontraban cerradas por el contexto de crisis sanitaria del COVID-19. En este marco, en los casos en que la información del marco muestral involucraba solamente teléfonos fijos asociados al local donde funciona la empresa, se registraron tasas de respuesta más bajas.

⁴Típicamente, la tasa de respuesta de las encuestas virtuales es menor al 15-20%, por lo cual se trata de un buen resultado.

⁵Las primeras cinco preguntas del formulario buscaron asegurarse de que la persona que contesta la encuesta entre efectivamente dentro del universo de estudio (Ver Anexo). Se la considera descalificada si: la encuestada no es dueña de una empresa (propiedad individual-única propietaria, sociedad-sociedad igualitaria, empresa de responsabilidad limitada- ella sola o en conjunto con otras mujeres posee al menos el 51% de las acciones); no tiene la función principal en la gestión de la empresa y en la toma de decisiones empresariales; la empresa no lleva por lo menos 12 meses operando; la empresa no está generando ingresos por ventas; la encuestada no ha sido propietaria/administradora durante este período de 12 meses.

Resultados

1. Datos demográficos

La mayoría de las mujeres empresarias encuestadas son de mediana edad, estando en el rango entre 40 y 55 años (63% del total). Un 21% es más joven y se sitúa en el rango entre 25 y 39 años, y un 16% tiene más de 55 años (Cuadro 2). Sumado a esto, la mayor parte de las encuestadas tiene un nivel de formación alto.

Más de seis de cada diez completaron formación universitaria (grado o posgrado) o técnico-profesional. Además, una de cada cuatro tiene alguna formación postsecundaria incompleta (universitaria o no universitaria). Solo un 2,6% de las encuestadas no completó la educación secundaria (Cuadro 3).

Cuadro 2. Mujeres empresarias encuestadas según rango de edad.

Sección	Respuestas	Porcentaje
25-39 años	16	21,1
40-55 años	48	63,2
Más de 55 años	12	15,8
Total	76	100,0

Cuadro 3. Mujeres empresarias encuestadas según nivel educativo.

Nivel educativo	Respuestas	Porcentaje
Alguna educación secundaria (entre 7 y 12 años)	2	2,6
Completó la escuela secundaria	6	7,9
Alguna educación postsecundaria no universitaria	6	7,9
Alguna educación universitaria	13	17,1
Diploma de formación profesional o técnica	14	18,4
Licenciatura completa	26	34,2
Maestría completa	6	7,9
Doctorado completo	3	3,9
Total	76	100,0

El 65% de las encuestadas está casada, mientras que un 35% no lo está (Cuadro 4). Solo el 26% de ellas no tiene hijos. Contrariamente, más de la mitad de ellas tiene dos hijos o más, y un 18% tiene un hijo. A pesar de esto, dada la estructura etaria de las mujeres encuestadas, la

proporción que efectivamente convive con hijos e hijas menores de 18 años es significativamente menor. Mientras el 29% convive con un hijo y el 29% con dos hijos o más, el 41% no convive con ninguno (Cuadro 5).

Cuadro 4. Mujeres empresarias encuestadas según estado civil.

Estado Civil	Respuestas	Porcentaje
Casada	49	64,5
Divorciada o separada	8	10,5
Soltera	16	21,1
Viuda	3	3,9
Total	76	100,0

Cuadro 5. Mujeres empresarias encuestadas según número de hijos que tienen.

Nº de hijos	Respuestas	Porcentaje	Hijos menores de 18 años con los que convive	Respuestas	Porcentaje
1 hijo	14	18,4	1 hijo	22	29,3
2 hijos	28	36,8	2 hijos	17	22,7
3 hijos	11	14,5	3 hijos	5	6,7
4 hijos	2	2,6	Ninguno	31	41,3
5 hijos	1	1,3	Total	75	100,0
Ninguno	20	26,3			
Total	76	100,0			

2. Experiencia pasada e historial de propiedad empresarial

La mayoría de las encuestadas posee actualmente una sola empresa (79%); un 15% posee dos, y un 6% posee tres empresas o más (Cuadro 6). Por otra parte, más de la mitad de las encuestadas ha sido propietaria en el pasado de otra empresa, y una de cada cuatro ha sido propietaria de más de una empresa (Cuadro 7).

Cuadro 6. Cantidad de empresas que posee actualmente.

Cant. de Empresas	Respuestas	Porcentaje
Una	77	78,6
Dos	15	15,3
Tres	2	2,0
Más de 3	4	4,1
Total	98	100,0

Cuadro 7. Cantidad de empresas de su propiedad ha tenido en el pasado (antes de la(s) que posee actualmente)

Cant. de Empresas	Respuestas	Porcentaje
Ninguna	44	44,9
Una	30	30,6
Dos	13	13,3
Tres	6	6,1
Más de 3	5	5,1
Total	98	100,0

Aproximadamente una de cada tres de las mujeres empresarias encuestadas pusieron en marcha su primera empresa en algún momento durante los últimos cinco años; por otra parte, la mitad puso en marcha su primera empresa en algún momento durante los últimos doce años (Gráfico 1). La edad promedio en la que estas mujeres pusieron en marcha su primera empresa son los 31 años (Gráfico 2).

Gráfico 1. Año en que puso en marcha su primera empresa. En cantidad de encuestadas (n).

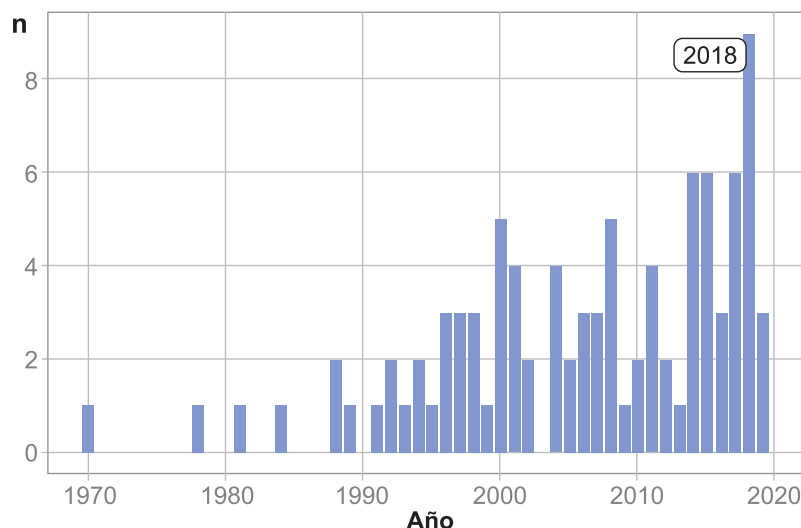
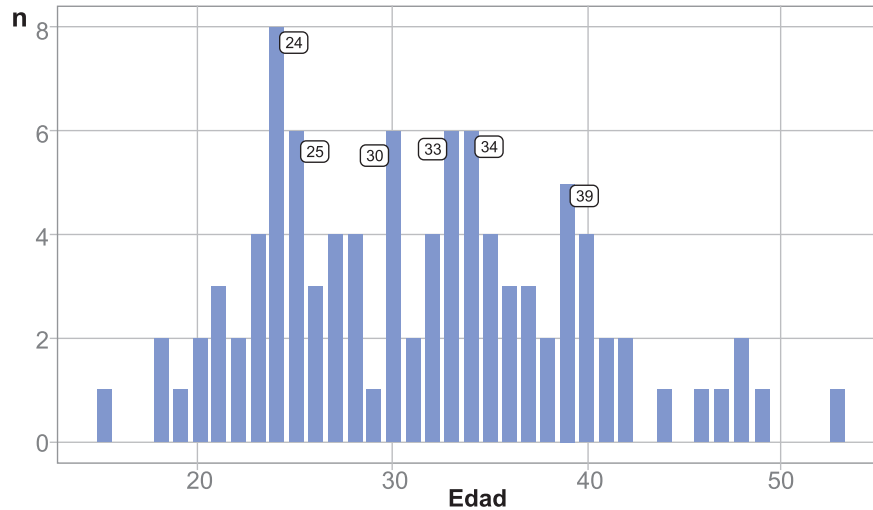


Gráfico 2. Edad que tenía cuando puso en marcha su primera empresa. En cantidad de encuestadas (n).



Antes de poner en marcha su empresa actual, más de la mitad de las mujeres se desempeñaban como empleadas en la empresa privada de otra persona. Un 14% era estudiante a tiempo completo, y un 9% era empleada en una gran empresa que cotizaba en la bolsa. Otras

actividades mencionadas por las encuestadas incluyen dirigir otra empresa (7%), desempeñarse como profesional independiente (6%) y como ama de casa a tiempo completo (5%) (Cuadro 8).

Cuadro 8. Actividad a la que se dedicaba antes de poner en marcha su empresa actual.

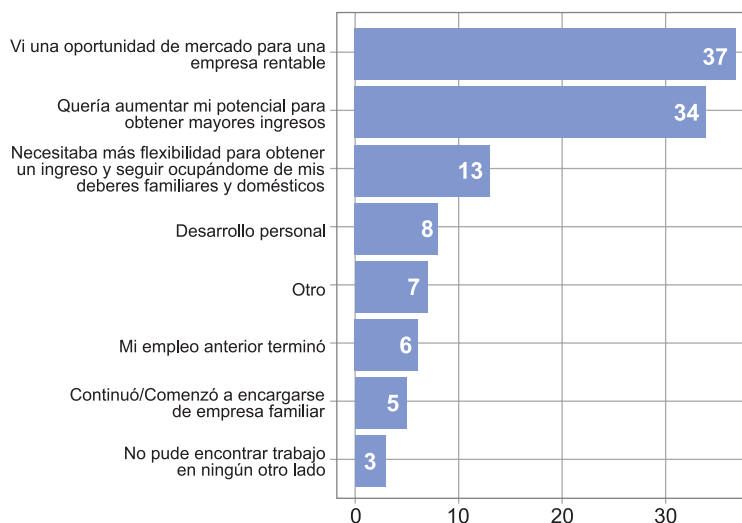
A qué se dedicaba	Respuestas	Porcentaje
Dirigía otra empresa	7	7,1
Era ama de casa a tiempo completo	5	5,1
Era empleada del gobierno	2	2,0
Era empleada en la empresa privada de otra persona	54	54,5
Era empleada en una gran empresa que cotiza en la bolsa	9	9,1
Era estudiante a tiempo completo	14	14,1
Estaba desempleada	1	1,0
Era profesional independiente	6	6,1
Otro	1	1,0
Total	99	100,0

Cuando se indaga sobre las razones por las que estas mujeres tienen su propia empresa, las respuestas más comunes son de oportunidad (“Vi una oportunidad de mercado para una empresa rentable”) y aumento de ingresos (“Quería aumentar mi potencial para obtener mayores ingresos”). Por su parte, un 13% de las encuestadas reflexiona que puso su propia empresa para mejorar su capacidad de conciliación entre

trabajo y familia. Un 8% menciona al “Desarrollo personal” como principal motivación (Gráfico 3).

Por último, la gran mayoría de las mujeres encuestadas no necesitó pedir permiso a su marido para poner su propia empresa. A pesar de esto, seis casos sí lo hicieron, aunque mayormente no se trataba de un requerimiento jurídico (Cuadro 9).

Gráfico 3. Razones por las que tiene su propia empresa. En porcentajes (%).



Cuadro 9. Mujeres empresarias que tuvieron que pedir permiso al marido para poner en marcha la empresa.

Tuvo que pedir permiso al marido	Respuestas	Porcentaje
No aplica (por ejemplo, estaba soltera)	25	25,3
No, no fue necesario	68	68,7
Sí, era un requerimiento jurídico	1	1,0
Sí, pero no era un requerimiento jurídico	5	5,1
Total	99	100,0

3. Características de la empresa

El 85,7% de las mujeres empresarias encuestadas tiene su zona de operación en localidades urbanas (Cuadro 10). El restante 14,3% se

divide en zonas rurales (6,6%) y periurbanas (7,7%). La mayoría de las empresas opera en el sector de los servicios empresariales (34%) y en el comercio minorista (17%). El Cuadro 11 muestra la distribución entre los distintos sectores de actividad.

Cuadro 10. Zona donde se encuentra su empresa.

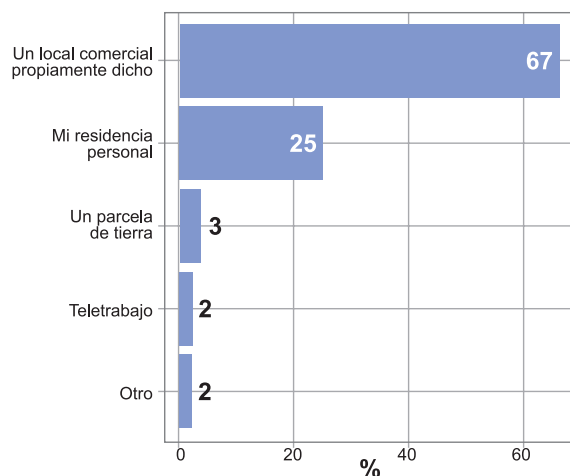
Zona	Frecuencia	Porcentaje
Periurbana (zona próxima a una ciudad)	7	7,7
Rural	6	6,6
Urbana (zona de la ciudad)	78	85,7
Total	91	100,0

Cuadro 11. Sector donde opera su empresa.

Sector de actividad	Respuestas	Porcentaje
Agricultura u otros sectores basados en recursos (por ejemplo, pesca, minería, etc.)	2	2,2
Comercio mayorista	7	7,7
Comercio minorista	15	16,5
Construcción	2	2,2
Finanzas y bienes raíces	2	2,2
Manufacturero	8	8,8
Elaboración/Procesamiento de alimentos y bebidas	8	8,8
Restaurante, servicios de comidas (catering), alojamiento	4	4,4
Servicios empresariales (suministro de servicios a otras empresas)	31	34,1
Servicios personales (los principales clientes son individuos o familias)	5	5,5
Transporte y almacenamiento	4	4,4
Artes, entretenimiento y recreación	2	2,2
Otras actividades de servicio	1	1,1
Total	91	100,0

Cerca de siete de cada diez encuestadas tiene su operación en un local comercial propiamente dicho, y una de cada cuatro la tiene en su residencia personal (Gráfico 4). Entre las primeras, la mitad señala que es dueña del local donde opera su empresa.

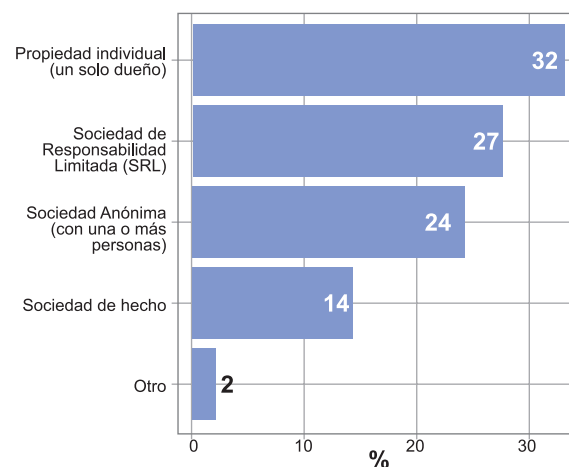
Gráfico 4. Tipo de local donde opera su empresa. En porcentajes (%).



Aproximadamente un tercio de las empresas encuestadas son de propiedad individual, esto es, tienen una sola dueña -la persona encuestada-. Por otra parte, un 27% se constituyen como sociedades de responsabilidad limitada (SRL), un 24% como sociedades anónimas y un 14% como sociedades de hecho (Gráfico 5). Considerando el 68% de las empresas que no son de propiedad individual, se trata de empresas sobre todo lideradas por mujeres. La ratio entre cantidad de mujeres propietarias (incluyendo la entrevistada) y hombres propietarios es de 1.7.

Esto implica que cada un hombre propietario, hay 1.7 mujeres propietarias. En promedio, el porcentaje de mujeres propietarias en ese tipo de empresas es del 75%.

Gráfico 5. Tipo de estructura organizacional de su empresa. En porcentajes (%).



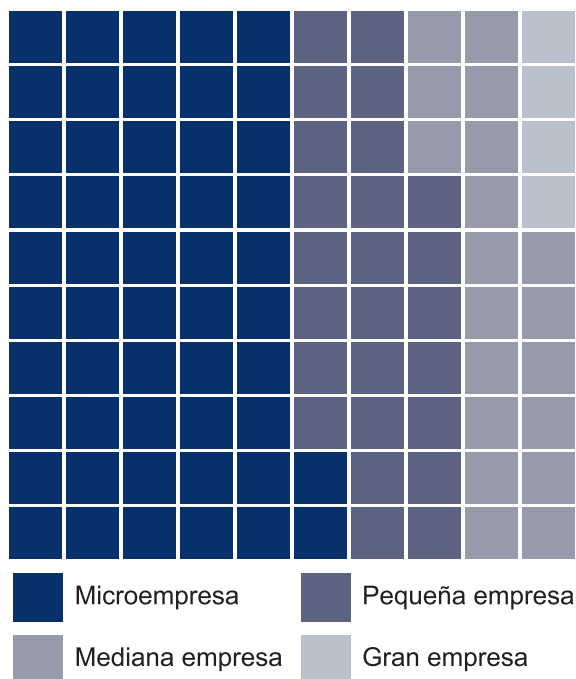
En este sentido, como muestra el Cuadro 12, entre las empresas que no son de propiedad individual, la mitad de ellas cuenta con más de un 75% de mujeres propietarias; sumado a esto, alrededor del 93% de estas empresas cuenta con al menos un número paritario de mujeres y hombres propietarios.

Cuadro 12. Porcentaje de mujeres propietarias en empresas que no son de propiedad individual.

Rango	Respuestas	Porcentaje
Menos de 25%	1	1,4
Entre 25% y 49%	4	5,6
Entre 50% y 74%	31	43,1
75% o más	36	50,0
Total	72	100,0

La mayoría de las mujeres empresarias encuestadas (53%) lidera una microempresa (hasta 4 trabajadores). Por otra parte, una de cada cuatro lidera una pequeña empresa (entre 5 y 19 trabajadores), y una de cada cinco una empresa mediana (20 a 99 trabajadores). Solo se registraron cuatro casos de mujeres liderando empresas de gran porte (100 trabajadores o más) (Gráfico 6).

Gráfico 6. Tamaño de la empresa de la que es propietaria.

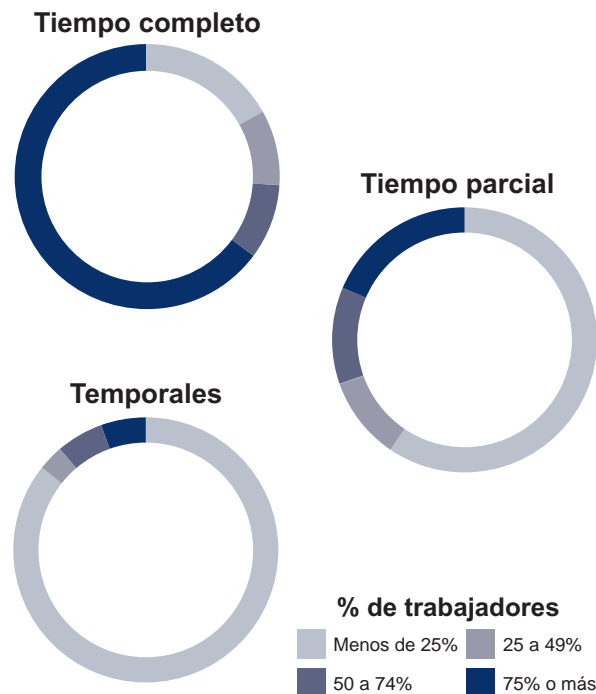


Cada unidad representa un 1% de los casos.

Respecto a la plantilla de trabajadores, el tipo de contratación más común es la modalidad a tiempo completo: más del 65% de las empresas encuestadas tienen al 75% o más de sus tra-

bajadores contratados de esa manera. A pesar de esto, una de cada cuatro de las empresas encuestadas tiene a menos de la mitad de sus trabajadores y trabajadoras contratados a tiempo completo. Por otra parte, la modalidad de contratación a tiempo parcial es menos común: alrededor del 60% de las empresas encuestadas tiene a menos del 25% de su plantilla bajo esa forma de contratación. Se destaca, de todas formas, que una de cada cinco de ellas contrata al 75% o más de sus trabajadores a tiempo parcial. Por último, se encontró que los contratos temporales no son moneda corriente entre las empresas dirigidas por mujeres. El 85% de las empresas tiene menos de un 25% de su plantilla trabajando bajo un contrato temporal (Gráfico 7).

Gráfico 7. Tipo de contratación de los trabajadores y trabajadoras de su empresa.



De las empresas encuestadas, casi el 70% se compone de plantillas de trabajadores feminizadas, esto es, donde la mitad de la plantilla o más se compone de trabajadoras mujeres (Cuadro 13). Por otra parte, casi una de cada tres tiene una plantilla de trabajadores donde predominan los hombres.

Cuadro 13. Porcentaje de mujeres trabajadoras en la empresa de la que es propietaria.

Trabajadoras Mujeres	Respuestas	Porcentaje válido
Menos de 25%	15	21,1
25 a 49%	7	9,9
50 a 74%	22	31,0
75% y más	27	38,0
Total	71	100,0

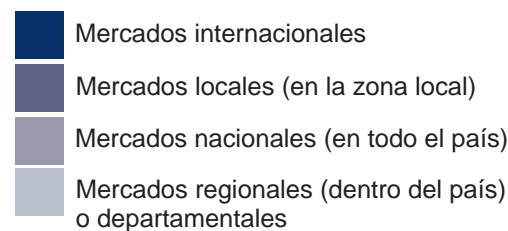
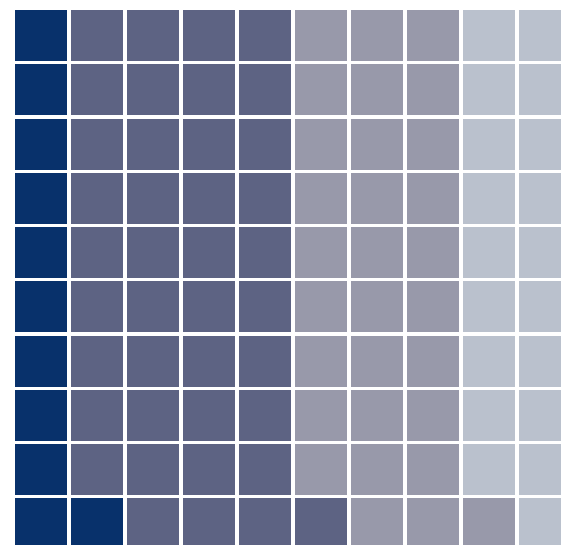
La mayoría de las y los trabajadores de las empresas no son familiares de la mujer propietaria encuestada. De hecho, en siete de cada diez de los casos, menos del 25% de la plantilla se compone de trabajadores con algún nexo familiar (Cuadro 14). Dentro de total de trabajadores familiares, en promedio el 65% de ellos trabaja en forma remunerada, y el 35% son trabajadores no remunerados.

Cuadro 14. Porcentaje de trabajadores actuales que son miembros de su familia en la empresa de la que es propietaria.

Trabajadores familiares	Respuestas	Porcentaje
Menos de 25%	49	71,0
25 a 49%	8	11,6
50 a 74%	4	5,8
75% y más	8	11,6
Total	69	100,0

La proporción de empresas lideradas por mujeres que logra insertarse en mercados internacionales es pequeña (11%). De hecho, buena parte de las empresas encuestadas (40%) vende la mayoría de sus productos/servicios en mercados locales (en la zona local). Un 31%, por su parte, hace llegar sus productos/servicios a todo el país, y un 19% tiene llegada en cierta región del país (Gráfico 8).

Gráfico 8. Tipo de mercado en el que vende la mayoría de sus productos/servicios.



Cada unidad representa un 1% de los casos.

Dentro de las empresas encuestadas, aquellas que llegan a mercados internacionales se desempeñan en los sectores del comercio mayorista, manufacturero, de elaboración de bebidas y alimentos, transporte y almacenamiento, y

arte y entretenimiento. Los sectores que acumulan la mayor cantidad de empresas encuestadas, esto es, servicios empresariales y comercio minorista, se insertan en mayor parte en mercados locales (Cuadro 15).

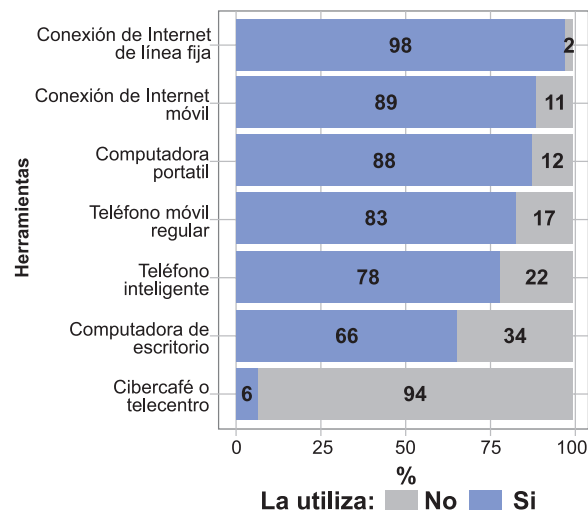
Cuadro 15. Tipo de mercado en el que vende la mayoría de sus productos/servicios, según sector de

Sector de actividad	Mercados Internacionales	Mercados Nacionales	Mercados Regionales (dentro del país) o dptales.	Mercados Locales	Total
Agricultura u otros sectores basados en recursos (por ejemplo, pesca, minería, etc.)			100,0		100,0
Comercio mayorista	14,3	57,1		28,6	100,0
Comercio minorista		6,7	26,7	66,7	100,0
Construcción				100,0	100,0
Finanzas y bienes raíces		50,0		50,0	100,0
Manufacturero	25,0	25,0	25,0	25,0	100,0
Elaboración de alimentos y bebidas	25,0	37,5	25,0	12,5	100,0
Restaurante, servicios de comidas (catering), alojamiento		50,0	25,0	25,0	100,0
Servicios empresariales (suministro de servicios a otras empresas)	6,5	35,5	12,9	45,2	100,0
Servicios personales (los principales clientes son individuos o familias)		40,0	20,0	40,0	100,0
Transporte y almacenamiento	25,0	25,0	25,0	25,0	100,0
Artes, entretenimiento y recreación	100,0				100,0
Otras actividades de servicio		100,0			100,0
Total	11,0	30,8	18,7	39,6	100,0

Respecto a las herramientas que utilizan las mujeres empresarias para la operación de su empresa, la gran mayoría utiliza herramientas de digitalización (conexión de internet de línea fija, conexión de internet móvil, computadora portátil, teléfono móvil, teléfono inteligente). Un 6% (4 casos) respondió que se comunica mediante cibercafé o telecentro.

En términos de cómo aprovechan las herramientas de digitalización y conectividad, vale destacar que el 76% de las mujeres empresarias encuestadas tiene sitio web. A pesar de esto, la proporción que vende alguno de sus productos o servicios en línea es bastante menor (44%) (Cuadro 16).

Gráfico 9. Herramientas que utiliza para la operación de su empresa.



Cuadro 16. Uso de herramientas digitales para la operación de la empresa. En porcentajes (%).

Categoría de respuesta	Tiene sitio web		Vende alguno de sus productos o servicios en línea	
	Respuesta	Porcentaje	Respuesta	Porcentaje
No	22	24,2	51	56,0
Sí	69	75,8	40	44,0
Total	91	100,0	91	100,0

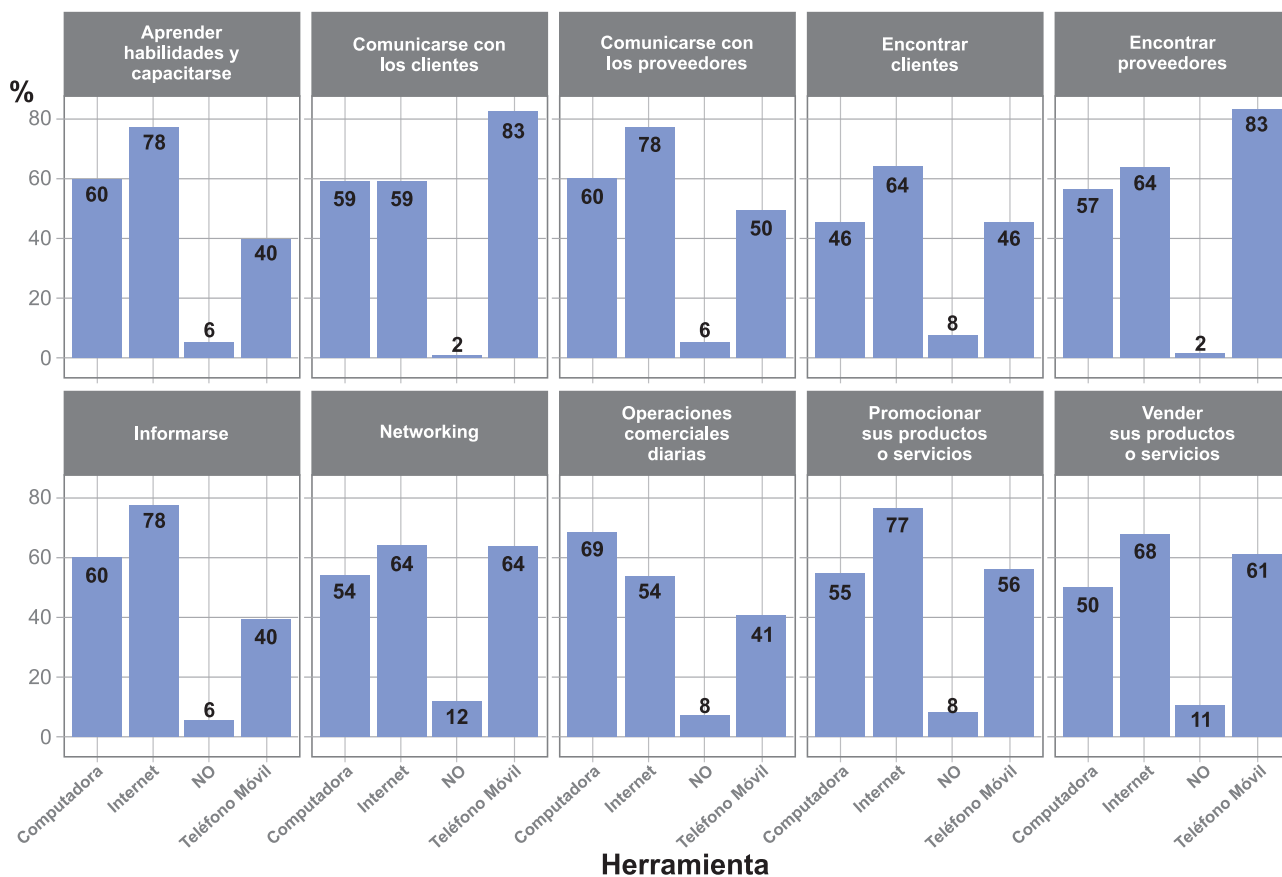
Las tecnologías de información y comunicación (TICs) son utilizadas por las mujeres empresarias para diferentes propósitos. Por ejemplo, el uso de la computadora y de internet es muy común para aprender habilidades y capacitarse, comunicarse con proveedores, para informarse y realizar operaciones comerciales diarias. Pero el teléfono móvil también es una

herramienta clave en muchos aspectos, y continúa superando al uso de internet y computadora para cuestiones como encontrar proveedores y comunicarse con clientes. Para algunos propósitos, se utiliza una combinación equilibrada de internet, computadora y teléfono móvil: encontrar clientes, networking (específicamente, establecer redes de contactos o participar en

actividades de asociaciones o grupos empresariales/sectoriales), y promocionar y vender productos o servicios. Vale destacar que existe un pequeño bolsón de empresarias que no utiliza

TICs para algunos de los propósitos nombrados (como encontrar clientes, promocionar y vender productos o servicios, operaciones comerciales diarias, networking) (Gráfico 10).

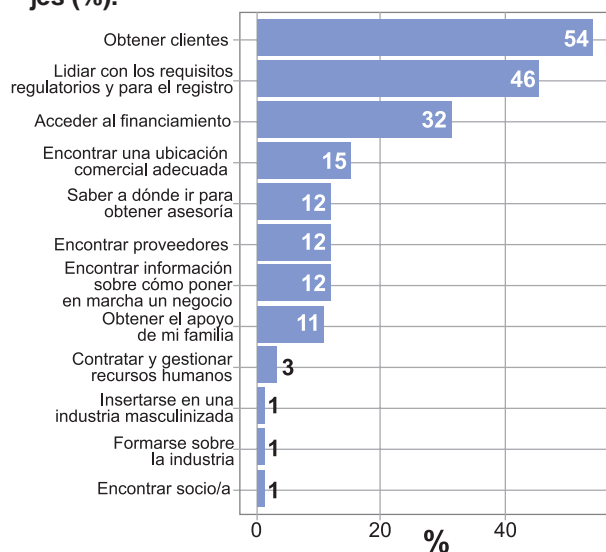
Gráfico 10. Propósitos para los que utiliza herramientas TIC. En porcentajes (%).



4. Desafíos y financiamiento para la puesta en marcha de la empresa

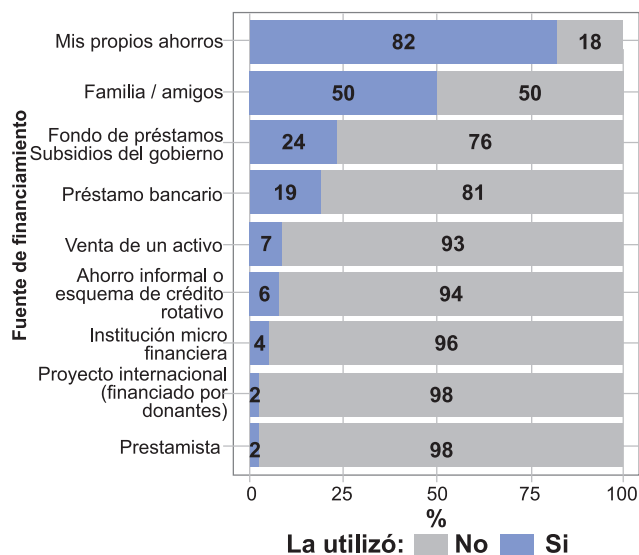
Las mujeres encuestadas identifican como principales desafíos que enfrentó para poner en marcha su empresa el hecho de obtener clientes (54% de respuestas positivas), lidiar con los requisitos regulatorios y para el registro (46%) y acceder al financiamiento (32%). Otros desafíos relevantes mencionados son encontrar una ubicación comercial adecuada, saber dónde ir para obtener una asesoría, encontrar proveedores, encontrar información sobre cómo poner en marcha un negocio y obtener el apoyo de su familia (Gráfico 11).

Gráfico 11. Principales desafíos que enfrentó al poner en marcha su empresa . En porcentajes (%).



Respecto a las fuentes de financiamiento que utilizaron al poner en marcha su empresa, la principal fue en general sus propios ahorros (82% utilizó esta fuente de financiamiento). La mitad acudieron a familia/amigos para conseguir financiamiento, una de cada cuatro obtuvo fondos de préstamos/subsidios del gobierno y una de cada cinco obtuvo un préstamo bancario. Son fuentes de financiamiento poco comunes para las mujeres acudir a un prestamista (98% no lo hizo), a un proyecto internacional (98%), a una institución microfinanciera (96%), a un esquema de crédito rotativo o ahorro informal (94%), o vender activos para financiar el emprendimiento (93%) (Gráfico 12).

Gráfico 12. Fuentes de financiamiento que usó al poner en marcha su empresa. En porcentajes (%).



Cuadro 17. Fuentes de financiamiento a las que se intentó acceder durante el último año para obtener un préstamo para su empresa.

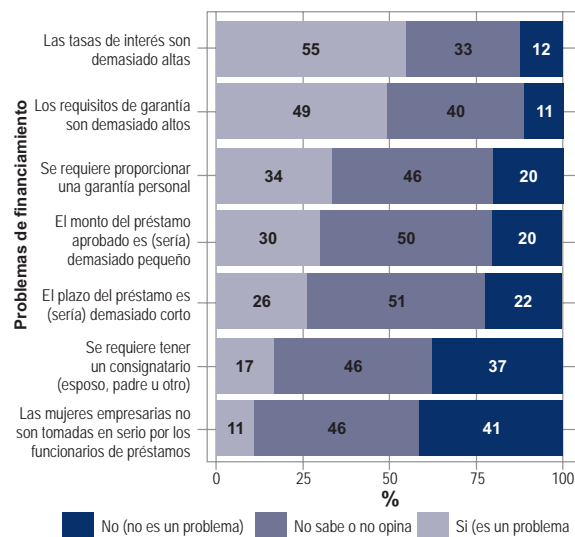
Fuente de financiamiento	Intentó obtener préstamo desde esta fuente (% sobre total que intentó obtener algún préstamo)	Tuvo éxito (% sobre total que intentó a través de esta fuente)
Un banco	91,7	63,6
Un fondo de préstamos/subsidios del gobierno	79,2	84,2
Un proyecto internacional (financiado por donantes)	4,2	0,0
Familia/Amigos	66,7	100,0
Una institución microfinanciera	20,8	80,0
Un prestamista	8,3	100,0
Ahorro informal y esquema de crédito rotativo	12,5	100,0

En el último año, el 28% de las mujeres empresarias encuestadas intentó obtener un préstamo para su empresa. El Cuadro 17 resume las fuentes de financiamiento a las que intentaron acceder, y si tuvieron o no éxito. La mayoría intentó obtener financiamiento de un banco (92%), pero solo el 64% tuvo éxito en obtenerlo. Interesantemente, también una cifra relevante buscó financiamiento a través de un fondo de préstamos/subsidios del gobierno (79%), pero en este caso la tasa de éxito fue bastante más elevada (84%). Esto puede deberse a que las exigencias del sistema bancario para obtener préstamos son demasiado rígidas para las mujeres empresarias, mientras que las fuentes de financiamiento gubernamentales se adecúan mejor a sus capacidades y necesidades. El 67% de las mujeres también buscó financiamiento entre su familia y amigos, y la tasa de éxito en este caso fue del 100%. Por otra parte, una de cada cinco mujeres acudió a una institución microfinanciera. En este caso, el porcentaje que tuvo éxito (80%) también es significativamente más alto que el de quienes acudieron a un banco.

De acuerdo con la percepción de las mujeres, los principales problemas para obtener un préstamo en una institución financiera son las tasas de interés, que son demasiado altas (el 55% piensa

que esto es un problema), y los requisitos de garantía, que son también demasiado altos (el 49% piensa que esto es un problema). Como puede verse en el Gráfico 13, una buena proporción de las encuestadas no tiene demasiado claro o no opina sobre cuáles son los problemas para obtener financiamiento para las mujeres.

Gráfico 13. Principales problemas para obtener un préstamo de una institución financiera (banco o institución microfinanciera), según mujeres empresarias encuestadas. En porcentajes (%).

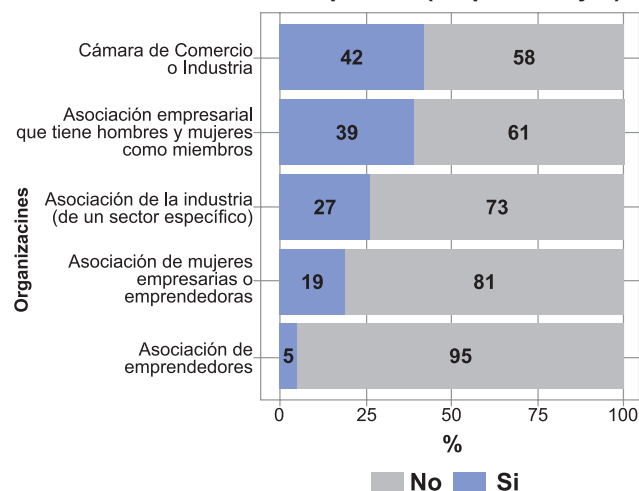


Cuadro 18. Acceso y utilización de servicios financieros.

Categoría de respuesta	Tiene una cuenta bancaria específica para su negocio, excluyendo cuentas personales		Accede a servicios financieros en línea o a través de un teléfono móvil/inteligente	
	Respuestas	Porcentaje	Respuestas	Porcentaje
Sí	73	83,9	60	69,8
No	14	16,1	26	30,2
Total	87	100,0	86	100,0

Respecto al acceso y utilización de servicios financieros, el 84% de las encuestadas tiene una cuenta bancaria específica para su negocio, excluyendo cuentas personales. La proporción que accede a servicios financieros en línea o a través de un teléfono móvil o inteligente es un poco más baja (70%), pero aun así comprende a la mayoría de las mujeres empresarias (Cuadro 18).

Gráfico 14. Membresía en organizaciones relacionadas con las empresas. (En porcentajes).

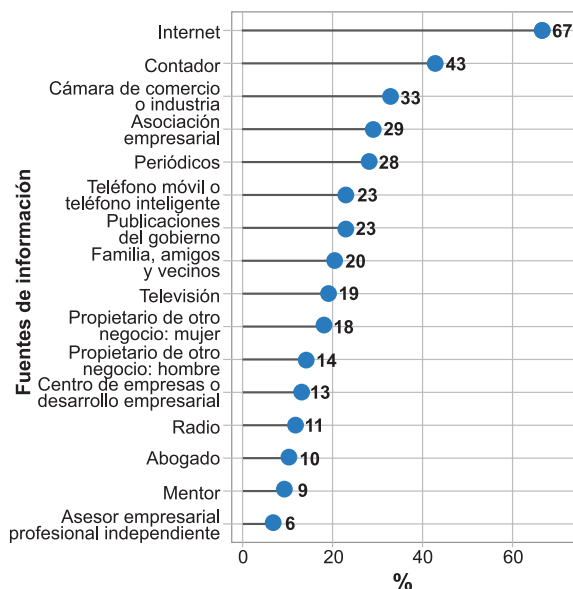


5. Apoyo de información y desarrollo empresarial

Por otra parte, el 27% es miembro de una asociación de la industria (de un sector específico). El 39% forma parte de alguna asociación empresarial que tiene hombres y mujeres como miembros, y el 19% de una asociación de mujeres empresarias o emprendedoras. Solo el 5% forma parte de una asociación de empleadores.

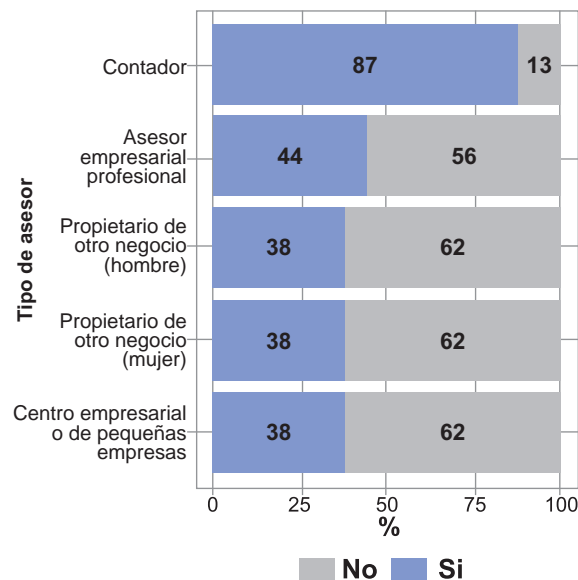
Cuando se les consulta sobre qué fuentes de información utilizan para informarse sobre asuntos relacionados con la empresa, internet ocupa un lugar clave: siete de cada diez mujeres empresarias lo mencionan. En segundo lugar, la consulta a un contador es marcada por el 43% de ellas. Otras fuentes de información relevante son las cámaras de comercio o industria, una asociación empresarial y periódicos. Algunas de las opciones menos mencionadas son acudir a un asesor empresarial, a un mentor o a un abogado (Gráfico 15).

Gráfico 15. Principales fuentes de información sobre asuntos relacionados con la empresa. (En porcentajes)



En la misma línea, el 87% de las encuestadas señala que en algún momento durante el último año obtuvo asesoramiento para su empresa por parte de un contador. Por otro lado, aunque no se trate de fuentes de asesoramiento habituales, durante el último año entre un 38 y 44% de las encuestadas consultó en algún momento a un asesor empresarial profesional, a un propietario de otro negocio y/o a un centro empresarial o de pequeñas empresas.

Gráfico 16. Fuente de asesoramiento obtenido durante el último año para su empresa. (En porcentajes)



El 63% de las mujeres encuestadas ha participado alguna vez en ferias u exposiciones comerciales o empresariales. Particularmente, la mayor participación se da en ferias comerciales locales (46%). La participación en ferias comerciales nacionales e internacionales, por su parte, es algo menor (37 y 39%, respectivamente) (Cuadro 19).

Cuadro 19. Participó alguna vez en ferias u exposiciones. (En porcentajes)

Tipo de evento	Sí	No	Total
Feria comercial local	45,9	54,1	100
Feria comercial nacional	37,3	62,7	100
Feria comercial internacional	38,9	61,1	100
Participó alguna vez (independientemente del tipo de feria/exposición)	63,0	37,2	100

Respecto a la participación en programas de capacitación específicos para el uso de TICs en empresas, la mayoría de las encuestadas no ha participado en ninguno (Cuadro 20).

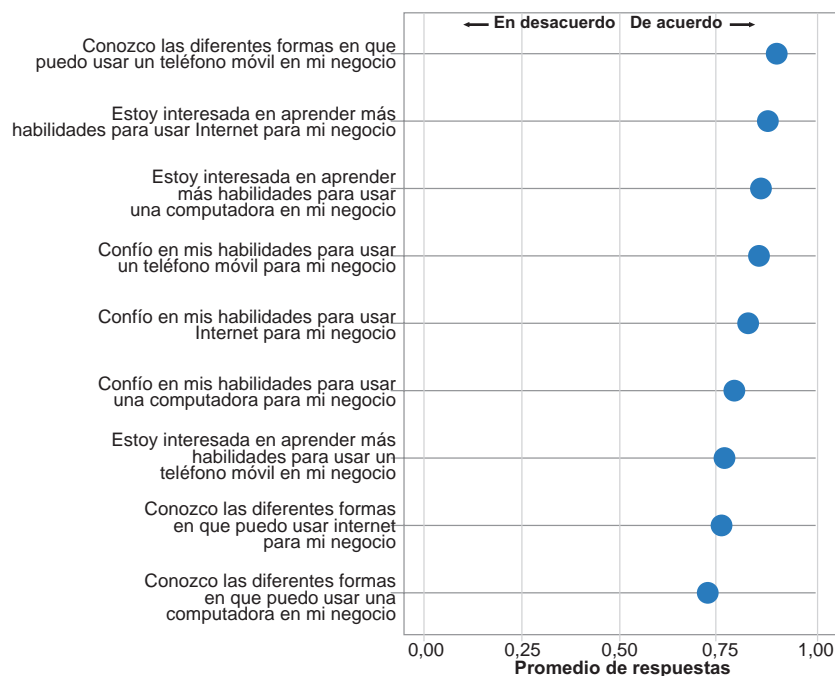
En general, las mujeres confían en sus habilidades para el uso de estas herramientas, sea computadora, teléfono móvil o internet. La mayoría está de acuerdo con que conoce las diferentes formas en que puede usar su teléfono móvil en su negocio, así como también las diferentes formas en que puede usar internet y una computadora. A pesar de ello, la mayoría está también interesada en aprender más habilidades para utilizar estas herramientas en su negocio (Gráfico 17).

Cuadro 20. Porcentaje de mujeres empresarias que ha participado alguna vez en un programa de capacitación para aprender a usar una computadora o para utilizar la tecnología de la información y de la comunicación (TIC) en sus operaciones comerciales.

Participó en programa de capacitación de TICs	Respuestas	Porcentaje
No	48	57,8
Sí	35	42,2
Total	83	100,0

Respecto a la participación en actividades de capacitación, el 76% de las mujeres empresarias encuestadas contestó que ha participado alguna

Gráfico 17. Percepción de las mujeres empresarias encuestadas sobre sus propias habilidades en TICs.



Cuadro 21. Participación alguna vez en programas de apoyo empresarial ofrecidos específicamente a mujeres empresarias.

Tipo de programa	Respuesta	Porcentaje
Programa de préstamos para mujeres empresarias	5	6,4
Programa de capacitación empresarial (o en empleo por cuenta propia) para mujeres empresarias	22	28,2
Servicios de un centro empresarial / de apoyo empresarial para mujeres	11	14,1
Programa de compras gubernamentales dirigido a mujeres propietarias de empresas	5	6,4
Feria comercial o exposición para mujeres (regional, nacional, internacional)	10	12,8
Programa de orientación empresarial o tutoría para mujeres empresarias	15	19,2
Total de mujeres que ha participado alguna vez, independientemente del tipo de programa de apoyo empresarial	28	35,9

vez en un programa de capacitación empresarial o de administración de pequeñas empresas, no específico para mujeres. Por su parte, como muestra el Cuadro 21, el 36% de las encuestadas ha participado en programas específicos de apoyo empresarial para mujeres empresarias. El 28% lo ha hecho en programas de capacitación empresarial; el 19% en programas de orientación empresarial o tutoría para mujeres empresarias; el 14% en servicios de un centro empresarial/ de apoyo empresarial para mujeres, y el 13% en ferias comerciales o exposiciones para mujeres. Proporciones menores, cercanas al 6%, han participado alguna vez en programas de préstamos para mujeres empresarias y en programas de compras gubernamentales dirigidos a mujeres propietarias de empresas.

6. Formalidades de registro de empresas y tratos con funcionarios gubernamentales

La totalidad de las mujeres encuestadas respondió que su empresa está registrada en la

DGI y el BPS, y el 78% contestó estar registrada en el MTSS. Cifras más bajas de registro se observan en el gobierno departamental (intendencia) y el MIEM.

Cuadro 22. Proporción de mujeres empresarias encuestadas cuya empresa está registrada en organismos seleccionados.

Organismo	Respuestas positivas	Porcentaje
Dirección Nacional de Impositiva (DGI)	81	100,0
Banco de Previsión Social (BPS)	81	100,0
Intendencia – Gobierno Departamental	46	56,8
Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS)	63	77,8
Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM)	22	27,2

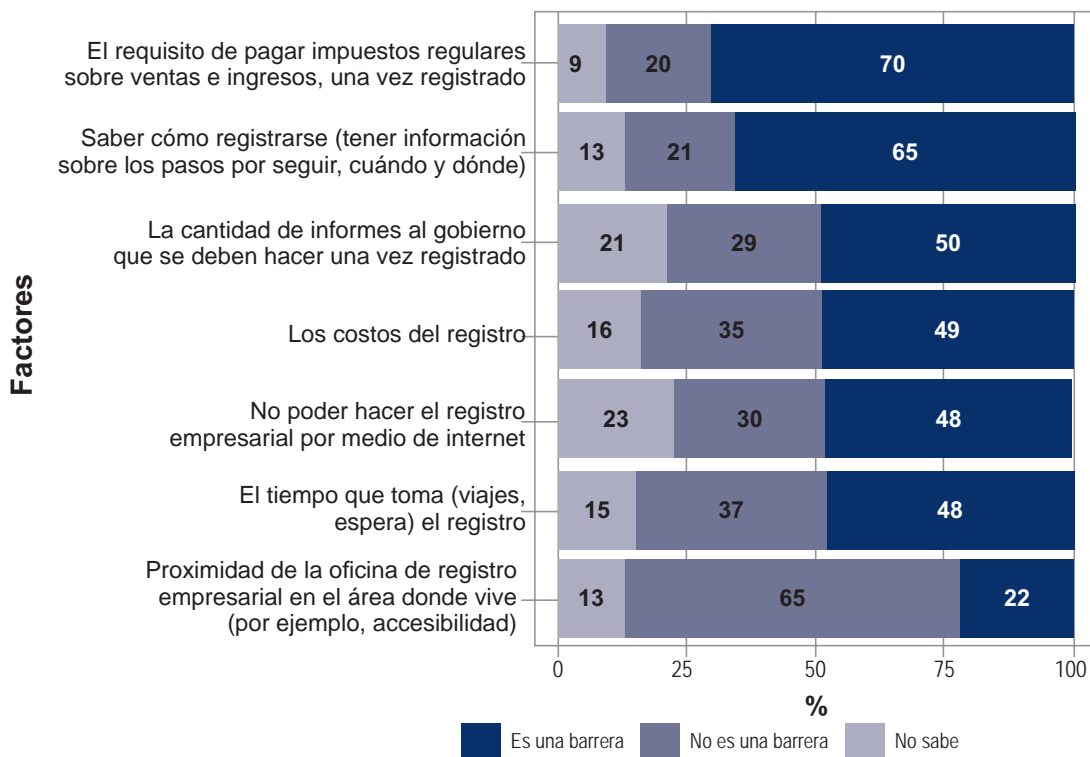
Dentro de los factores que resultan una barrera para registrar una empresa para las mujeres empresarias, el 70% de estas considera que uno clave es el requisito de pagar impuestos regulares sobre ventas e ingresos, una vez completado el registro. Otro factor mencionado en

forma repetida como barrera es el saber cómo registrarse (tener información sobre los pasos a seguir, cuándo y dónde). Aproximadamente la mitad de las mujeres marca que también resultan una barrera los siguientes: la cantidad de informes al gobierno que se deben hacer una vez registrada la empresa; los costos del registro; no poder hacer el registro empresarial por internet, y el tiempo que toma el registro (Gráfico 18).

Más allá de estas barreras, las encuestadas también ordenan las principales ventajas

de tener una empresa registrada. Las principales ventajas son que las empresas registradas pueden beneficiarse de los programas de seguridad o protección social; tienen un mejor acceso a programas de financiamiento, de apoyo empresarial y de capacitación; tienen un mejor acceso a los mercados, incluidos los mercados de exportación; pueden competir por contratos gubernamentales como proveedores y pueden acceder a los programas gubernamentales de apoyo y asistencia (Cuadro 23).

Gráfico 18. Factores que resultan una barrera para registrar una empresa, según las mujeres empresarias encuestadas. En porcentajes (%).



Cuadro 23. Principales ventajas de tener una empresa registrada (formal), de acuerdo a las mujeres empresarias encuestadas.

Ventajas consideradas	Respuestas positivas	Porcentaje de respuestas positivas
Las empresas registradas pueden acceder a los programas gubernamentales de asistencia/apoyo	44	54,3
Las empresas registradas pueden beneficiarse de los programas de seguridad social o protección social	55	67,9
Las empresas registradas tienen un mejor acceso a programas de financiamiento, programas de servicios de apoyo empresarial y programas de capacitación	51	63,0
Las empresas registradas tienen un mejor acceso a los mercados, incluidos los mercados de exportación	47	58,0
Las empresas registradas pueden competir por contratos gubernamentales como proveedores	44	54,3
Las empresas registradas no temen a las multas o el hostigamiento de la policía y otras autoridades, a diferencia de las empresas informales	38	46,9

El 37,5 de las encuestadas responde que algún funcionario del gobierno visitó su negocio en el último año. La mitad de estas visitas se debió a temas de inspección laboral. Por otra parte, cerca de un tercio se debió a un tema de registro empresarial, y proporciones menores de las visitas respondieron a temas de licencias/habilitaciones y temas de impuestos. En el marco de estas visitas, no se identifica una incidencia de pedidos de soborno o cargos no oficiales por parte de funcionarios del gobierno. Un total de 78 dentro de 80 encuestadas responde que no se le ha obligado a pagar un soborno en el último año. Por otra parte, 2 mujeres empresarias marcaron la opción “Prefiere no contestar”.

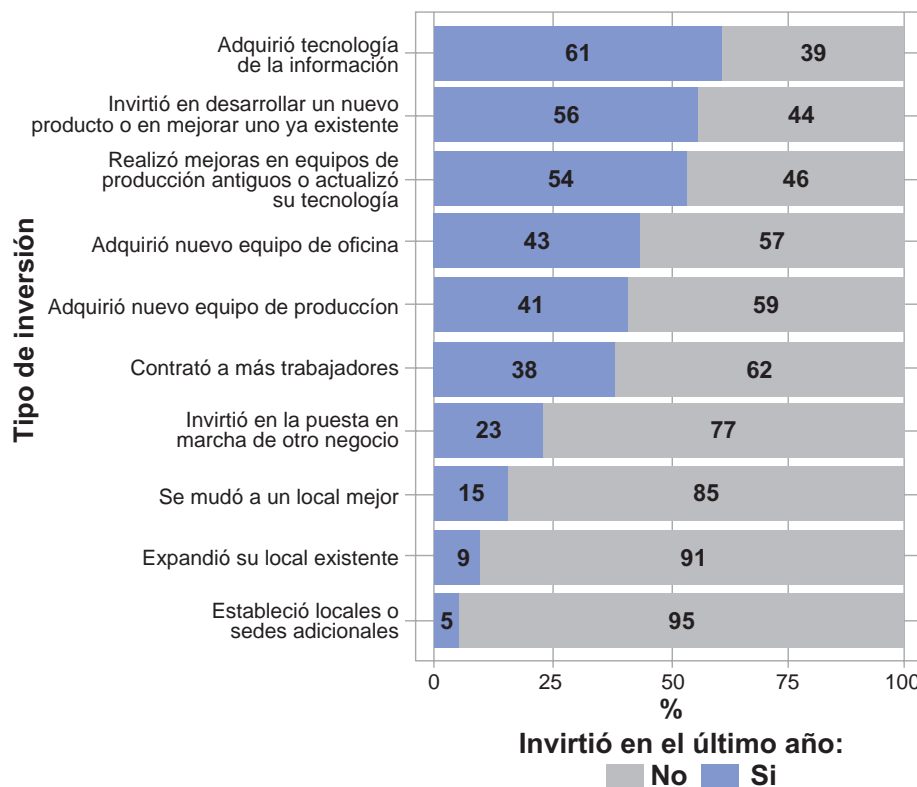
En línea similar, la mayoría de las encuestadas responde que en el último año no ha sido víctima de algún otro tipo de hostigamiento por parte de una institución del gobierno (93%). Ante esta pregunta, sin embargo, vale destacar que 4

casos dieron una respuesta positiva, y 2 marcaron la opción “Prefiere no contestar”.

7. Desarrollo de la empresa

Seis de cada diez mujeres empresarias adquirió tecnología de la información nueva para su empresa durante el último año. Más de la mitad invirtió en desarrollar un nuevo producto o mejorar uno ya existente, así como realizó mejoras en equipos de producción antiguos o actualizó su tecnología. Se identificaron muy pocos casos de mujeres empresarias que hayan realizado inversiones relacionadas con expansiones en sus locales, establecimiento de nuevos locales o sedes, mudanza a un local mejor o inversión en la marcha de otro negocio.

Gráfico 19. Inversiones realizadas en su empresa durante el último año. En porcentajes (%).



De acuerdo con las respuestas obtenidas, el 26% de las mujeres empresarias encuestadas no planea hacer ningún cambio para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año, o no está segura. Por otra parte, un 74% contesta que está planeando hacer algunos cambios. Cuando se les consulta de qué forma piensa desarrollar o mejorar su empresa durante el próximo año, la totalidad de quienes respondieron que harán algún cambio tiene planificado expandir la gama de productos o servicios. Asimismo, el 88% planea expandirse a nuevos mercados, el 79% planea incorporar tecnologías de la información, implementar prácticas para ser más

ambientalmente sensibles, y el 68% invertir en nuevos equipos o tecnología para la empresa. La mitad de las encuestadas planea desarrollar un sitio web para hacer más ventas en línea (Cuadro 24).

En este marco, siete de cada diez empresarias señalan que enfrentarse a las regulaciones gubernamentales y los costos de cumplimiento, así como los temas tributarios, pueden ser un problema para el crecimiento de su empresa. Seis de cada diez señalan que “encontrar trabajadores calificados y confiables” como un posible problema, y la mitad señala el acceso a fi-

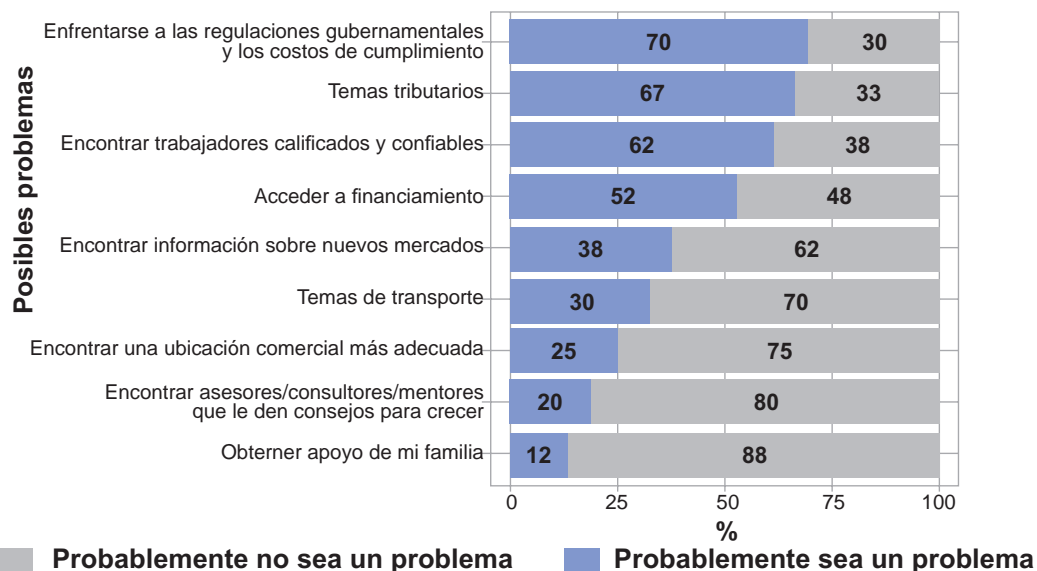
Cuadro 24. Formas en las que piensa desarrollar o mejorar su empresa durante el próximo año, dentro del total que responde que planea hacer cambios.

Tipo de inversión	Respuestas positivas	Porcentaje de respuestas positivas
Invertir en nuevos equipos o tecnología para la empresa	39	68,4
Aumentar el número de trabajadores.....	19	33,3
Disminuir el número de trabajadores	12	21,1
Expandir la gama de productos/servicios	57	100,0
Reducir la gama de productos/servicios	1	1,8
Expandirse a nuevos mercados.....	50	87,7
Desarrollar un sitio web para hacer más ventas en línea	29	50,9
Mudarse a un local más grande.....	11	19,3
Mejorar las condiciones de empleo para los trabajadores.....	25	43,9
Incorporar la tecnología de la información para mejorar la eficiencia	45	78,9
y la capacidad de comercialización de la empresa		
Implementar prácticas para ser más ambientalmente sensibles	45	78,9
(conservar energía y agua, reducir, reciclar, reutilizar)		

nanciamiento. Por el contrario, la mayoría de las mujeres cree que encontrar información sobre nuevos mercados, temas de transporte, encon-

trar una ubicación comercial más adecuada, encontrar asesores, y obtener apoyo de su familia, posiblemente no sean un problema (Gráfico 20).

Gráfico 20. Factores que las mujeres empresarias identifican como posibles problemas para hacer crecer su empresa en el futuro. En porcentajes (%).



8. Percepciones de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial de las mujeres

La percepción de las mujeres empresarias encuestadas sobre las condiciones operativas para la iniciativa empresarial femenina no es sistemática. En general, están en desacuerdo con que el entorno empresarial sea muy favorable a las mujeres, así como que las leyes y regulaciones en Uruguay respaldan un alto nivel de equidad e igualdad de género. También están en desacuerdo con que el rol de las asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras sea de peso y logre influenciar las políticas y toma de decisiones del gobierno, y con que las asociaciones empresariales e industriales aboguen por las necesidades de las mujeres empresarias ante los gobiernos. Este mismo desacuerdo se muestra ante la frase “Recibo mucho apoyo de asociaciones y grupos empresariales de mujeres”, y “El gobierno apoya a las mujeres empresarias con sus posiciones y con programas de asistencia”. En otras palabras, las mujeres encuestadas sienten que el entorno en el que se mueven como empresarias no es necesariamente favorable a las mujeres, y no se sienten respaldadas por las asociaciones empresariales, por las asociaciones de mujeres empresarias, y tampoco por la normativa ni por los programas del gobierno.

Por otra parte, las encuestadas están muy 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 con que las mujeres tienen los mismos derechos que los hombres a poseer propiedades y a registrarlas a su nombre. En general, están de acuerdo con que las mujeres empresarias tienen las mismas oportunidades que los hombres de acceder a la tecnología, a programas de educación y capacitación empresarial, a fi-

nanciamiento para sus empresas; pero consideran que es más difícil para una mujer poner en marcha y hacer crecer un negocio que para un hombre.

En promedio, también están de acuerdo con que la información necesaria para emprender se encuentra disponible para las mujeres, y aunque consideran que su educación y experiencia fueron suficientes para desempeñarse en un rol de empresaria, consideran que necesitan más habilidades para operar su empresa con éxito y para hacerla crecer hasta la siguiente etapa (Gráfico 21).

Ante la pregunta: “¿Qué consejo daría para resolver los problemas que usted y otras mujeres como usted enfrentan como propietarias de empresas?”, las respuestas son variadas. La mayoría gira en torno a la superación personal y la persecución de los objetivos propios (“Crear en una misma”; “No dejarse vencer”; “Hay que poner actitud”): de un total de 47 encuestadas que dio algún consejo, una de cada tres propuso uno de este tipo. Este tipo de respuestas, muchas veces en forma explícita, desestiman las barreras de género como un factor relevante que condiciona la capacidad de emprender.

A pesar de esto, otro conjunto relevante de respuestas deja entrever que el abordaje de las desigualdades de género es clave para poder mejorar la situación de las mujeres empresarias. Una de cada cinco mujeres hizo referencia a la necesidad de generar más políticas de corresponsabilidad en los cuidados que apunten a mujeres empresarias, así como de políticas que promuevan la igualdad de género. Algunos ejemplos son los siguientes: “[Se necesita] Apoyo a la gestión doméstica para disponer de tiempo de calidad para el trabajo. Clases en horario extendido, servicio profesional para alimentación y limpieza de la casa a precios sensatos”; “[...]un problema que no se toca como mujer empresaria y con la inquietud de formar una familia a nivel personal (ser madre), es el mantener un equilibrio entre el funcionamiento de la familia [...] Creo que el ser madre y dirigir una empresa se hace más difícil y pesado, que ser padre y dirigir una empresa. Hay roles a nivel familiar que aún siguen impuestos [...]”; “En Uruguay, o sos madre o sos empresaria. Esto es un GRAN problema”.

Sumado a esto, el 15% de los consejos giran

en torno a potenciar el rol y la importancia de las asociaciones empresariales de mujeres. Se aconseja “Asociarse, compartir experiencias y formas de resolver los distintos problemas que se plantean”, construir redes de apoyo, unirse e intercambiar ideas. También se pone un peso importante en acceder a la capacitación y a la información, así como

mejorar el acceso a fuentes de financiamiento.

Algunas respuestas menos repetidas tienen que ver con la disminución de la carga impositiva, con mejorar la llegada a ciertos espacios de “lobby” y a nuevos mercados, y a la utilización de programas existentes dirigidos a empresarias y empresarios (por ejemplo, centros de competitividad).

Gráfico 21. Percepciones sobre condiciones operativas de las mujeres empresarias para emprender.



9. Impactos del COVID-19 y estrategias de las empresas

La última sección del cuestionario buscó indagar sobre los impactos que la crisis generada por la llegada del COVID-19 al país tuvieron sobre las empresas dirigidas por mujeres, así como en las estrategias que las empresarias incurrieron para mantener la operación durante los últimos meses.

El Cuadro 25 muestra que, en la mitad de los casos, las actividades se redujeron. En uno de cada cuatro casos, las actividades se pararon temporalmente en forma parcial o total. En un 18% de los casos la crisis no generó un impacto relevante en las actividades (se mantuvieron), o incluso estas se incrementaron. Solamente una de las mujeres empresarias encuestadas se vio obligada a cerrar en forma definitiva la operación; mientras tanto, en cinco casos se reorientaron las actividades hacia otros productos y/o servicios.

En promedio, alrededor del 21% de las y los trabajadores de las empresas dirigidas por mujeres han sido afectados en términos de empleo por la crisis del COVID-19, y fueron despedidos definitivamente (enviados a seguro de paro por despido) o enviados a seguro de paro por suspensión o reducción, o a la nueva modalidad de seguro de paro parcial⁶. La ratio de total de mujeres trabajadoras afectadas sobre hombres trabajadores afectados es de 0,9, es decir, cada nueve mujeres afectadas en las empresas encuestadas hay diez hombres en la misma situación. Cabe destacar que las decisiones tomadas por las empresarias encuestadas respecto a la situación de sus dependientes, no se distribuye de igual manera entre trabajadoras mujeres y trabajadores hombres. Tomando la suma de trabajadores y trabajadoras de todas las empresas, mientras que el grueso de los trabajadores hombres que fueron impactados por la crisis fue enviado a seguro de paro parcial, para las mujeres la solución más común fue el envío a seguro de paro por suspensión o reducción (o “despido temporal”) (Cuadro 26). Sin embargo, estas cifras deben leerse con precaución, ya que son en buena parte afectados por una empresa de tamaño grande que envió a todos sus trabajadores (muchos de ellos hombres) a seguro de paro parcial.

Cuadro 25. Formas en las que la crisis del COVID-19 ha afectado las actividades productivas y/o comerciales de la organización.

Forma de afectación	Respuestas	Porcentaje
Se cerró definitivamente la operación	1	1,4
Se incrementaron las actividades	2	2,7
Se mantuvieron las actividades	11	14,9
Se pararon algunas actividades temporalmente	11	14,9
Se pararon todas las actividades temporalmente	7	9,5
Se redujeron las actividades	37	50,0
Se reorientaron las actividades hacia otros productos y/o servicios.....	5	6,8
Total.....	74	100,0

Cuadro 26. Decisiones tomadas por mujeres empresarias encuestadas respecto a sus dependientes, según sexo del trabajador. (Total de trabajadores afectados en todas las empresas encuestadas)

Impactos sobre trabajadores/as	Mujeres		Hombres	
	n	%	n	%
Despidos totales	12	12,8	10	9,2
Despidos temporales	49	52,1	22	20,2
Seguro de paro parcial	33	35,1	77	70,6
Total	94	100	109	100

Las principales innovaciones mencionadas por las mujeres empresarias encuestadas para enfrentar la crisis del COVID-19 tienen

que ver con la sustitución de la presencialidad por la virtualidad: implementación del teletrabajo en su empresa (29%), implementación de ventas por internet (14%), reuniones virtuales con clientes (12%). Se registraron casos de inversión en infraestructura y/o elementos de protección (10%), de creación de nuevos productos/servicios (10%), de reorganización de los recursos humanos y los procesos laborales a la interna de la empresa (8%) y de potenciar las herramientas de e-marketing y el uso de redes sociales (8%). Otras respuestas menos repetidas incluyen la reducción de costos, la reducción de servicios y la implementación de servicios de delivery.

Cuadro 27. Principales innovaciones que las mujeres empresarias encuestadas han realizado en la operación de su empresa a causa de la crisis generada por el COVID-19.

Innovaciones mencionadas	Respuestas	Porcentaje
Teletrabajo.....	15	29,4
Ventas por internet.....	7	13,7
Reuniones virtuales con clientes.....	6	11,8
Inversión en infraestructura y/o elementos de protección.....	5	9,8
Nuevos productos/servicios.....	5	9,8
Reorganización de los recursos humanos y formas de trabajo.....	4	7,8
E-marketing y redes sociales.....	4	7,8
Reducción de costos.....	2	3,9
Servicio de delivery.....	2	3,9
Reducción de servicios.....	1	2,0
Total.....	51	100,0

Síntesis

La mayoría de las mujeres empresarias encuestadas en la Encuesta EME tienen un nivel de formación alto (educación terciaria) y son de mediana edad (tienen entre 40 y 55 años). Aproximadamente seis de cada diez tienen al menos un hijo menor de 18 años a cargo. La mayoría posee actualmente una sola empresa, pero para más de la mitad de los casos la empresa actual no es la primera de la que ha sido propietaria. La mitad de las encuestadas pusieron en marcha su primera empresa en algún momento durante los últimos doce años.

En promedio, las mujeres tenían alrededor de 31 años al poner en marcha su empresa actual, y se encontraban trabajando como empleadas en la empresa privada de otra persona cuando decidieron emprender por su cuenta. Esta decisión generalmente fue motivada por haber identificado una buena oportunidad de mercado, y por la intención de aumentar sus ingresos. En un 13% de los casos, la encuestada puso su propia empresa para mejorar su capacidad de conciliación entre trabajo y familia.

El 86% de las mujeres empresarias encuestadas tiene su zona de operación en localidades urbanas; el resto opera en zonas rurales o periurbanas. En este sentido, la encuesta EME logró una buena representatividad territorial.

Los sectores de actividad más comunes re-

levados fueron los servicios empresariales y el comercio, y se trata mayormente de micro y pequeñas empresas. Mientras un tercio de las empresas encuestadas son de propiedad individual, se relevaron también un número relevante de SRL (27%), sociedades anónimas (24%) y sociedades de hecho (14%). Entre las empresas que no son de propiedad individual, su composición es fuertemente feminizada.

Para poner en marcha su empresa, las mujeres empresarias utilizan sobre todo ahorros propios. En segundo lugar, acuden a familia/amigos para obtener financiamiento. Solo una de cada cuatro obtuvo fondos de préstamos/subsidios del gobierno, y una de cada cinco obtuvo un préstamo bancario.

Casi todas las mujeres empresarias encuestadas utilizan distintas herramientas de tecnologías de la información y la comunicación (TICs) para la operación de su empresa. En general, perciben que tienen un buen conocimiento de cómo utilizarlas, pero la mayoría está interesada en aprender más habilidades para utilizar estas herramientas.

A pesar de que utilizan TICs para operar su empresa, la proporción de empresas lideradas por mujeres que logra insertarse en mercados internacionales es pequeña (11%). Cuatro de cada diez venden la mayoría de sus productos o servicios sobre todo en la zona local.

Las encuestadas identifican como principales desafíos para poner en marcha su empresa el hecho de obtener clientes, lidiar con los requisitos regulatorios y para el registro, y acceder al financiamiento.

Cuando se observan los intentos para acceder al financiamiento en el último año, es notorio que la tasa de éxito para obtener préstamos

bancarios es significativamente más baja que para acceder a fondos de préstamos/subsidios del gobierno. También es más alta la tasa de éxito al acudir a instituciones microfinancieras. De acuerdo con la percepción de las mujeres, los principales problemas para obtener un préstamo en una institución financiera son las tasas de interés y requisitos de garantía demasiado altos.

Dentro de las encuestadas, la mayoría no es miembro de ninguna organización relacionada con la empresa. El 42% es miembro de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay o de la Cámara de Industrias del Uruguay. En términos de fuentes de asesoramiento que utiliza, los contadores tienen un rol preponderante. Una de cada tres encuestadas señala a la cámara de comercio o industria como fuente principal de información sobre asuntos relacionados con la empresa.

La mayoría de las encuestadas ha participado en ferias u exposiciones (sobre todo a nivel local). Tres de cada cuatro han participado en actividades de capacitación empresarial; por otra parte, una de cada tres participó en algún programa de apoyo empresarial que era específico para mujeres.

Si bien la totalidad de las encuestadas mencionó estar registrada en DGI y BPS, se mencionan distintas barreras para registrar una empresa, como el requisito de pagar impuestos regulares sobre ventas e ingresos una vez completado el registro, conocer cómo registrarse, entre otros aspectos. No se registra un número significativo de respuestas que mencionen casos de hostigamiento por parte de funcionarios gubernamentales.

En términos de desarrollo futuro de la empresa, la mayoría de las encuestadas tiene planeado hacer algunos cambios, sobre todo expan-

dir la gama de servicios o productos. Como es previsible, la crisis del COVID-19 ha tenido su impacto en estas empresas: en la mitad de los casos, las actividades se redujeron, y alrededor del 21% de los empleos generados por ellas fueron afectados. Las principales innovaciones que las empresarias se vieron obligadas a implementar para sobrellevar la situación fueron el teletrabajo, las ventas por internet y las reuniones virtuales.

Para finalizar, las mujeres encuestadas sienten que el entorno en el que se mueven como empresarias no es necesariamente favorable a las mujeres, y no se sienten respaldadas por las asociaciones empresariales, por las asociaciones de mujeres empresarias, y tampoco por la normativa ni por los programas del gobierno. En general, están de acuerdo con que las mujeres empresarias tienen las mismas oportunidades que los hombres de acceder a la tecnología, a programas de educación y capacitación empresarial, a financiamiento para sus empresas; pero consideran que es más difícil para una mujer poner en marcha y hacer crecer un negocio que para un hombre. Una de cada cinco mujeres hizo referencia a la necesidad de generar más políticas de corresponsabilidad en los cuidados que apunten a mujeres empresarias, así como políticas que promuevan la igualdad de género.

Anexo 1. Formulario de la Encuesta a Mujeres Empresarias, adaptado al país y a la modalidad virtual.

Si las encuestadas responden “sí” a todas las preguntas que se presentan a continuación, se procede con el resto de las preguntas de la encuesta. De no ser así, se deriva a la encuestada a una página de

descalificación, donde se le agradece por su cooperación y explica que la encuesta solo es relevante para quienes cumplen con todos los criterios.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN PARA COMPLETAR LA ENCUESTA

Criterios	Si	No
¿Es usted dueña de una empresa? (Conteste “Sí” si es la única propietaria (en caso de una propiedad individual), una socia igualitaria (si se trata de una sociedad) o, en caso sea una empresa de responsabilidad limitada, si Ud. sola o en conjunto con otras mujeres posee al menos el 51% de las acciones).	1	2
¿Tiene Ud. la función principal en la gestión de la empresa y en la toma de decisiones empresariales?	1	2
¿Su empresa lleva en operación por lo menos 12 meses?	1	2
¿La empresa está generando ingresos por ventas?	1	2
¿Ud. ha sido propietaria/administradora durante este periodo de 12 meses?	1	2
¿La empresa está generando ingresos por ventas?	1	2

PREGUNTAS

SECCIÓN 1: EXPERIENCIA PASADA E HISTORIAL DE PROPIEDAD EMPRESARIAL

1. ¿Cuántas empresas posee actualmente?

Número de empresas que posee actualmente (Ingrese el número) _____

2. ¿Cuántas empresas de su propiedad ha tenido en el pasado (antes de la(s) que posee actualmente)?

Número de empresas de su propiedad que ha tenido anteriormente (Ingrese el número) _____

3. ¿En qué año puso en marcha su primera empresa?

_____ [Ingrese el año]

4. ¿Qué edad tenía cuando puso en marcha su primera empresa?

_____ [Ingrese edad]

5. ¿A qué se dedicaba antes de poner en marcha su empresa actual?

a	Dirigía otra empresa	1
b	Era empleada en la empresa privada de otra persona	2
c	Era empleada en una gran empresa que cotiza en la bolsa	3
d	Era empleada del gobierno	4
e	Estaba desempleada	5
f	Era estudiante a tiempo completo	6
g	Era ama de casa a tiempo completo	7
h	Otro (especifique) _____	8

6. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la(s) razón(es) por la que tiene su propia empresa?

a	Quería ser mi propia jefa	1
b	Vi una oportunidad de mercado para una empresa rentable	2
c	No pude encontrar trabajo en ningún otro lado	3
d	Necesitaba más flexibilidad para obtener un ingreso y a la par seguir ocupándome de mis deberes familiares y domésticos	4
e	No tengo habilidades para otros tipos de empleo	5
f	Mi empleo anterior terminó	6
g	Quería aumentar mi potencial para obtener mayores ingresos	7
h	Otro (especificar) _____	8

7. ¿Tuvo que pedir permiso a su esposo para poner en marcha la empresa?

Sí, era un requerimiento jurídico	1
Sí, pero no era un requerimiento jurídico	2
No, no fue necesario	3
No aplica (por ejemplo, estaba soltera)	4

SECCIÓN 2: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

8. ¿Qué opción describe mejor la zona donde se encuentra su empresa?

Urbana (zona de la ciudad)	1
Periurbana	2
Rural	3

9. ¿En qué sector opera su empresa (principal)?

a	Manufacturero	1	(Indique el tipo de producto): _____
b	Comercio minorista	2	
c	Comercio mayorista	3	
d	Servicios personales (por ejemplo, servicios domésticos, peluquería, lavandería, etc., donde los principales clientes son individuos o familias)	4	
e	Servicios empresariales (por ejemplo, suministro de servicios a otras empresas, como servicios de impresión, publicidad o servicios de diseño gráfico, consultoría, etc.)	5	
f	Construcción	6	
g	Restaurante, servicios de comidas (catering), alojamiento	7	
h	Finanzas y bienes raíces	8	
i	Agricultura u otros sectores basados en recursos (por ejemplo, pesca, minería, etc.)	9	
j	Procesamiento de alimentos	10	
k	Otro	11	Especifique el sector: _____

10. ¿Cómo comenzó la empresa?

Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar	1
Empecé la empresa por mi propia iniciativa	2
Compré la empresa como una operación en marcha	3
Heredé la empresa	4
Otro (especificar) _____	5

11. ¿En qué tipo de local opera su empresa?

Mi residencia personal	1	[Pase a la P.12]
Un local comercial propiamente dicho (por ejemplo, edificio de oficinas, local con puerta de calle, fábrica, incubadora, etc.)	2	[Pase a la P.12]
Un puesto en el mercado	3	[Pase a la P.12]
Una estructura informal (por ejemplo, quiosco, etc.)	4	[Pase a la P.12]
Una parcela de tierra	5	[Pase a la P.12]
En la calle (sin estructura)	6	[Pase a la P.13]
Otro (especifique)_____	7	[Pase a la P.13]

12. ¿Es dueña del local de su empresa?

Sí	1
No	2

13. ¿Qué tipo de estructura organizacional tiene su empresa?

Propiedad individual (un solo dueño)	1	[Pase a la P. 15]
Sociedad anónima (con una o más personas)	2	[Pase a la P.14]
Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)	3	[Pase a la P.14]
Sociedad de hecho		
Cooperativa	4	[Pase a la P.14]
Otro (especifique)_____	5	[Pase a la P.14]

14. ¿Cuántos propietarios (es decir, socios, accionistas) hay en esta empresa y cuál es su sexo?

	Mujeres propietarias (excluyéndose) [Ingrese el número]
	Hombres propietarios [Ingrese el número]

15. ¿Cuántos trabajadores hay en la empresa?

[Ingrese el número; ingrese '0' para 'ninguno' y 'N' para 'no responde' o 'no sabe']

a	Incluyéndose, ¿cuántos trabajadores remunerados y no remunerados hay en su empresa actualmente?	_____ [Ingrese el número]
b	¿Cuántos de estos trabajadores (excluyéndose) son: - Permanentes a tiempo completo - Permanentes a tiempo parcial - Eventuales o temporales	_____ [Ingrese el número] _____ [Ingrese el número] _____ [Ingrese el número]
c	¿Cuántos del total de sus trabajadores (excluyéndose) son: - Mujeres - Hombres	_____ [Ingrese el número] _____ [Ingrese el número]
d	Excluyéndose, ¿cuántos de sus trabajadores actuales son trabajadores remunerados?	_____ [Ingrese el número]
e	¿Cuántos de sus trabajadores actuales son miembros de su familia?	_____ [Ingrese el número]
f	¿Cuántos de estos miembros de su familia son trabajadores no remunerados?	_____ [Ingrese el número]

16. ¿En qué mercados vende la mayoría de sus productos/servicios?

Mercados locales (en la zona local)	1
Mercados regionales o provinciales	2
Mercados nacionales (en todo el país)	3
Mercados internacionales	4

17. ¿Utiliza alguna de las siguientes herramientas para la operación de su empresa?

	Sí	No
a Teléfono móvil regular	1	2
b Teléfono inteligente	1	2
c Computadora de escritorio	1	2
d Computadora portátil	1	2
e Conexión de Internet de línea fija	1	2
f Conexión de Internet móvil	1	2
g Cibercafé, telecentro o quiosco de Internet	1	2

18. ¿Su empresa tiene un sitio web?

Sí	1
No	2

19. ¿Vende alguno de sus productos o servicios en línea?

Sí	1
No	2

20. ¿Utiliza teléfonos móviles, computadoras o Internet para cualquiera de los siguientes propósitos en su empresa?

	No	Sí	Teléfono móvil	Computadora	Internet
a Encontrar clientes	1	2	3	4	5
b Encontrar proveedores	1	2	3	4	5
c Comunicarse con los clientes	1	2	3	4	5
d Comunicarse con los proveedores	1	2	3	4	5
e Obtener información para tomar decisiones empresariales (por ejemplo, informarse sobre regulaciones gubernamentales, investigar sobre competidores o tendencias del mercado para un nuevo producto, etc.)	1	2	3	4	5
f Aprender habilidades y participar en capacitaciones	1	2	3	4	5
g Operaciones comerciales diarias (por ejemplo, gestionar a sus empleados, mantener control del inventario, contabilidad, etc.)	1	2	3	4	5
h Promocionar sus productos o servicios	1	2	3	4	5
i Vender sus productos o servicios	1	2	3	4	5
j Establecer redes de contactos o participar en actividades de asociaciones o grupos empresariales/sectoriales	1	2	3	4	5
k Otro (especifique)_____	1	2	3	4	5

SECCIÓN 3: DESAFÍOS Y FINANCIAMIENTO PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA

21. ¿Cuáles fueron los principales desafíos para poner en marcha su empresa?

a	Acceder al financiamiento	1
b	Obtener el apoyo de mi familia	2
c	Encontrar una ubicación comercial adecuada	3
d	Encontrar información sobre cómo poner en marcha un negocio	4
e	Lidiar con los requisitos regulatorios y para el registro	5
f	Saber adónde ir para obtener asesoría	6
g	Encontrar proveedores	7
h	Obtener clientes	8
i	Otro (especifique)_____	9

22. ¿Qué fuente(s) de financiamiento usó para poner en marcha su empresa?

	Sí	No
a Mis propios ahorros	1	2
b Venta de un activo	1	2
c Préstamo bancario	1	2
d Fondo de préstamos del gobierno	1	2
e Familia/amigos	1	2
f Institución micro financiera	1	2
g Prestamista	1	2
h Ahorro informal o esquema de crédito rotativo	1	2
i Proyecto internacional (financiado por donantes)	1	2
j Otro (especifique)_____	1	2

23. ¿Ha tratado de obtener un préstamo para su empresa en algún momento durante el último año?

Sí	1
No	2

[Pase a la P. 24]

[Pase a la P. 25]

24. En el último año, ¿dónde intentó obtener financiamiento para su empresa? ¿Tuvo éxito en sus esfuerzos?

	¿Trató de acceder a un crédito de...?		Si respondió 'sí', ¿tuvo éxito?	
	Sí	No	Sí	No
a Un banco	1	2	3	4
b Un fondo de préstamos del gobierno	1	2	3	4
c Un proyecto internacional (financiado por donantes)	1	2	3	4
d Familia/amigos	1	2	3	4
e Una institución micro financiera	1	2	3	4
f Un prestamista	1	2	3	4
g Ahorro informal y esquema de crédito rotativo	1	2	3	4
h Otro (especifique)_____	1	2	3	4

25. En su opinión, ¿cuáles son (o serían) los principales problemas para obtener un préstamo de una institución financiera (banco o institución micro financiera)?

	Sí (es un problema)	No (no es un problema)	No sabe o no opina
a Los requisitos de garantía son demasiado altos	1	2	9
b Las tasas de interés son demasiado altas	1	2	9
c El monto del préstamo aprobado es (sería) demasiado pequeño	1	2	9
d El plazo del préstamo es (sería) demasiado corto	1	2	9
e Se requiere proporcionar una garantía personal	1	2	9
f Se requiere tener un cosignatario (esposo, padre u otro)	1	2	9
g Las mujeres empresarias no son tomadas en serio por los funcionarios de préstamos	1	2	9
h Otro (especifique)_____	1	2	9

26. ¿Tiene una cuenta bancaria específicamente para su negocio, excluyendo sus cuentas personales?

Sí	1
No	2

27. ¿Accede a algún servicio financiero en línea o a través de un teléfono móvil o teléfono inteligente?

Sí	1
No	2

SECCIÓN 4: APOYO DE INFORMACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL

28. ¿Es usted miembro de alguna de las siguientes organizaciones relacionadas con las empresas?

	Sí	No
a Cámara de comercio o industria	1	2
b Asociación empresarial que tiene hombres y mujeres como miembros	1	2
c Asociación de mujeres empresarias o emprendedoras	1	2
d Asociación de la industria (e un sector específico)	1	2
e Asociación de empleadores	1	2
f Otro (especifique)_____	1	2

29. ¿De dónde obtiene normalmente la mayoría de su información sobre asuntos relacionados con la empresa?

a	Periódicos	1
b	Publicaciones del gobierno	2
c	Cámara de comercio o industria	3
d	Asociación empresarial	4
e	Abogado	5
f	Contador	6
g	Centro de empresas o desarrollo empresarial	7
h	Asesor empresarial profesional independiente	8
i	Propietario de otro negocio: hombre	9
j	Propietario de otro negocio: mujer	10
k	Mentor	11
l	Familia, amigos y vecinos	12
m	Internet	13
n	Teléfono móvil o teléfono inteligente	14
o	Televisión	15
p	Radio	16
q	Otro (especifique) _____	17

30. En algún momento durante el último año ha obtenido asesoramiento para su empresa de alguno de los siguientes:

	Sí	No	
a	Abogado	1	2
b	Contador	1	2
c	Asesor empresarial profesional	1	2
d	Centro empresarial o de pequeñas empresas	1	2
e	Propietario de otro negocio (mujer)	1	2
f	Propietario de otro negocio (hombre)	1	2
g	Otro (especifique) _____	1	2

31. ¿Alguna vez ha participado en una feria o exposición?

	Sí	No
a Feria comercial local	1	2
b Feria comercial nacional	1	2
c Feria comercial internacional	1	2

32. ¿Ha participado alguna vez en un programa de capacitación para aprender a usar una computadora o para utilizar la tecnología de la información y de la comunicación (TIC) en sus operaciones comerciales?

Sí	1
No	2

33. Por favor indíqueme si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre sus habilidades en TIC.

		De acuerdo	En desacuerdo
a	Teléfonos móviles		
	Conozco las diferentes formas en que puedo usar un teléfono móvil en mi negocio.	1	2
	Confío en mis habilidades para usar un teléfono móvil para mi negocio.	1	2
	Estoy interesado en aprender más habilidades para usar un teléfono móvil en mi negocio.	1	2
b	Computadoras		
	Conozco las diferentes formas en que puedo usar una computadora en mi negocio.	1	2
	Confío en mis habilidades para usar una computadora para mi negocio.	1	2
	Estoy interesado en aprender más habilidades para usar una computadora en mi negocio.	1	2
c	Internet		
	Conozco las diferentes formas en que puedo usar Internet para mi negocio.	1	2
	Confío en mis habilidades para usar Internet para mi negocio.	1	2
	Estoy interesado en aprender más habilidades para usar Internet para mi negocio.	1	2

34. ¿Ha participado alguna vez en un programa de capacitación empresarial o de administración de pequeñas empresas?

Sí	1	[Pase a la P. 35]
No	2	[Pase a la P. 36]

35. ¿El programa de capacitación era para hombres y mujeres, o solo para mujeres?

Para ambos, hombres y mujeres	1
Solo para mujeres	2

36. ¿Ha participado alguna vez en programas de apoyo empresarial ofrecidos específicamente a mujeres empresarias?

		Sí	No
a	Programa de préstamos para mujeres empresarias	1	2
b	Programa de capacitación empresarial (o en empleo por cuenta propia) para mujeres empresarias	1	2
c	Servicios de un centro empresarial / de apoyo empresarial para mujeres	1	2
d	Programa de compras gubernamentales dirigido a mujeres propietarias de empresas	1	2
e	Feria comercial o exposición para mujeres (regional, nacional o internacional)	1	2
f	Programa de orientación empresarial o tutoría para mujeres empresarias	1	2
g	Otro (especifique) _____	1	2

SECCIÓN 5: FORMALIDADES DE REGISTRO DE EMPRESAS Y TRATOS CON FUNCIONARIOS GUBERNAMENTALES

37. ¿Está (su empresa) registrada en alguno de los siguientes organismos?

	Sí	No
a Dirección Nacional de Impositiva (DGI)	1	2
b Banco de Previsión Social (BPS)	1	2
c Intendencia – Gobierno Departamental	1	2
d Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS)	1	2
e Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM)	1	2
f Otro (especifique)	1	2

38. En su opinión, ¿cuál de los siguientes factores es una barrera para registrar una empresa?

	Es una barrera	No es una barrera	No sé
a Los costos del registro	1	2	3
b El tiempo que toma (viajes, espera) el registro	1	2	3
c Saber cómo registrarse (tener información sobre los pasos por seguir, cuándo y dónde)	1	2	3
d Proximidad de la oficina de registro empresarial en el área donde vive (por ejemplo, accesibilidad)	1	2	3
e No poder hacer el registro empresarial por medio de Internet	1	2	3
f La cantidad de informes al gobierno que se deben hacer una vez registrado	1	2	3
g El requisito de pagar impuestos regulares sobre ventas e ingresos, una vez registrado	1	2	3
h Otros (especificar) _____	1	2	3

39. En su opinión, ¿cuáles son (serían) las principales ventajas de tener una empresa registrada (formal)?

		Sí	No	No sé
a	Las empresas registradas pueden acceder a los programas gubernamentales de asistencia/apoyo	1	2	3
b	Las empresas registradas pueden beneficiarse de los programas de seguridad social o protección social	1	2	3
c	Las empresas registradas tienen un mejor acceso a programas de financiamiento, programas de servicios de apoyo empresarial y programas de capacitación	1	2	3
d	Las empresas registradas tienen un mejor acceso a los mercados, incluidos los mercados de exportación	1	2	3
e	Las empresas registradas pueden competir por contratos gubernamentales como proveedores	1	2	3
f	Las empresas registradas no temen a las multas o el hostigamiento de la policía y otras autoridades, a diferencia de las empresas informales	1	2	3
g	Otro (especifique) _____	1	2	3

40. ¿En algún momento del último año visitó su negocio algún funcionario del gobierno?

Sí	1	[Pase a la P. 41]
No	2	[Pase a la P. 42]

41. ¿Con qué propósito visita(o)(aron) el(los) funcionario(s) del gobierno su negocio?

a	Por un tema de registro empresarial	1
b	Por un tema de licencias de negocios	2
c	Por un tema de inspección laboral	3
d	Por un tema de impuestos	4
e	Otro (especifique) _____	5
f	Otro (especifique) _____	6

42. ¿En algún momento del último año le han pedido que pague un soborno o un cargo no oficial a un funcionario del gobierno? De ser así, ¿cuántas veces ha ocurrido esto?

No, no me han obligado a pagar un soborno en el último año	1	[Pase a la P. 44]
Sí, una vez en el último año	2	[Pase a la P. 43]
Sí, 2-5 veces en el último año	3	[Pase a la P. 43]
Sí, 6-10 veces en el último año	4	[Pase a la P. 43]
Sí, más de 10 veces en el último año	5	[Pase a la P. 43]

43. ¿Puede indicarme brevemente por qué motivo le pidieron que pague sobornos o cargos no oficiales?
[Pregunta abierta].

44. ¿En algún momento del último año ha sido víctima de algún otro tipo de hostigamiento por parte de una institución del gobierno?

Sí	1	[Pase a la P. 45]
No	2	[Pase a la P. 46]

45. ¿Podría describir brevemente la situación de hostigamiento?

[Pregunta abierta]

SECCIÓN 6: DESARROLLO DE LA EMPRESA

46. ¿En algún momento durante el último año ha realizado alguna de las siguientes inversiones en su empresa?

		Sí	No
a	Adquirió nuevo equipo de producción	1	2
b	Realizó mejoras en equipos de producción antiguos o actualizó su tecnología	1	2
c	Adquirió nuevo equipo de oficina	1	2
d	Adquirió tecnología de la información (por ejemplo, un teléfono inteligente, un sistema informático, un sistema de información de gestión, etc.)	1	2
e	Contrató a más trabajadores	1	2
f	Invirtió en desarrollar un nuevo producto o en mejorar uno ya existente	1	2
g	Se mudó a un local mejor	1	2
h	Expandió su local existente	1	2
i	Estableció locales o sedes adicionales	1	2
j	Invirtió en la puesta en marcha de otro negocio	1	2
k	Otro (especifique) _____	1	2

47. ¿Planea realizar cambios para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año?

Sí, estoy planeando hacer algunos cambios	1	[Pase a la P. 48]
No, no planeo hacer ningún cambio	2	[Pase a la P. 49]
No estoy segura o no sé	3	[Pase a la P. 49]

48. ¿Cómo piensa desarrollar o mejorar su empresa durante el próximo año?

	Sí	No
a Invertir en nuevos equipos o tecnología para la empresa	1	2
b Aumentar el número de trabajadores	1	2
c Disminuir el número de trabajadores	1	2
d Expandir la gama de productos/servicios	1	2
e Reducir la gama de productos/servicios	1	2
f Expandirse a nuevos mercados	1	2
g Desarrollar un sitio web para hacer más de las ventas en línea	1	2
h Mudarse a un local más grande	1	2
i Mejorar las condiciones de empleo para los trabajadores	1	2
j Incorporar la tecnología de la información para mejorar la eficiencia y la capacidad de comercialización de la empresa	1	2
k Implementar prácticas para ser más ambientalmente sensibles (conservar energía y agua, reducir, reciclar, reutilizar)	1	2
l Otro (especifique)_____	1	2

49. ¿Podría indicar cuáles de los siguientes probablemente sean (o no sean) problemas para hacer crecer su empresa en el futuro?

		Probablemente no sea un problema	Probablemente sea un problema
a	Acceder a financiamiento	1	2
b	Obtener apoyo de mi familia	1	2
c	Encontrar una ubicación comercial más adecuada	1	2
d	Encontrar información sobre nuevos mercados (por ejemplo, oportunidades de cadenas de suministro, exportación, etc.)	1	2
e	Encontrar trabajadores calificados y confiables	1	2
f	Enfrentarse a las regulaciones gubernamentales y los costos de cumplimiento	1	2
g	Encontrar asesores/consultores/mentores que le den consejos para crecer	1	2
h	Temas tributarios	1	2
i	Temas de transporte	1	2
j	Otro (especifique)_____	1	2

SECCIÓN 7: PERCEPCIONES DE LAS CONDICIONES OPERATIVAS PARA LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LA MUJER

50. Por favor, indique si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones.

		De acuerdo	En desacuerdo	No opina
a	Es difícil para una mujer empresaria lidiar con las regulaciones gubernamentales	1	2	3
b	El acceso al crédito y al financiamiento es bueno y los prestamistas tienen buena disposición hacia las mujeres	1	2	3
c	Las mujeres tienen los mismos derechos que los hombres a poseer propiedades y a registrarlas a su nombre	1	2	3
d	Sé todo lo que necesito saber para que mi empresa tenga éxito	1	2	3
e	Mi educación y experiencia previas me prepararon bien para mi rol como empresaria	1	2	3
f	Necesito más habilidades para operar mi empresa con éxito y para hacerlo crecer hasta la siguiente etapa	1	2	3
g	Recibo mucho apoyo de asociaciones y grupos empresariales de mujeres	1	2	3
h	Las mujeres tienen las mismas oportunidades que los hombres para participar en programas de educación y capacitación empresarial	1	2	3
i	Las mujeres tienen las mismas oportunidades que los hombres para acceder a financiamiento para sus empresas	1	2	3
j	Las mujeres empresarias tienen la misma oportunidad de acceder a la tecnología que los hombres	1	2	3
k	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	1	2	3
l	La información sobre los servicios de apoyo al desarrollo empresarial se encuentra ampliamente disponible para las mujeres empresarias	1	2	3

		De acuerdo	En des-acuerdo	No opina
m	La información sobre tipos y fuentes de financiamiento se encuentra ampliamente disponible para las mujeres empresarias	1	2	3
n	La información sobre las regulaciones empresariales se encuentra ampliamente disponible para las mujeres empresarias	1	2	3
o	Las asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras tienen influencia en las políticas y en los procesos de toma de decisiones del gobierno	1	2	3
p	Las asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras pueden representar de manera efectiva mis intereses y preocupaciones como mujer empresaria ante el gobierno.	1	2	3
q	Las asociaciones empresariales e industriales abogan por que el gobierno adopte políticas para satisfacer las necesidades de las mujeres empresarias	1	2	3
r	La iniciativa empresarial se considera un rol aceptable para las mujeres en la economía y la sociedad	1	2	3
s	Es más difícil para una mujer poner en marcha y hacer crecer un negocio que para un hombre	1	2	3
t	El gobierno apoya a las mujeres empresarias con sus posiciones y con programas de asistencia	1	2	3
u	Las leyes y regulaciones en mi país respaldan un alto nivel de equidad e igualdad de género	1	2	3
v	En general, el entorno empresarial es muy favorable para las mujeres empresarias	1	2	3

51. ¿Qué consejo daría para resolver los problemas que usted y otras mujeres como usted enfrentan como propietarias de empresas? [Pregunta abierta]

SECCION 8: DATOS DEMOGRÁFICOS

52. ¿Podría decirme en qué rango de edad se encuentra?

15-24 años	1
25-39 años	2
40-55 años	3
Más de 55 años	4

53. ¿Cuál es el grado educativo más alto que ha obtenido?

Sin educación formal	1				
Escuela primaria (6 años o menos)	2				
Alguna educación secundaria (entre 7 y 12 años)	3				
Completó la escuela secundaria	4				
Alguna educación postsecundaria no universitaria	5				
Diploma de formación profesional o técnica	6				
Alguna educación universitaria	7				
Completó un grado universitario (licenciatura o superior)	8	Licenciatura	Maestría	Doctorado	Grado en medicina u odontología
		9	10	11	12

54. ¿Cuál de los siguientes se aplica a usted?

Soltera	1
Casada	2
Divorciada o separada	3
Viuda	4

55. ¿Cuántos hijos tiene?

Ninguno	1
1 hijo	2
2 hijos	3
3 hijos	4
4 hijos	5
5 hijos	6
Más de 5 hijos	7

56. ¿Cuántos hijos menores de 18 años viven con usted actualmente?

Ninguno	1
1 hijo	2
2 hijos	3
3 hijos	4
4 hijos	5
5 hijos	6
Más de 5 hijos	7

57. Indique cuál de los siguientes está presente en su hogar.

Televisión	1
Radio	2
Conexión a Internet	3
Computadora	4
Conexión de teléfono fijo	5
Conexión a Internet móvil	6

SECCIÓN 9: IMPACTOS DEL COVID-19 Y ESTRATEGIAS DE LAS EMPRESAS

58. ¿Cómo ha afectado la crisis del COVID-19 a las actividades productivas y/o comerciales de la organización?

- a) Se mantuvieron las actividades
- b) Se redujeron las actividades
- c) Se reorientaron las actividades hacia otros productos y/o servicios
- d) Se pararon algunas actividades temporalmente
- e) Se pararon todas las actividades temporalmente
- f) Se incrementaron las actividades
- g) Se cerró definitivamente la operación
- h) Otras ¿cuáles?

59. ¿Ha tenido que despedir/Enviar a seguro de paro a todo o parte del personal en respuesta a la crisis del COVID-19?

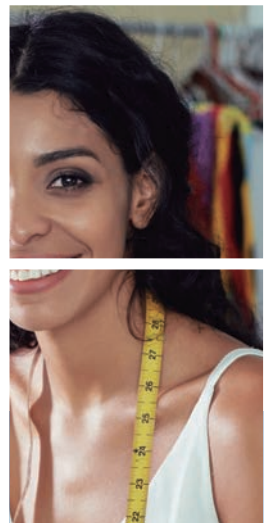
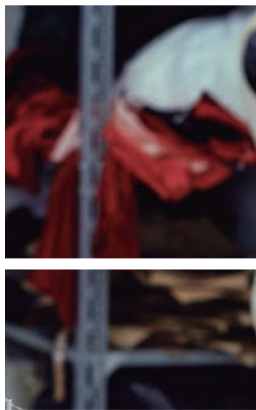
Sí	
No	

En caso positivo indique cuántas personas ha tenido que despedir/Enviar a seguro de paro:

	Nº Mujeres	Nº Hombres
Personas despedidas definitivamente en seguro de paro por despido		
Personas despedidas temporalmente/ en seguro de paro por suspensión o reducción		
Personas en seguro de paro parcial (nueva modalidad flexible)		

60. ¿Cuál cree que es la principal innovación que se ha obligado a realizar en la operación de su empresa a causa de la crisis generada por el COVID-19?

[Describir brevemente]



 **ganarganar**



Financiado por

Unión Europea



ISBN 997463018-5

9 789974 630185