

# Diagnóstico WED en *URUGUAY*

# METODOLOGÍA

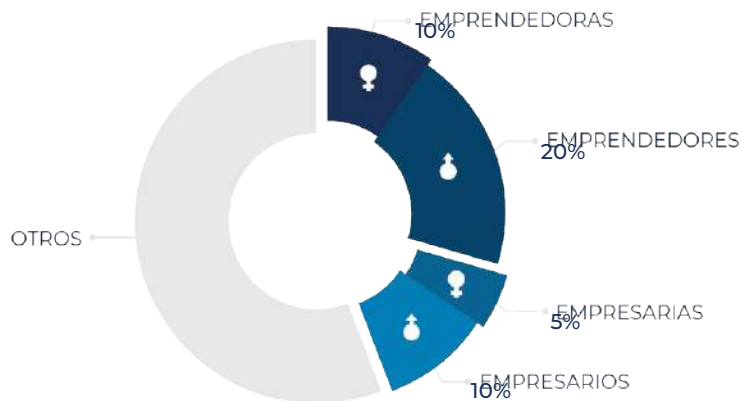
## FASE 1 - Estudio fuentes secundarias

## FASE 2 - Encuesta Empresarias

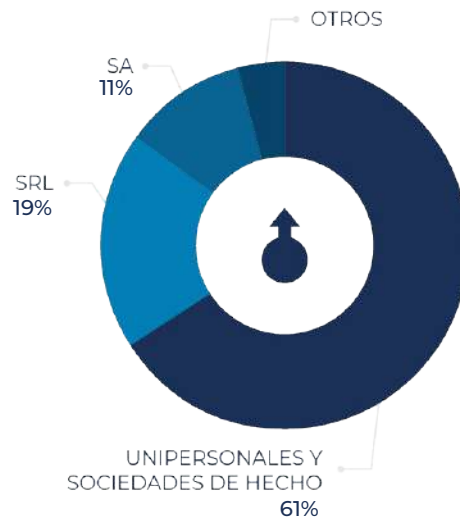
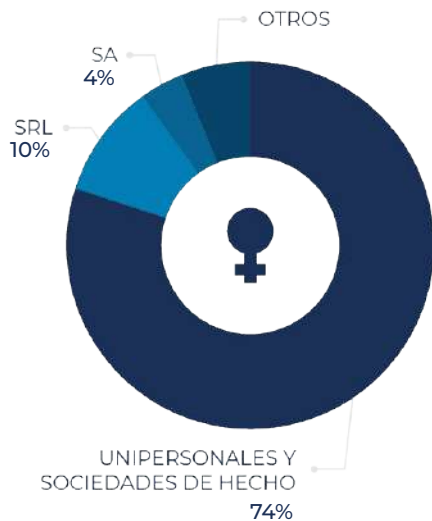
## FASE 3 - Grupos Focales y Plan de Acción

# Situación de Mujeres Empresarias y Emprendedoras

# POBLACIÓN



# TIPOS DE EMPRESAS



# TIPOS DE EMPRESAS

## MIPYMES



## SECTORES DE ACTIVIDAD DE EMPRESAS DE MUJERES



# MOTIVACIÓN

LAS MUJERES EMPRENDEN POR

**35%**

NECESIDAD

**65%**

OPORTUNIDAD

Los hombres emprenden más por oportunidad que las mujeres.

# NIVEL EDUCATIVO

EMPRENEDORES Y EMPRESARIOS CON NIVEL TERCIARIO TERMINADO



PRIMARIA COMO MÁXIMO NIVEL EDUCATIVO



DUEÑOS DE EMPRESAS CAPACITADOS



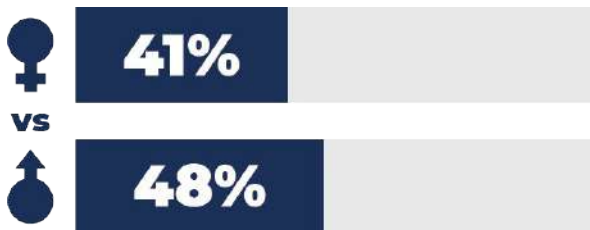
PARTICIPAN DE ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN



SE CONSIDERAN CAPACITADAS PARA EMPRENDER



# INNOVACIÓN



LOS EMPRESARIOS VARONES HAN LLEVADO ADELANTE CAMBIOS PARA INNOVAR EN MAYOR MEDIDA QUE LAS MUJERES



LAS EMPRESAS DIRIGIDAS POR HOMBRES REALIZAN COMPRAS EN EL RESTO DEL DEPARTAMENTO Y FUERA DEL PAÍS EN MAYOR MEDIDA QUE LAS DIRIGIDAS POR MUJERES.

# BARRERAS



Cuidado de  
hijos e hijas



Limitaciones  
autoimpuestas



Falta de apoyo  
en el entorno  
en lo referido al  
trabajo no  
remunerado en  
el hogar



Acceso al  
financiamiento



Falta de redes  
de apoyo y de  
negocios



Conseguir  
proveedores  
de calidad

# CONDICIONES MARCO DE WED

## EVALUACIÓN DE LAS SEIS DIMENSIONES MARCO DEL WED



# 1 - SISTEMA JURÍDICO



LEYES QUE PROMUEVEN EN  
LÍNEAS GENERALES EL  
EMPODERAMIENTO  
ECONÓMICO Y LA PROMOCIÓN  
DEL EMPRENDIMIENTO DESDE  
EL 2006

## 2 - LIDERAZGO Y COORDINACIÓN DE POLÍTICAS



EL ESTADO URUGUAYO PONE EN UN LUGAR PRIORITARIO LA COORDINACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN BASE A GÉNERO, A TRAVÉS DEL CONSEJO NACIONAL DE GÉNERO.

## 3 - ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS

TASA DE BANCARIZACIÓN



POR CADA UN HOMBRE QUE SE FINANCIA DE UN FAMILIAR  
PARA COMENZAR SU EMPRENDIMIENTO, 1.4 MUJERES LO HACE.

Según la encuesta EME, 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). En el último año, el 28% de las mujeres empresarias encuestadas intentó obtener un préstamo para su empresa. La mayoría intentó obtener financiamiento de un banco (92%), pero solo el 64% tuvo éxito en obtenerlo. 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).

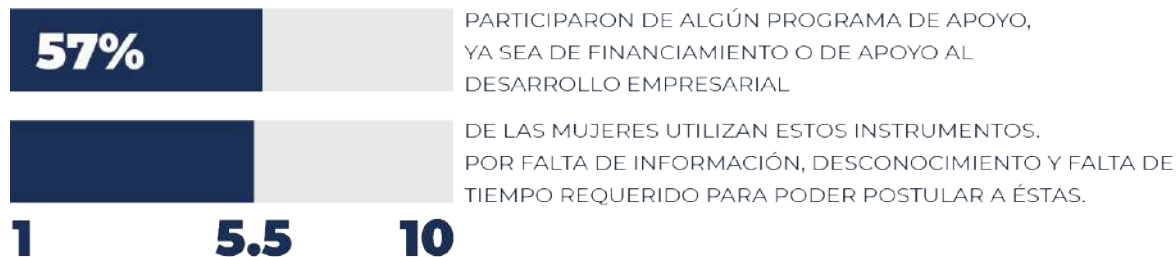
## 4 - ACCESO A HERRAMIENTAS ADE



Según el relevamiento propio, existen más de 90 instituciones que pertenecen a la Red Uruguay Emprendedor y más de 200 programas de apoyo al desarrollo empresarial según datos del Portal Emprendedor (2018). La cobertura de los instrumentos y programas llega a todo el país, habiendo programas sin costo y de libre acceso a las diferentes empresas.



## 4 - ACCESO A HERRAMIENTAS ADE



## 5 – MERCADOS Y TECNOLOGÍA

En el año 2018, el Parlamento uruguayo aprobó la ley No 19.685 llamada “promoción del desarrollo con equidad de género” por la cual modifica la reglamentación de compras públicas para incluir un régimen de preferencia para organizaciones habilitadas con igualdad de género. En su articulado, se incluye el siguiente literal “D) En el marco del Subprograma de Contratación Pública para el Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas dispuesto en el literal A) del presente artículo, se considerará la perspectiva de género en la formulación de los instrumentos a emplear.” Actualmente, según entrevistas conducidas con autoridades del organismo, se está esperando la reglamentación de esta ley para que pueda ser de aplicación. En la encuesta EME, se les consultó a las empresarias 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).

## 6 - REPRESENTACIÓN



LA CÚPULA DE LAS EMPRESAS MIPYMES EN URUGUAY ES MAYORITARIAMENTE MASCULINA.

35%

DE REPRESENTACIÓN FEMENINA

41%

TITULARIDAD FEMENINA EN EMPRESAS EN 2013

### CÁMARAS Y ASOCIACIONES EMPRESARIALES

22%

TIENEN UNA MUJER COMO PRESIDENTE

2 ORGANIZACIONES TIENEN REPRESENTACIÓN FEMENINA MAYOR AL 50%

EL ACCESO DE MUJERES A CARGOS DIRECTIVOS AUMENTA CONFORME DISMINUYE EL TAMAÑO Y LA ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA.

20%

DE LAS EMPRESAS MEDIANAS SON DIRIGIDAS POR MUJERES

37%

DE LAS MICROEMPRESAS MEDIANAS SON DIRIGIDAS POR MUJERES

# Plan de Acción NACIONAL

- **Formar a las Organizaciones Empresariales y todos los puntos de atención a personas emprendedoras del país para apoyar a las Empresas propiedad de mujeres desde su concepción**
- **Generar un programa para capacitar mujeres y prepararlas para la participación en el diálogo público**
- **Transversalizar el enfoque de género en los programas de apoyo a personas emprendedoras o pequeñas empresas**

# ¡Gracias!