

# *Evaluación Nacional de las Condiciones Marco del Desarrollo de la Iniciativa Empresarial de la Mujer (WED)*

*Informe de resultados encuesta a mujeres empresarias*



Financiado por la Unión Europea



**Mg. Mariana Foutel**

Enero, 2020

- **Recolección de datos:** Cuestionario autoadministrado, sistema CAWI.
- **Universo de estudio:** Mujeres dueñas de empresas con más 12 meses de antigüedad, que cumplen funciones en la gestión de la misma así como también en la toma de decisiones empresariales, cuyas percepciones se comparan con la mirada de sus pares masculinos.
- **Muestreo:** Según el diseño muestral sugerido y del análisis de la base de datos existente se buscó maximizar el tamaño muestral del estudio en consideración de las posibilidades de escalabilidad que permite el sistema CAWI como método de recolección de la información.
- **Cantidad de casos:** 328 casos totales, de los cuales corresponden 263 a mujeres y 65 a varones. Se procesaron los resultados para el total de la muestra, corte mujeres y corte varones, realizando cruces bivariados para el segmento mujeres.
- **Fecha del trabajo de campo:** del 2 de diciembre de 2019 al 13 de enero de 2020.

A continuación se presentan los resultados del estudio cuantitativo:

SECCIÓN INICIAL: DATOS DEMOGRÁFICOS

SECCIÓN A: EXPERIENCIA E HISTORIAL DE PROPIEDAD EMPRESARIAL

SECCIÓN B: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA ACTUAL

SECCIÓN C: DESAFÍOS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA. ACCESO AL FINANCIAMIENTO

SECCIÓN D: ACCESO A INFORMACIÓN, MERCADOS Y SERVICIOS DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL

SECCIÓN E: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA EMPRESA: PRINCIPALES DESAFÍOS

SECCIÓN F: CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LA MUJER

## GENERAL



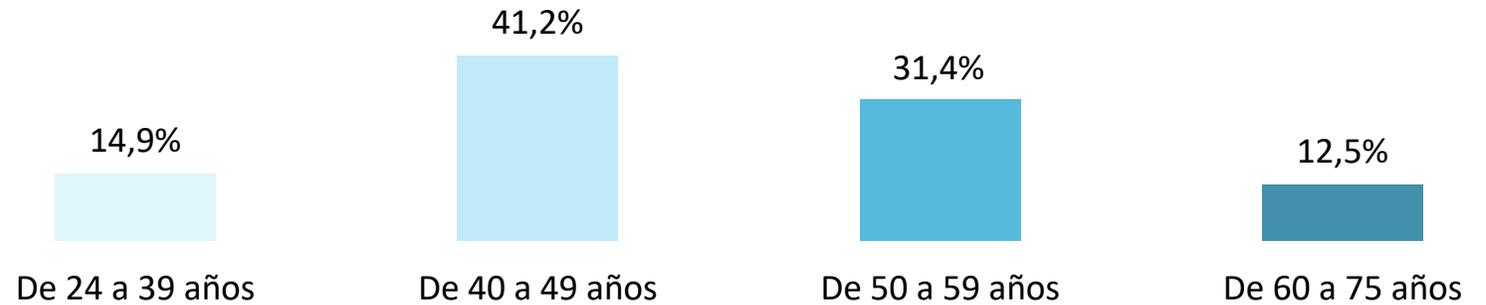
**MUJERES**  
**80,2%**



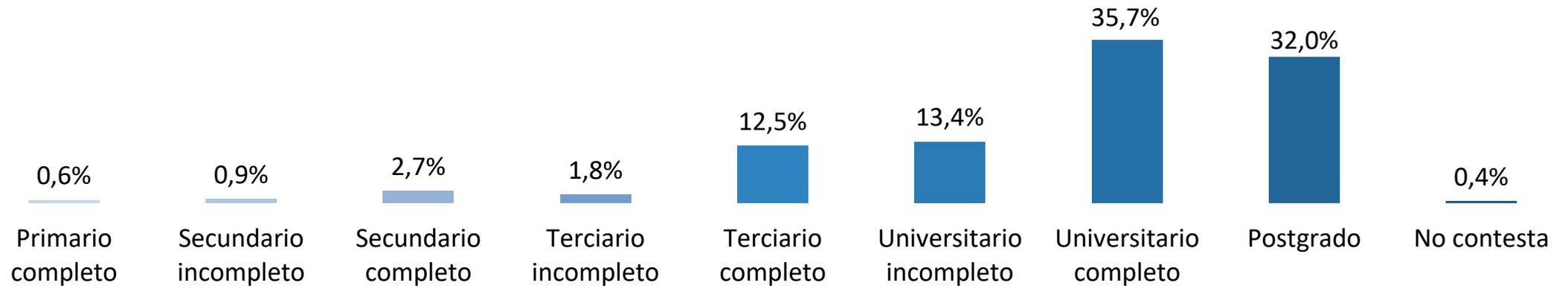
**VARONES**  
**19,8%**

## EDAD

Promedio: 48 años



## NIVEL EDUCATIVO



GENERAL

ESTADO CIVIL



SIN HIJOS  
20,7%

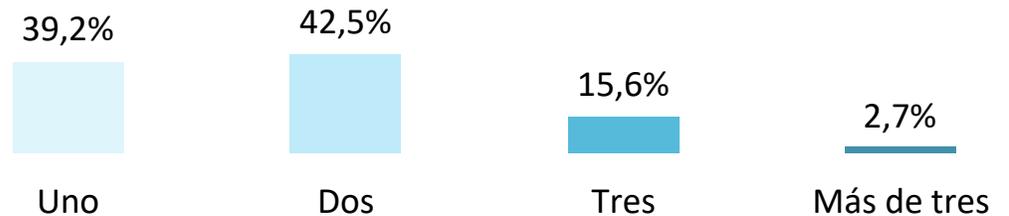
VIVE CON HIJOS  
MENORES DE 18 AÑOS  
61,5%

CANTIDAD DE HIJOS

Promedio: 2 hijos

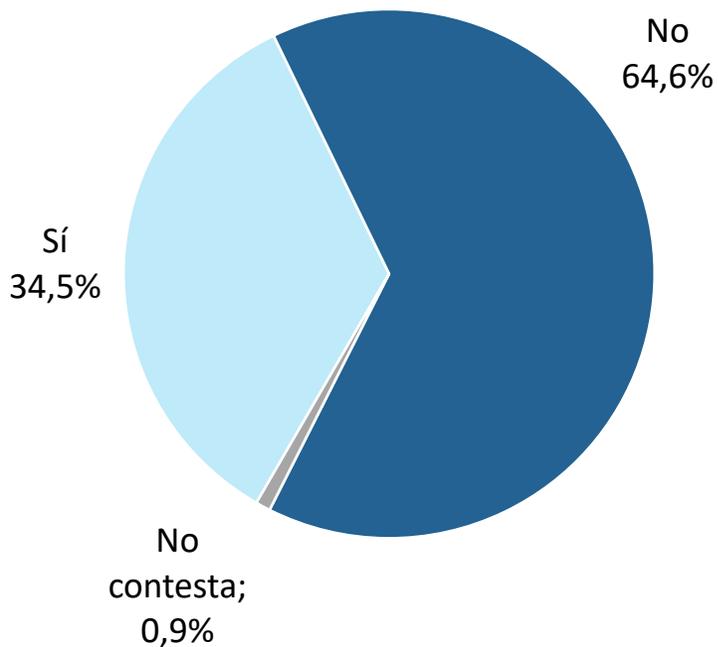


CANTIDAD DE HIJOS MENORES DE 18 AÑOS CON  
LOS QUE VIVE

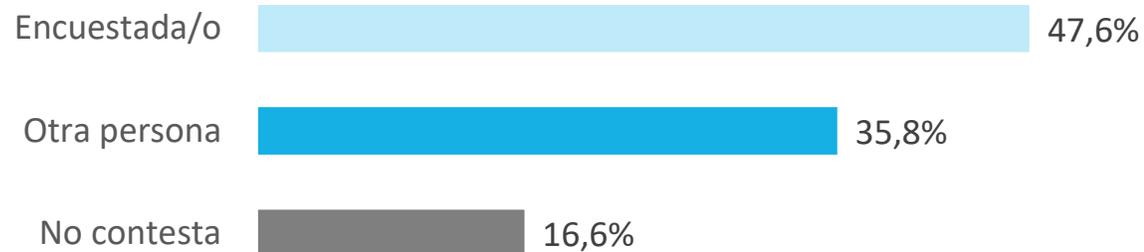


GENERAL

ÚNICA PERSONA QUE APORTA INGRESOS AL HOGAR



PRINCIPAL SOSTÉN DEL HOGAR\*



\*Base: 212 casos

PARENTESCO CON PRINCIPAL SOSTÉN\*



\*Base: 76 casos

## GENERAL

### LOCALIDAD DONDE SE EMPLAZA LA SEDE PRINCIPAL DE LA EMPRESA



Provincia de Buenos Aires



60,7%

Gran Buenos Aires\*

28,7%

Resto de la Provincia

32,0%

Ciudad Autónoma de Buenos Aires



23,5%

Resto del país



15,8%

Respecto de la localización de la empresa cabe destacar que la concentración político-administrativa, industrial y comercial entre otras de Argentina incide en la decisión estratégica de localizar la casa matriz en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Esta dinámica impacta en el relevamiento en tanto numerosos empresarios pertenecientes a la Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires identifican una localidad fuera del ámbito geográfico bonaerense como sede de su empresa.

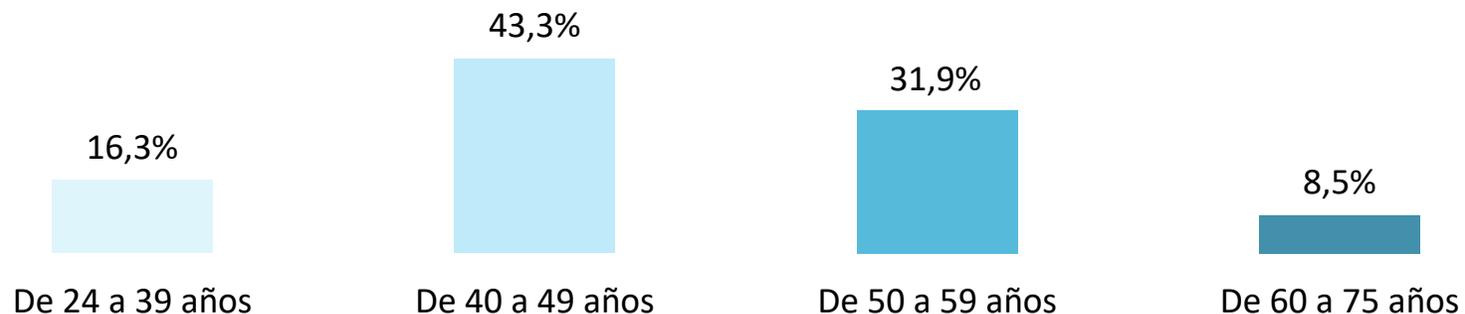
\*Aglomerado que incluye 24 partidos de la Provincia

## MUJERES

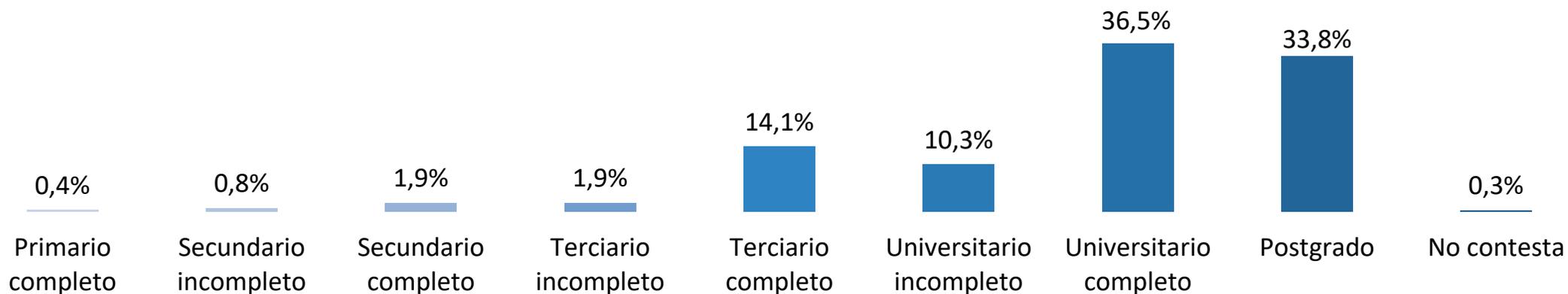


### EDAD

Promedio: 47 años

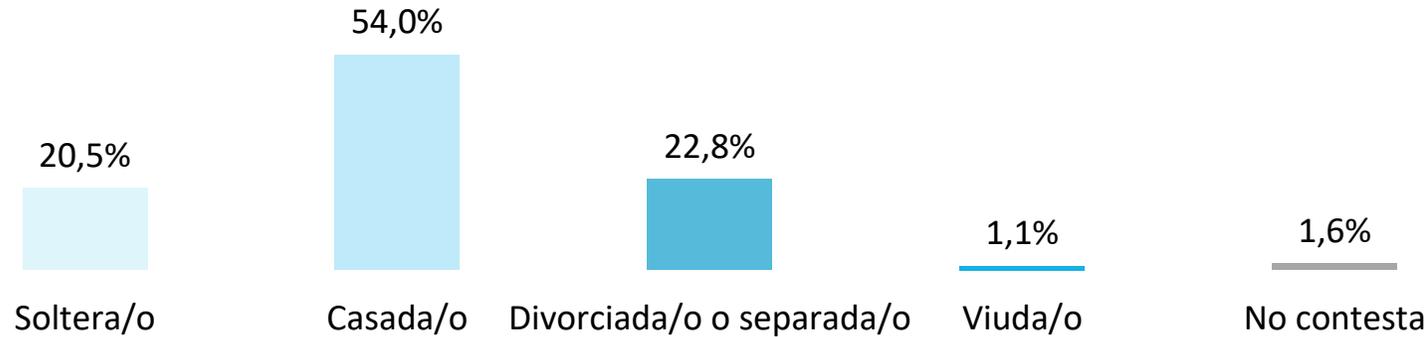


### NIVEL EDUCATIVO



**MUJERES**

**ESTADO CIVIL**



**SIN HIJOS**  
22,8%

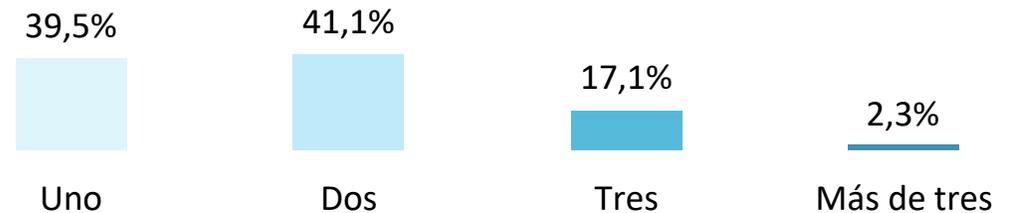
**VIVE CON HIJOS  
MENORES DE 18 AÑOS**  
63,5%

**CANTIDAD DE HIJOS**

Promedio: 2 hijos

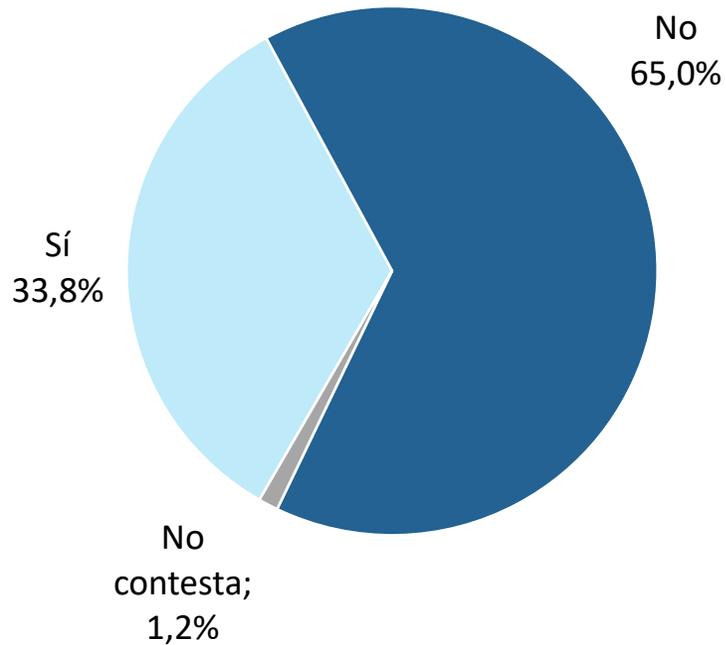


**CANTIDAD DE HIJOS MENORES DE 18 AÑOS CON  
LOS QUE VIVE**

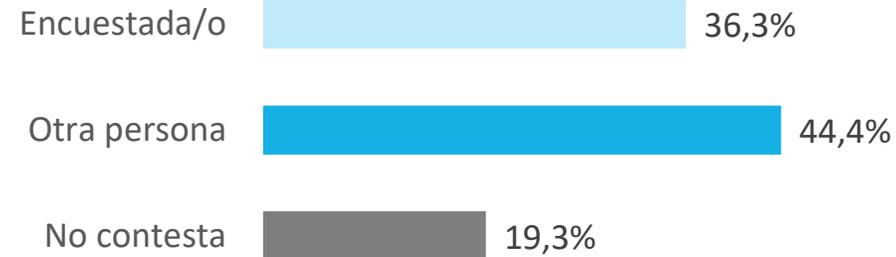


MUJERES

ÚNICA PERSONA QUE APORTA INGRESOS AL HOGAR

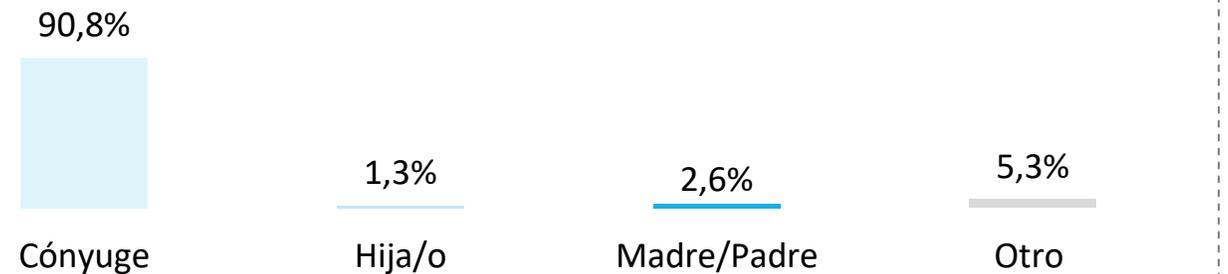


PRINCIPAL SOSTÉN DEL HOGAR\*



\*Base: 171 casos

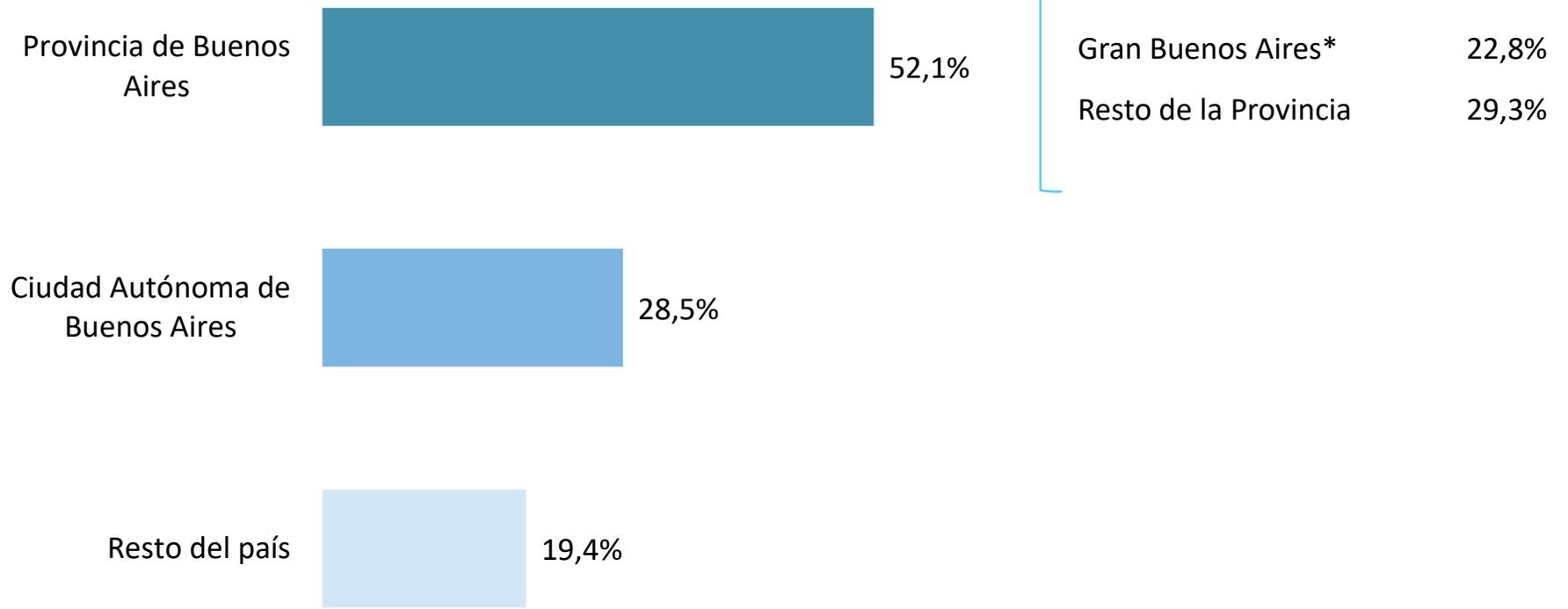
PARENTESCO CON PRINCIPAL SOSTÉN\*



\*Base: 76 casos

MUJERES

LOCALIDAD DONDE SE EMPLAZA LA SEDE PRINCIPAL DE LA EMPRESA



\*Aglomerado que incluye 24 partidos de la Provincia

## VARONES

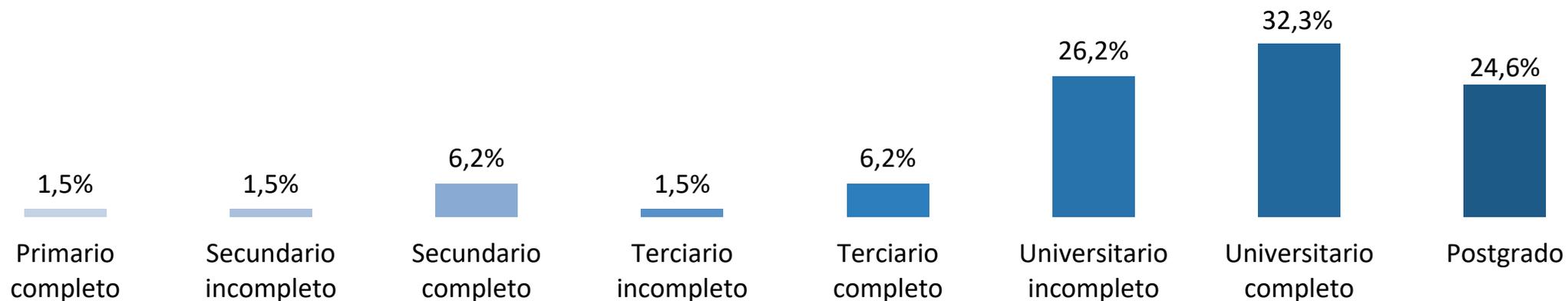


### EDAD

Promedio: 53 años

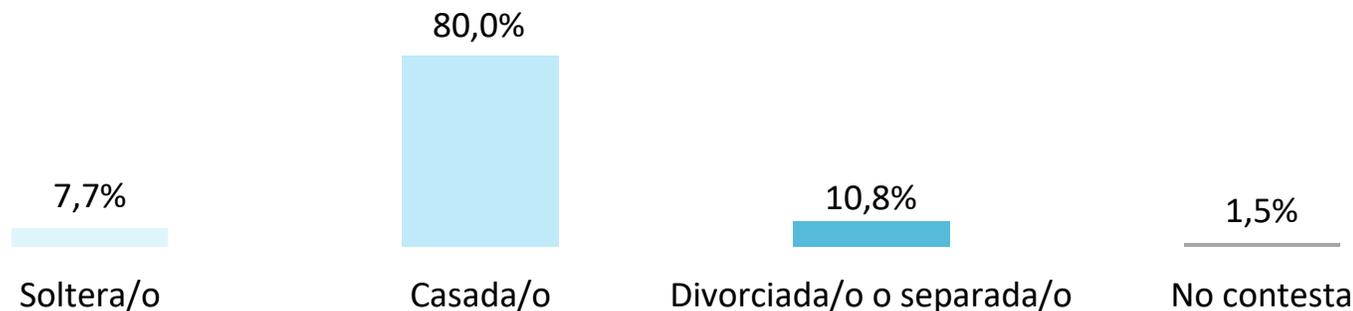


### NIVEL EDUCATIVO



**VARONES**

**ESTADO CIVIL**

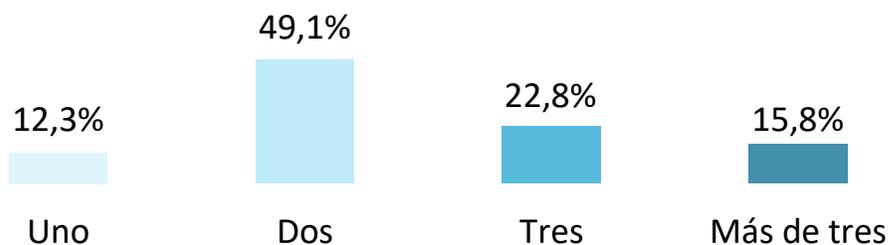


**SIN HIJOS**  
12,3%

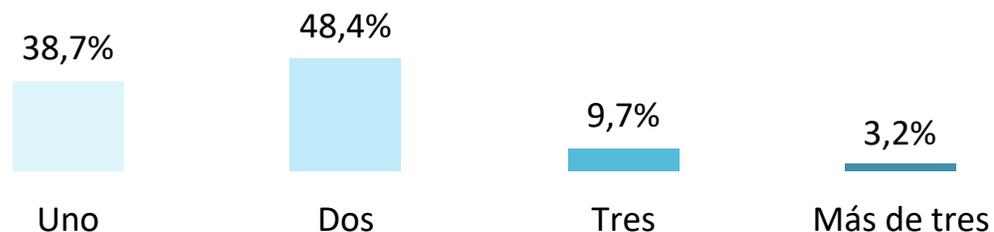
**VIVE CON HIJOS  
MENORES DE 18 AÑOS**  
54,4%

**CANTIDAD DE HIJOS**

Promedio: 2 hijos

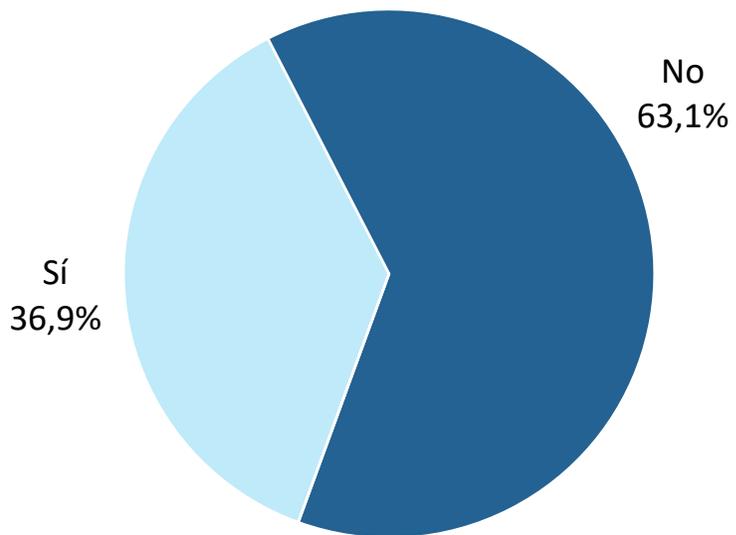


**CANTIDAD DE HIJOS MENORES DE 18 AÑOS CON  
LOS QUE VIVE**

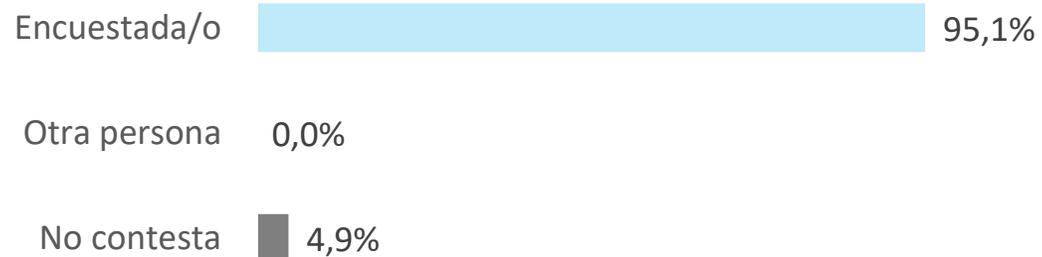


VARONES

ÚNICA PERSONA QUE APORTA INGRESOS AL HOGAR



PRINCIPAL SOSTÉN DEL HOGAR\*



\*Base: 41 casos

VARONES

LOCALIDAD DONDE SE EMPLAZA LA SEDE PRINCIPAL DE LA EMPRESA



Provincia de Buenos Aires



95,4%

Gran Buenos Aires\*

52,3%

Resto de la Provincia

43,1%

Ciudad Autónoma de Buenos Aires



3,1%

Resto del país



1,5%

\*Aglomerado que incluye 24 partidos de la Provincia

**SECCIÓN INICIAL: DATOS DEMOGRÁFICOS**

**SECCIÓN A: EXPERIENCIA E HISTORIAL DE PROPIEDAD EMPRESARIAL**

**SECCIÓN B: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA ACTUAL**

**SECCIÓN C: DESAFÍOS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA. ACCESO AL FINANCIAMIENTO**

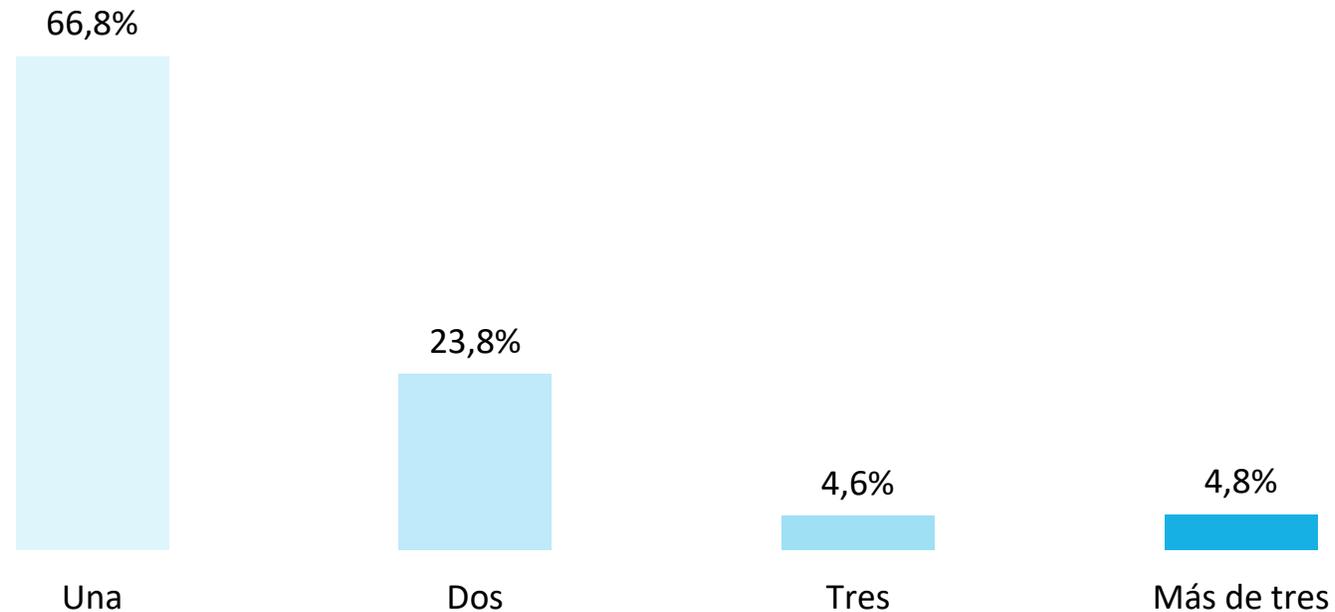
**SECCIÓN D: ACCESO A INFORMACIÓN, MERCADOS Y SERVICIOS DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL**

**SECCIÓN E: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA EMPRESA: PRINCIPALES DESAFÍOS**

**SECCIÓN F: CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LA MUJER**

## GENERAL

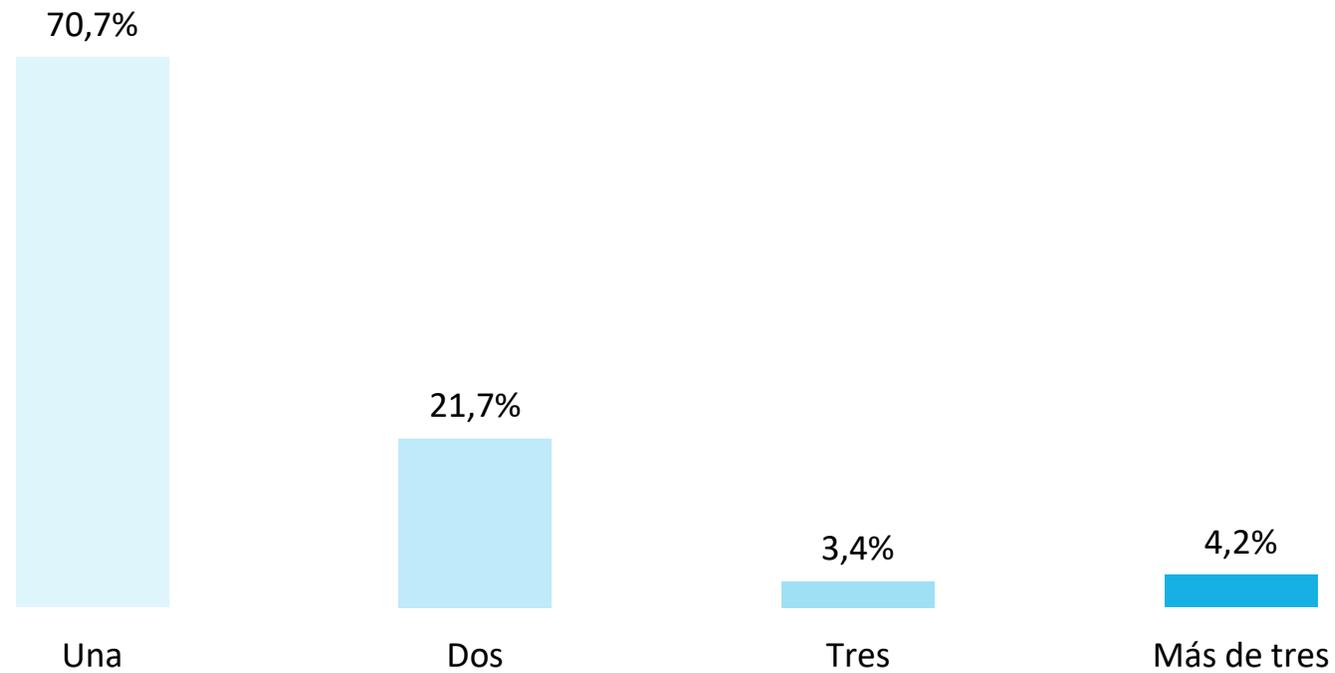
¿De cuántas empresas es Ud. dueña/o actualmente?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

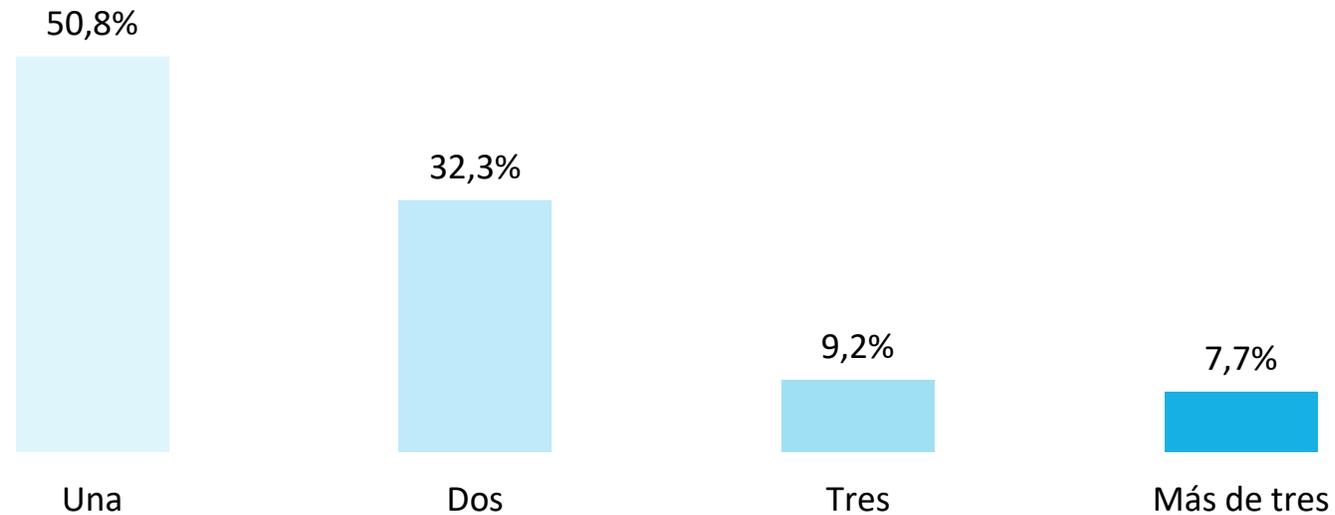
¿De cuántas empresas es Ud. dueña actualmente?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## VARONES

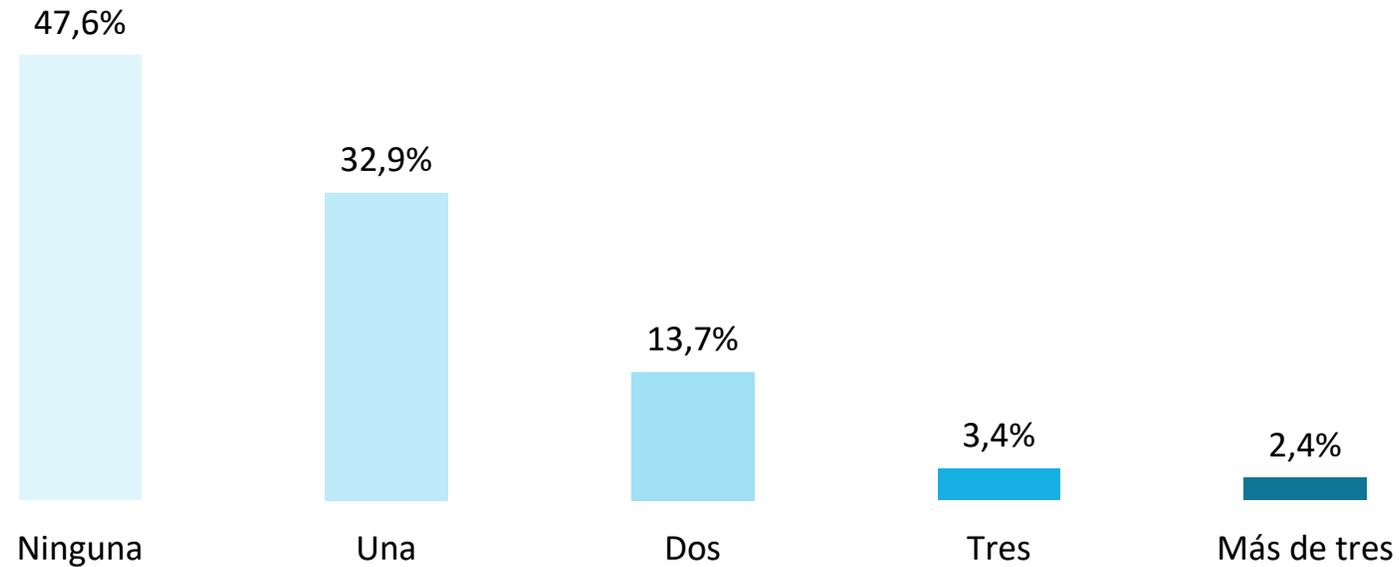
¿De cuántas empresas es Ud. dueño actualmente?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

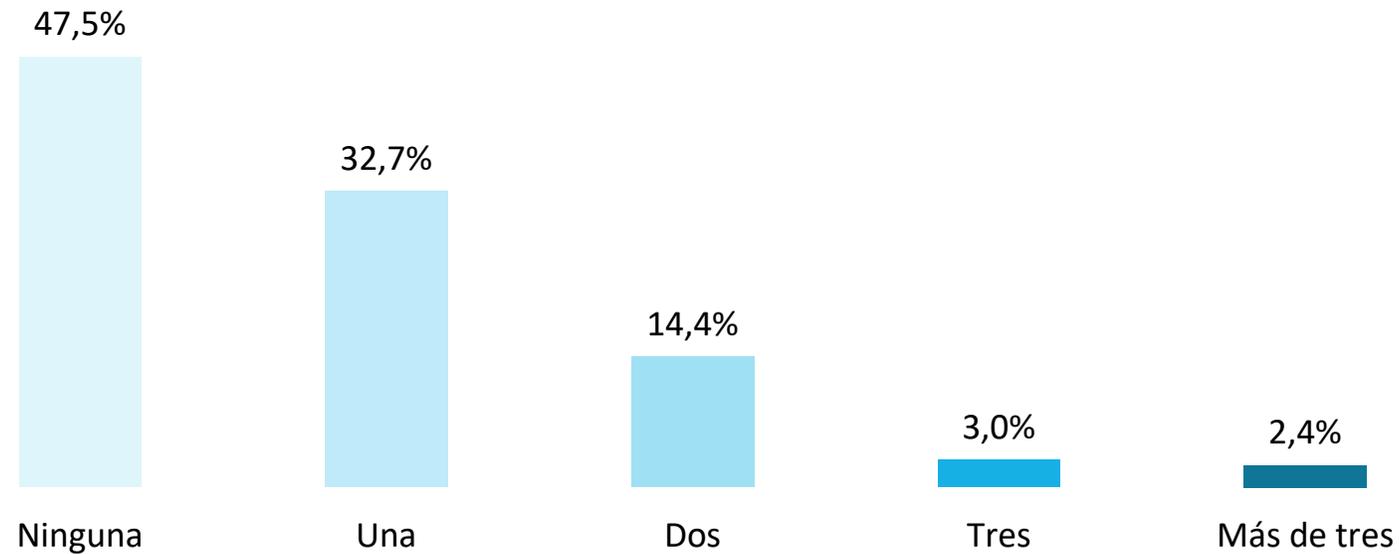
¿Cuántas empresas de su propiedad ha tenido en el pasado, antes de la(s) que posee actualmente y sin incluirlas?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

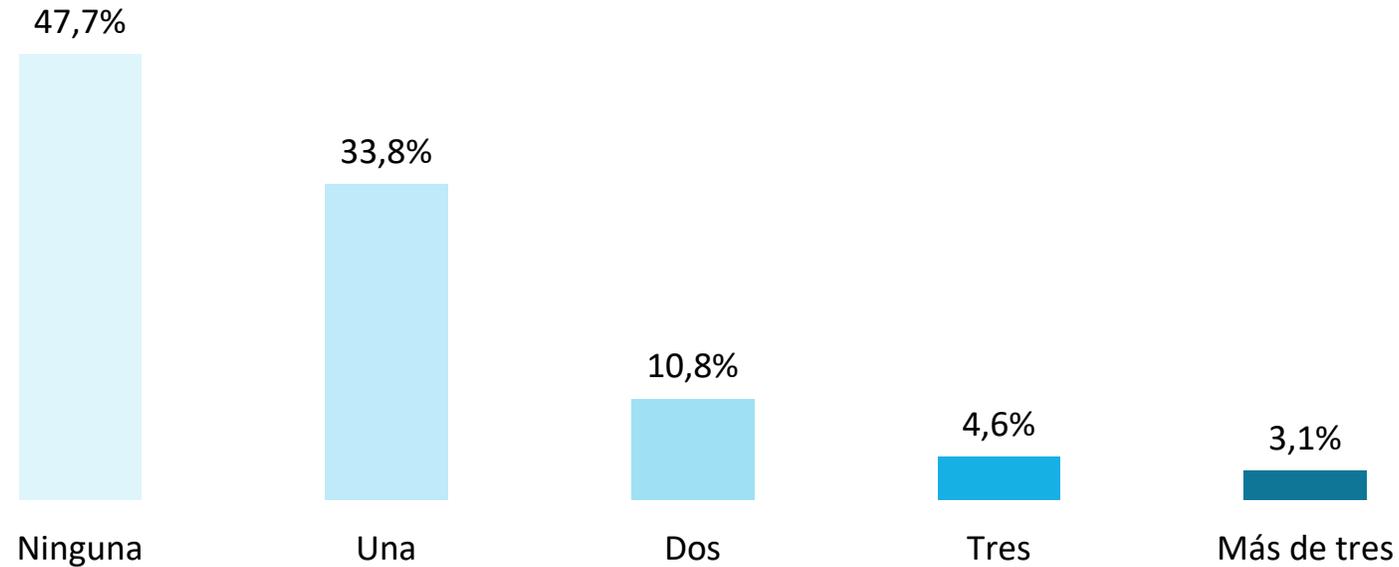
¿Cuántas empresas de su propiedad ha tenido en el pasado, antes de la(s) que posee actualmente y sin incluirlas?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## VARONES

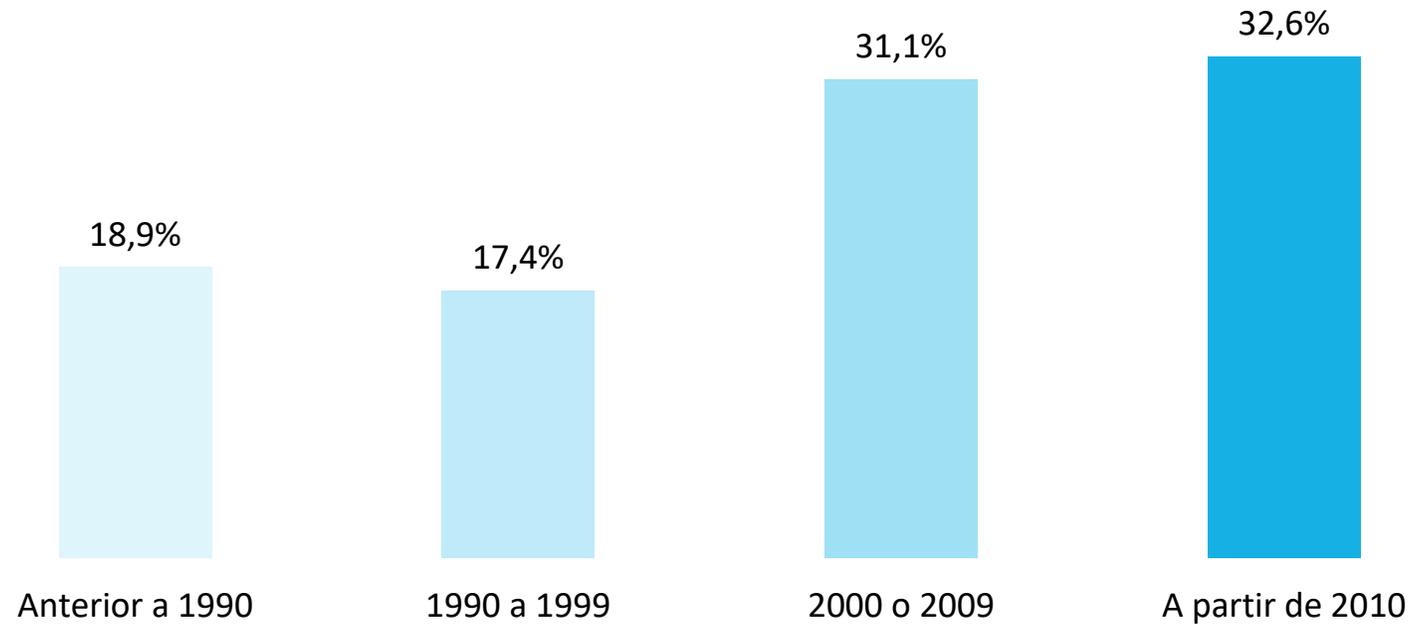
¿Cuántas empresas de su propiedad ha tenido en el pasado, antes de la(s) que posee actualmente y sin incluirlas?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

¿En qué año puso en marcha su primera empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿En qué año puso en marcha su primera empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

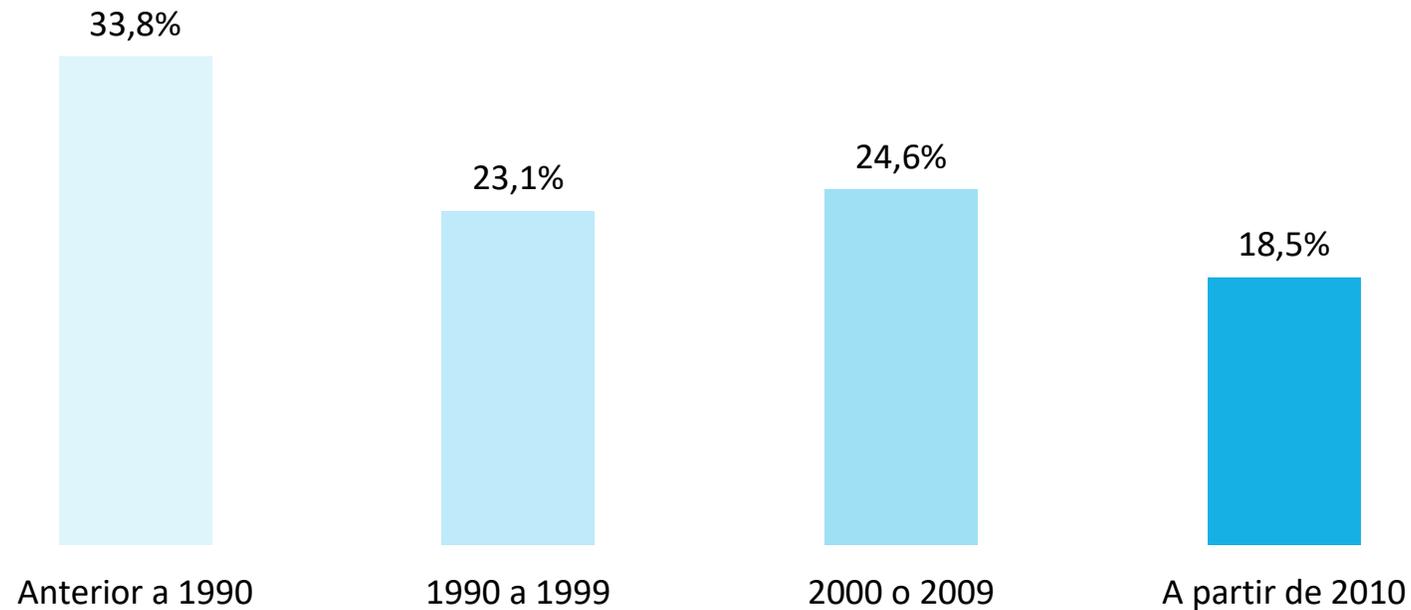
### LA ANTIGÜEDAD SE ASOCIA CON EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

	Anterior a 1990	1990 a 1999	2000 a 2009	A partir de 2010
<b>1 a 5</b>	1,7%	11,8%	34,5%	52,1%
<b>6 a 15</b>	19,0%	12,7%	34,9%	33,3%
<b>16 a 50</b>	28,0%	26,0%	28,0%	18,0%
<b>Más de 50</b>	38,7%	22,6%	29,0%	9,7%

Hay proporcionalmente más empresas de menor tamaño de creación reciente, mientras que son proporcionalmente más las empresas de más de 16 empleados creadas antes de 1990.

## VARONES

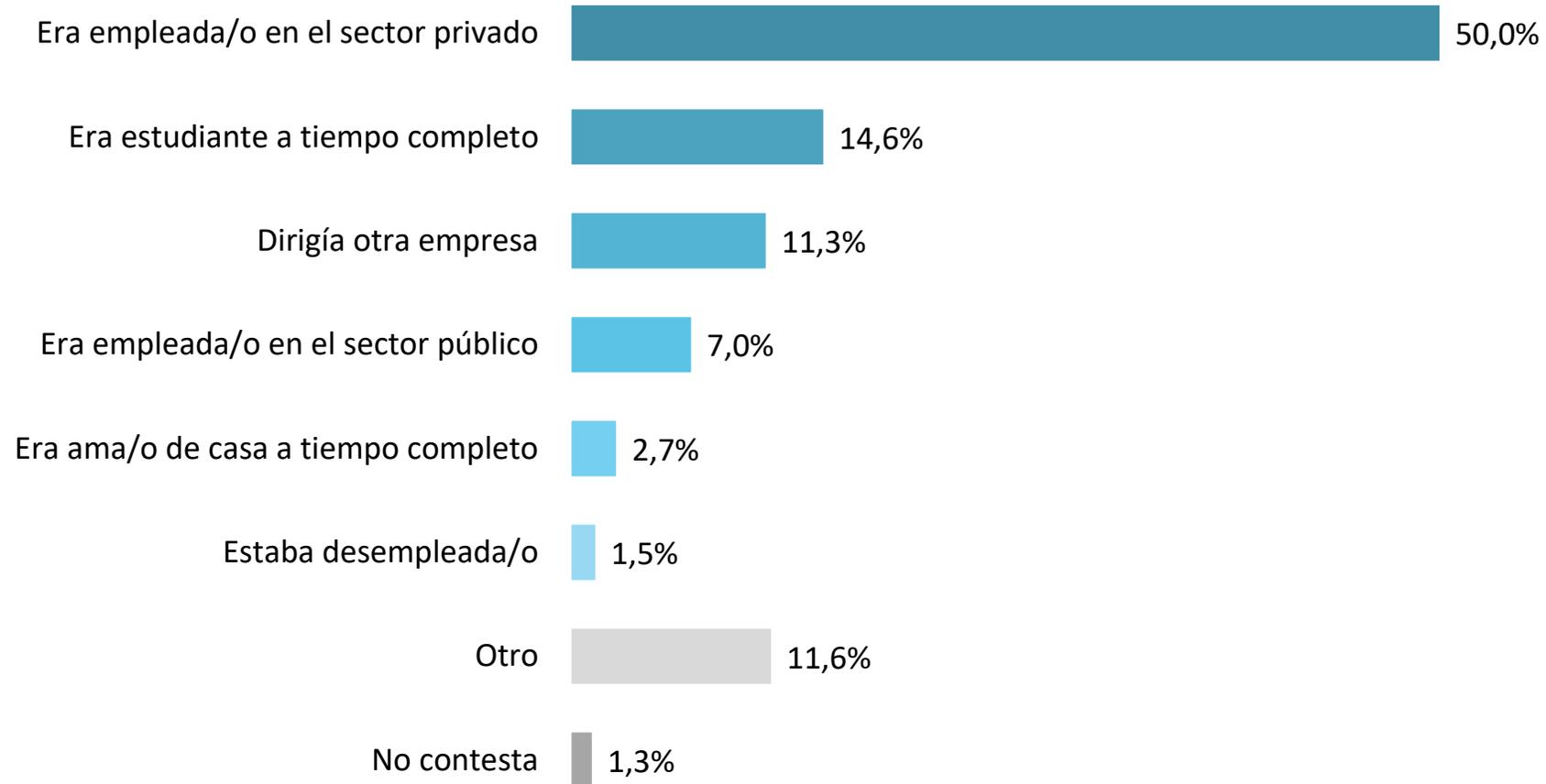
¿En qué año puso en marcha su primera empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

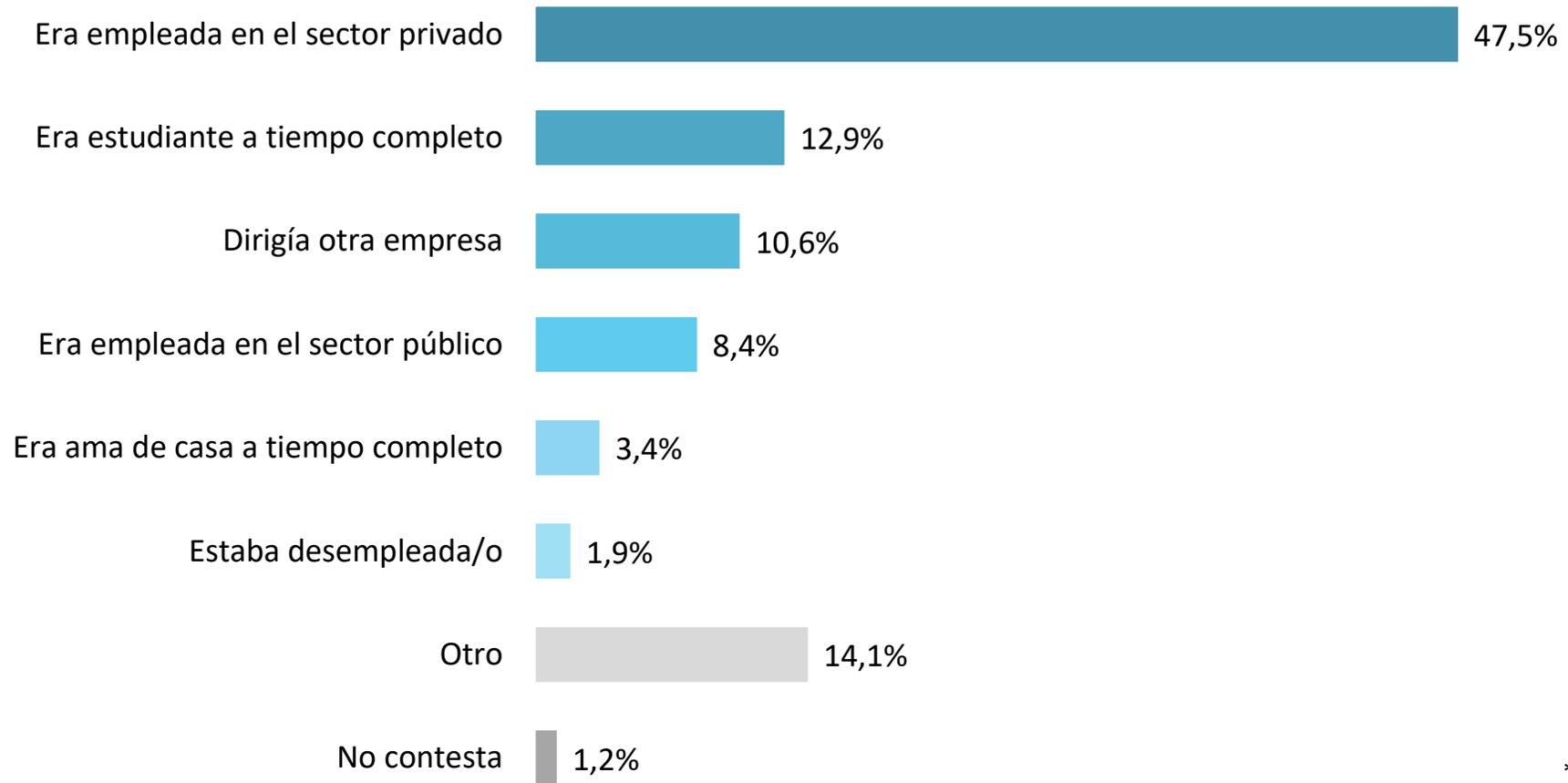
### ¿A qué se dedicaba principalmente antes de poner en marcha su empresa actual?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

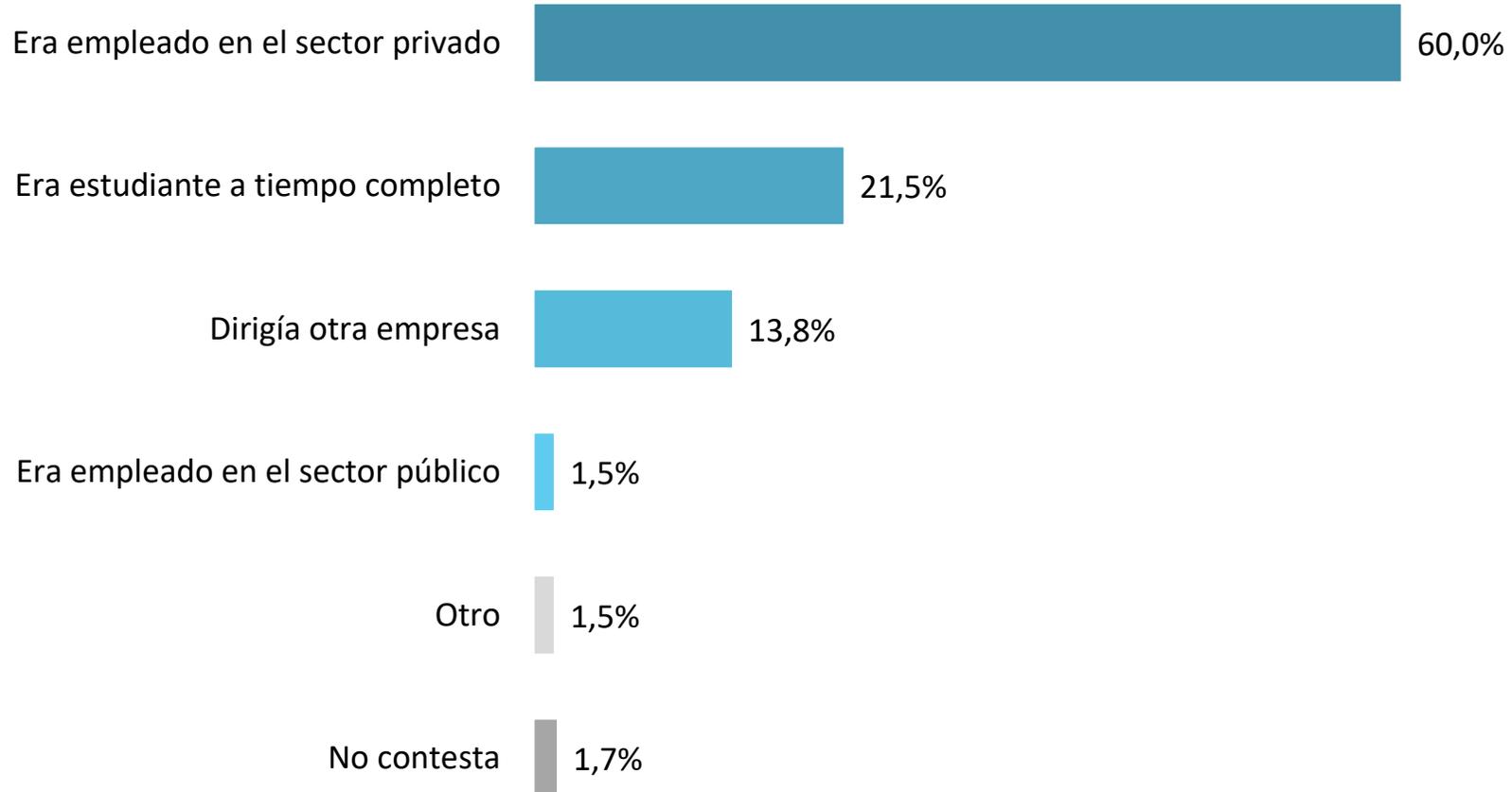
### ¿A qué se dedicaba principalmente antes de poner en marcha su empresa actual?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## VARONES

¿A qué se dedicaba principalmente antes de poner en marcha su empresa actual?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

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

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES
Quería ser mi propia/o jefa/e	26,9%	12,2%	3,0%	42,1%
Vi una oportunidad de mercado para una empresa rentable	19,2%	11,9%	4,9%	36,0%
No pude encontrar otro trabajo	3,4%	2,1%	0,3%	5,8%
Necesitaba más flexibilidad para obtener un ingreso y seguir ocupándome de mis obligaciones familiares y domésticas	7,9%	8,5%	3,4%	19,8%
Debí hacerme cargo de la empresa familiar	20,4%	5,2%	0,6%	26,2%
No pude continuar en relación de dependencia frente a la maternidad/paternidad	1,2%	1,5%	0,3%	3,0%
Quería obtener mayores ingresos	9,8%	15,2%	6,7%	31,7%
Otro	5,2%	5,5%	4,3%	15,0%
No contesta	6,0%	-	-	6,0%

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos totales

## MUJERES

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

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES
Quería ser mi propia/o jefa/e	30,4%	12,2%	2,7%	45,3%
Vi una oportunidad de mercado para una empresa rentable	16,3%	10,6%	4,6%	31,5%
No pude encontrar otro trabajo	3,8%	2,3%	0,4%	6,5%
Necesitaba más flexibilidad para obtener un ingreso y seguir ocupándome de mis obligaciones familiares y domésticas	8,7%	10,6%	3,8%	23,1%
Debí hacerme cargo de la empresa familiar	20,2%	5,3%	0,4%	25,9%
No pude continuar en relación de dependencia frente a la maternidad/paternidad	1,5%	1,9%	0,4%	3,8%
Quería obtener mayores ingresos	8,4%	13,7%	7,2%	29,3%
Otro	6,5%	5,7%	4,9%	17,1%
No contesta	4,2%	-	-	4,2%

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos mujeres

### LAS MOTIVACIONES PARA EMPRENDER ESTÁN DIRECTAMENTE RELACIONADAS CON LOS INICIOS EN EL ROL EMPRESARIO

	Ser mi propio jefe	Oportunidad empresa rentable	Flexibilidad	A cargo de la empresa familiar	Mayores ingresos	Otro
<b>Continuadora</b>	13,4%	3,0%	1,5%	76,1%	3,0%	3,0%
<b>Fundadora</b>	38,4%	24,5%	10,7%	0,6%	10,7%	15,1%

Proporcionalmente más mujeres empresarias continuadoras mencionan el hacerse cargo de la empresa familiar en primer lugar como razón por la que tienen su propia empresa, mientras que aquellas que son fundadoras mencionan proporcionalmente más ser su propio jefe, las oportunidades de negocio, mayores ingresos y flexibilidad en primer lugar.

\*Primera mención

\*\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente.

Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

### LA FLEXIBILIDAD ES UN DRIVER DE MOTIVACIÓN PARA DECIDIR EMPRENDER MÁS PRESENTE ENTRE EMPRESARIAS QUE SON MADRES

	Ser mi propio jefe	Oportunidad empresa rentable	Flexibilidad	A cargo de la empresa familiar	Mayores ingresos	Otro
Empresaria que no es madre	41,1%	12,5%	0,0%	17,9%	5,4%	23,2%
Empresaria que es madre	29,1%	18,4%	11,7%	21,9%	9,7%	9,2%

Proporcionalmente más mujeres empresarias que son madres mencionan a la flexibilidad en primer lugar como razón por la que tienen su propia empresa.

\*Primera mención

## MUJERES

### LA CARGA DE SER SOSTÉN DE HOGAR SE VINCULA CON ENCONTRAR UNA OPORTUNIDAD DE MERCADO COMO MOTIVADOR PARA EMPRENDER

	Ser mi propio jefe	Oportunidad empresa rentable	Flexibilidad	A cargo de la empresa familiar	Mayores ingresos	Otro
<b>No es sostén del hogar</b>	30,5%	14,0%	12,2%	22,6%	8,5%	12,2%
<b>Es sostén del hogar</b>	34,1%	23,5%	3,5%	17,6%	8,2%	12,9%

Proporcionalmente más mujeres empresarias que no son sostén del hogar mencionan a la flexibilidad en primer lugar como razón por la que tienen su propia empresa, mientras que más mujeres que sí lo son mencionan a la oportunidad de una empresa rentable en orden de menciones.

\*Primera mención

## MUJERES

### UNA OPORTUNIDAD DE MERCADO COMO MOTIVADOR PARA EMPRENDER TAMBIÉN SE VINCULA MÁS FUERTEMENTE CON UNA MAYOR EXPERIENCIA EMPRESARIA

	Ser mi propio jefe	Oportunidad empresa rentable	Flexibilidad	A cargo de la empresa familiar	Mayores ingresos	Otro
Sin experiencia empresarial	34,4%	12,3%	7,4%	27,0%	7,4%	11,5%
Con experiencia empresarial	29,2%	21,5%	10,8%	15,4%	10,0%	13,1%

Proporcionalmente más mujeres empresarias sin experiencia empresarial previa mencionan como razón por la que tienen su propia empresa el hacerse cargo de la empresa familiar, mientras que aquellas con experiencia mencionan la oportunidad de una empresa rentable en primer lugar.

\*Primera mención

\*\*recodificación a partir de la posesión de empresas en el pasado: Ninguna (sin experiencia empresarial) y más de una (con experiencia empresarial).

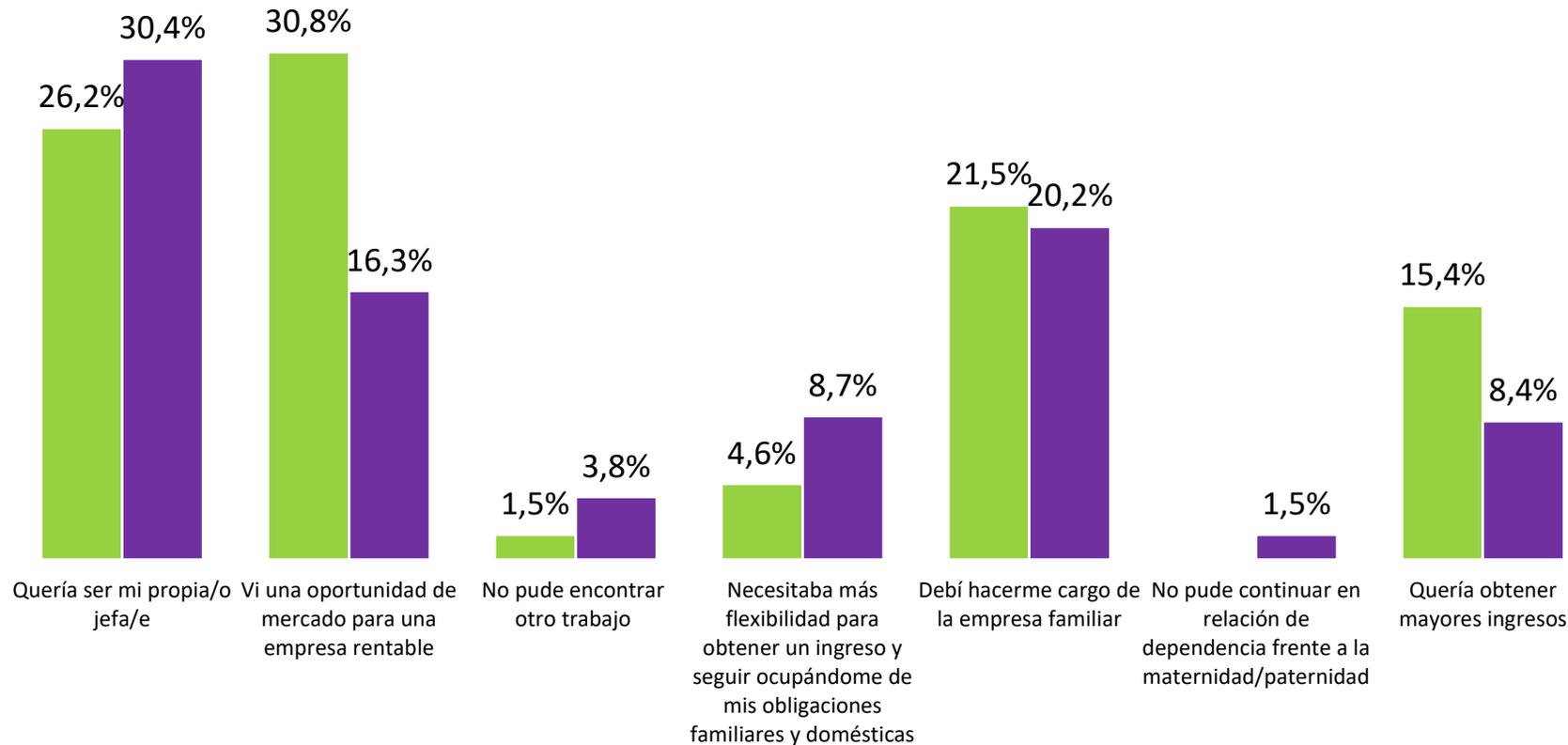
## VARONES

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

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES
Quería ser mi propia/o jefa/e	26,2%	12,3%	4,6%	43,1% <b>2º</b>
Vi una oportunidad de mercado para una empresa rentable	<b>1º</b> 30,8%	16,9%	6,2%	53,9% <b>1º</b>
No pude encontrar otro trabajo	1,5%	1,5%	0,0%	3,0%
Necesitaba más flexibilidad para obtener un ingreso y seguir ocupándome de mis obligaciones familiares y domésticas	4,6%	0,0%	1,5%	6,1%
Debí hacerme cargo de la empresa familiar	21,5%	4,6%	1,5%	27,6%
No pude continuar en relación de dependencia frente a la maternidad/paternidad	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Quería obtener mayores ingresos	15,4%	21,5%	4,6%	41,5% <b>3º</b>
Otro	0,0%	4,6%	1,5%	6,1%

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos varones

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



VARONES

MUJERES

La independencia en la relación laboral se configura como el principal driver para emprender entre las mujeres, lo que se vincula con la necesidad de conciliación trabajo-familia/vida. En contraposición los varones presentan mayor motivación asociada a la identificación de una oportunidad de mercado rentable y el interés de incrementar los ingresos.

\*Primera mención

SECCIÓN INICIAL: DATOS DEMOGRÁFICOS

SECCIÓN A: EXPERIENCIA E HISTORIAL DE PROPIEDAD EMPRESARIAL

SECCIÓN B: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA ACTUAL

SECCIÓN C: DESAFÍOS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA. ACCESO AL FINANCIAMIENTO

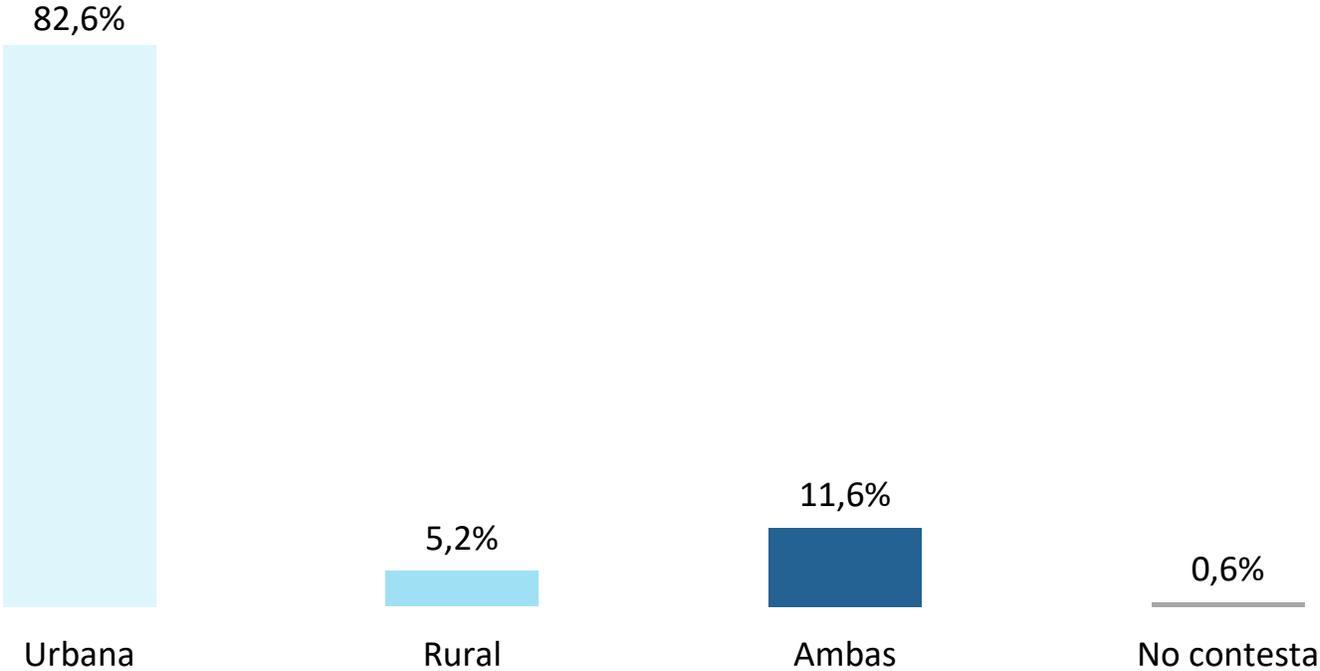
SECCIÓN D: ACCESO A INFORMACIÓN, MERCADOS Y SERVICIOS DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL

SECCIÓN E: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA EMPRESA: PRINCIPALES DESAFÍOS

SECCIÓN F: CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LA MUJER

## GENERAL

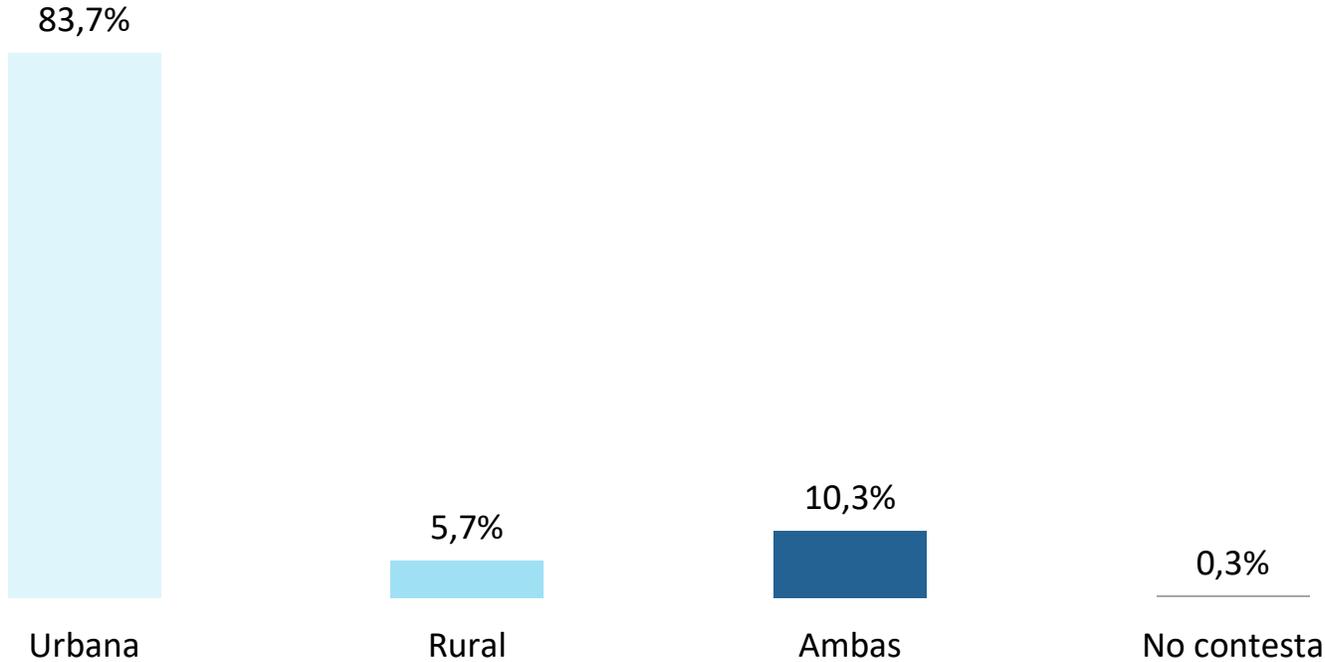
Si nos centramos en su empresa actual, ¿En qué tipo de zona se encuentra funcionando?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

MUJERES

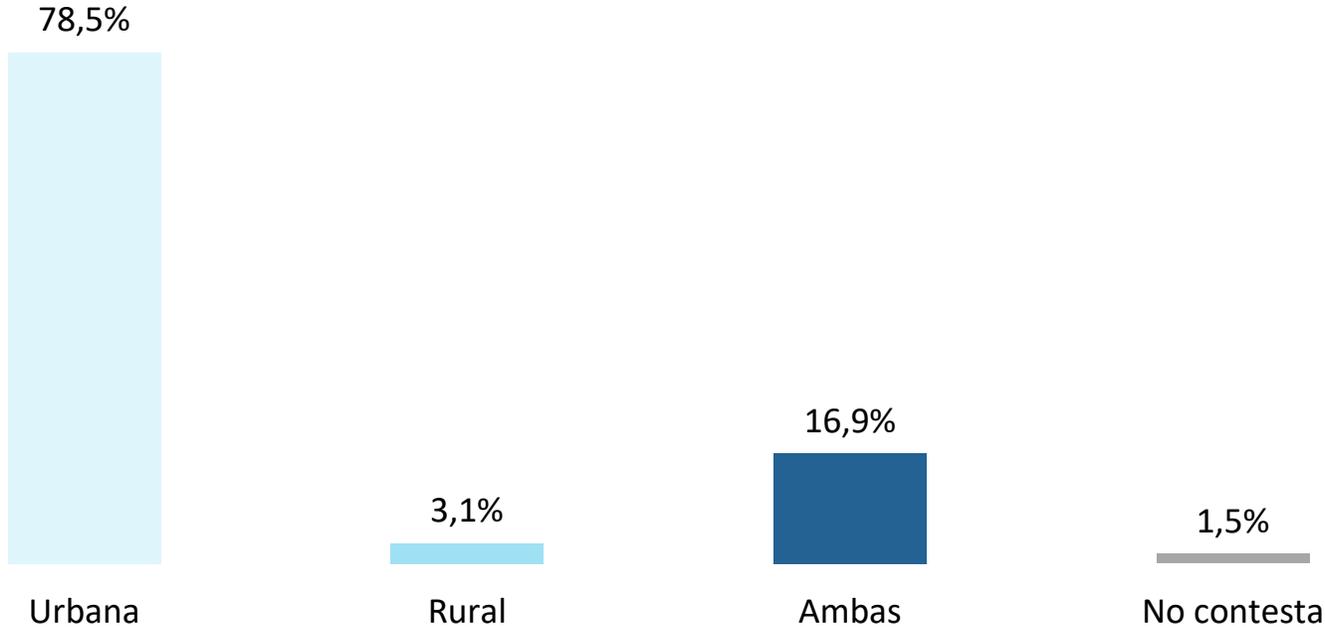
Si nos centramos en su empresa actual, ¿En qué tipo de zona se encuentra funcionando?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

VARONES

Si nos centramos en su empresa actual, ¿En qué tipo de zona se encuentra funcionando?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

### ¿Cuál es la actividad productiva principal que desarrolla su empresa?\*

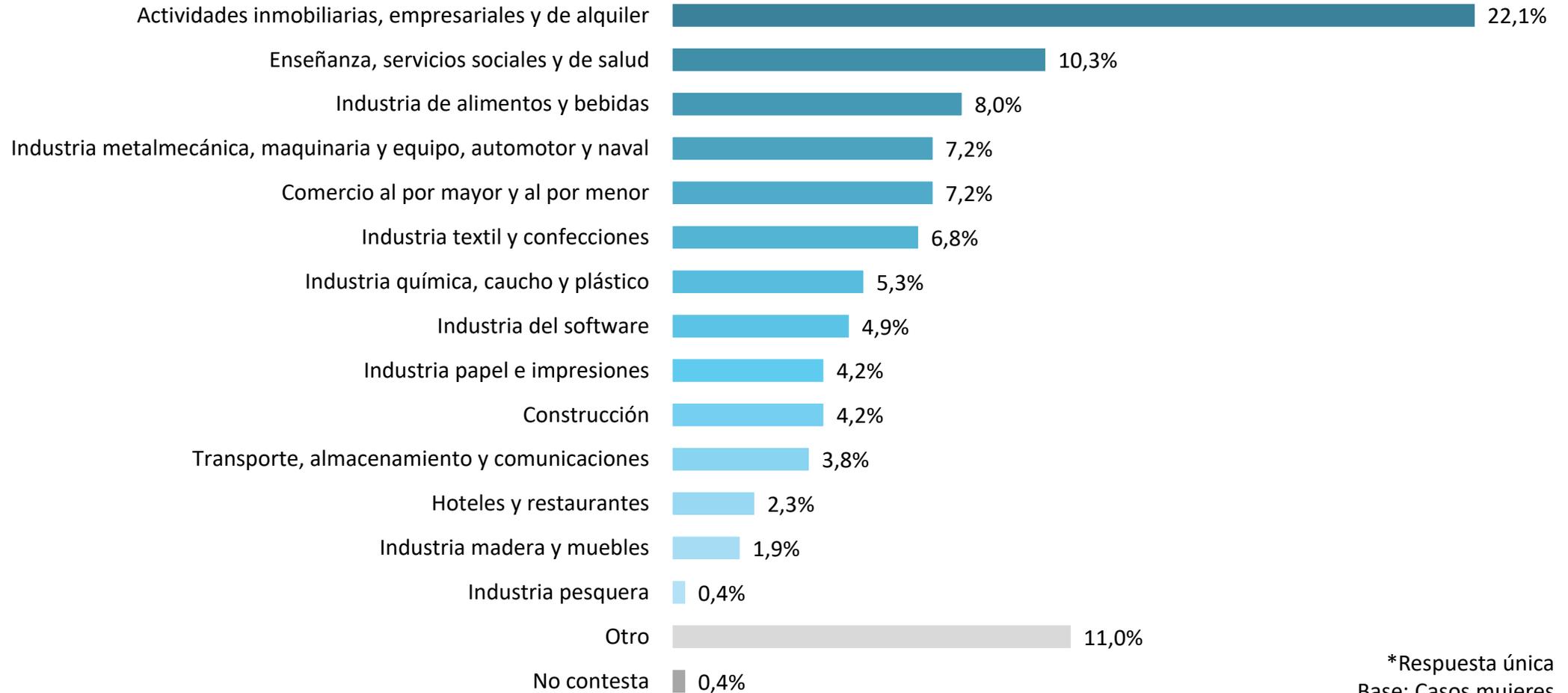


Respecto de la clasificación del sector cabe destacar que el partner local de OIT para este estudio es la Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires, asociación que nuclea y agrupa a entidades dedicadas a la actividad productiva en la Provincia. En el interior, las entidades locales socias de UIPBA nuclean también a empresas partícipes de la cadena de valor de la industria, comerciales y proveedores de servicios.

\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

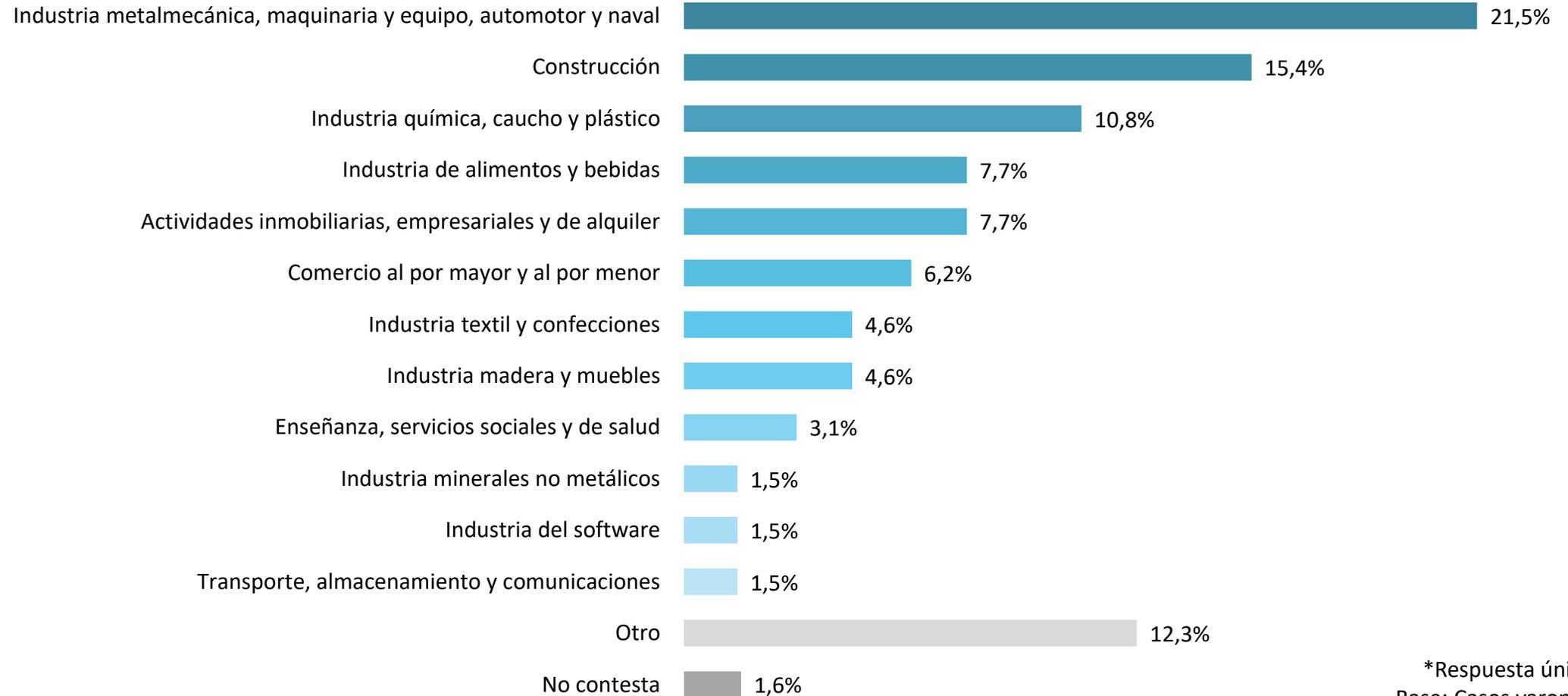
### ¿Cuál es la actividad productiva principal que desarrolla su empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## VARONES

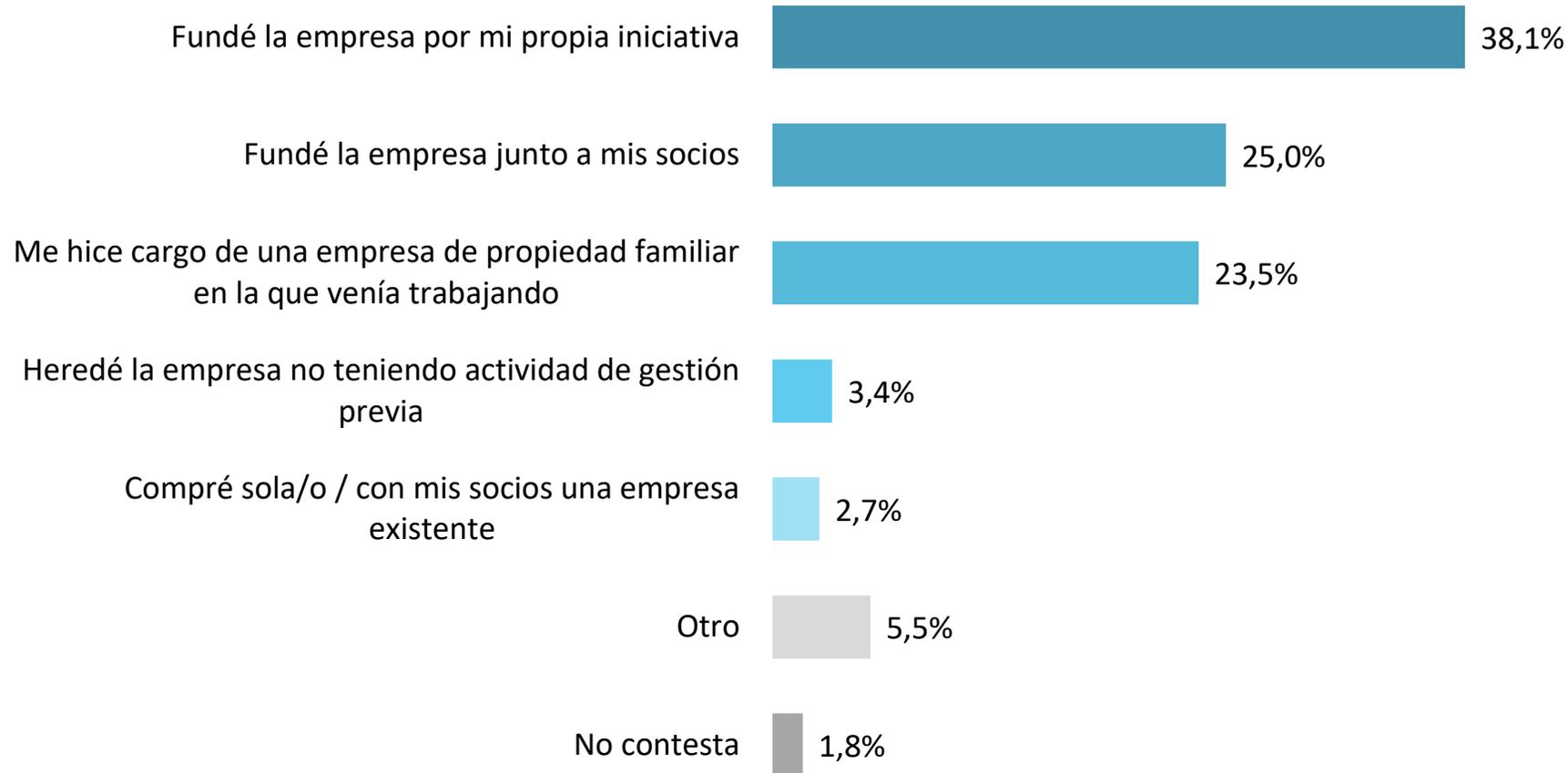
### ¿Cuál es la actividad productiva principal que desarrolla su empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

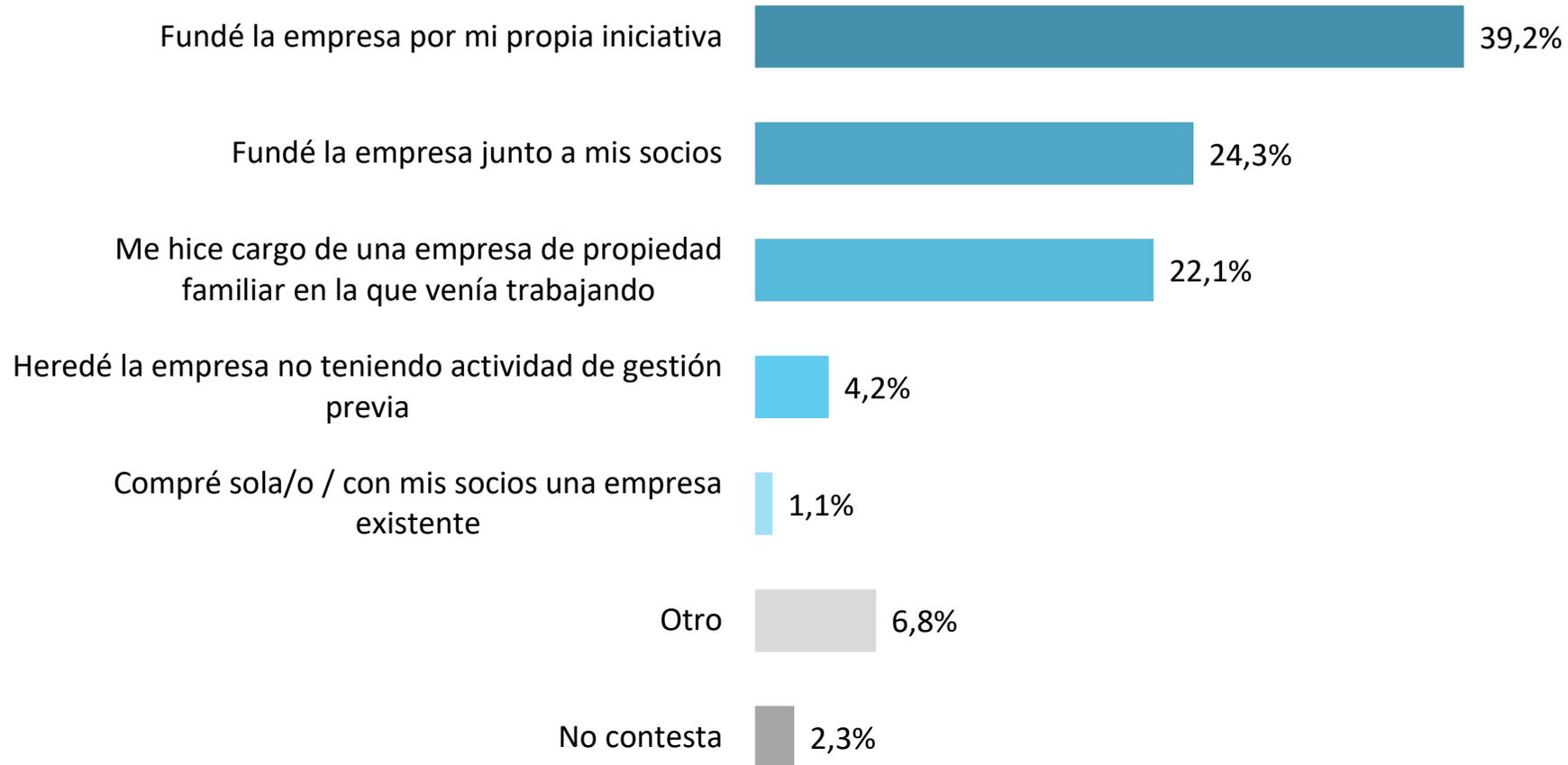
### ¿Cómo inició sus actividades en su actual empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

### ¿Cómo inició sus actividades en su actual empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

### LOS INICIOS EN EL ROL EMPRESARIO SE VINCULAN CON EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

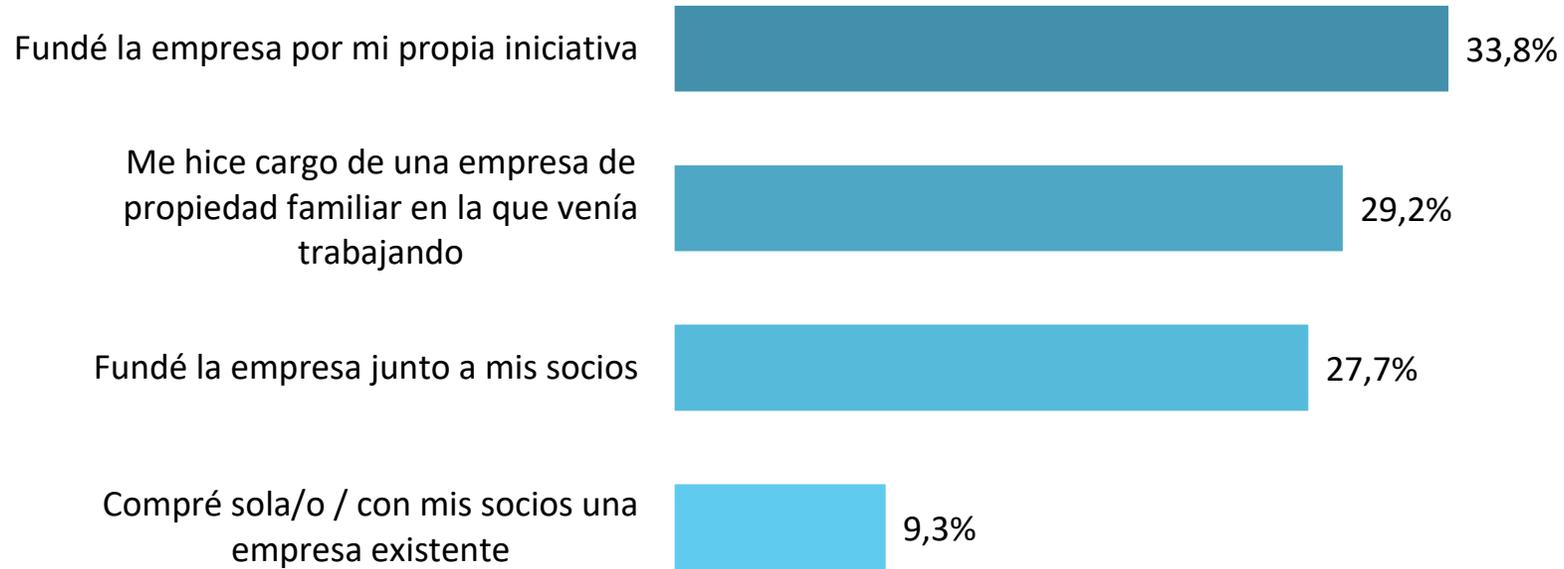
	Continuadora	Fundadora
<b>1 a 5</b>	10,3%	89,7%
<b>6 a 15</b>	25,4%	74,6%
<b>16 a 50</b>	52,3%	47,7%
<b>Más de 50</b>	76,9%	23,1%

Las empresas de más de 16 empleados son proporcionalmente más de mujeres empresarias continuadoras, mientras que las empresas de menor tamaño (hasta 5 empleados) son proporcionalmente más de mujeres que han fundado su empresa.

\*\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente.  
Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

## VARONES

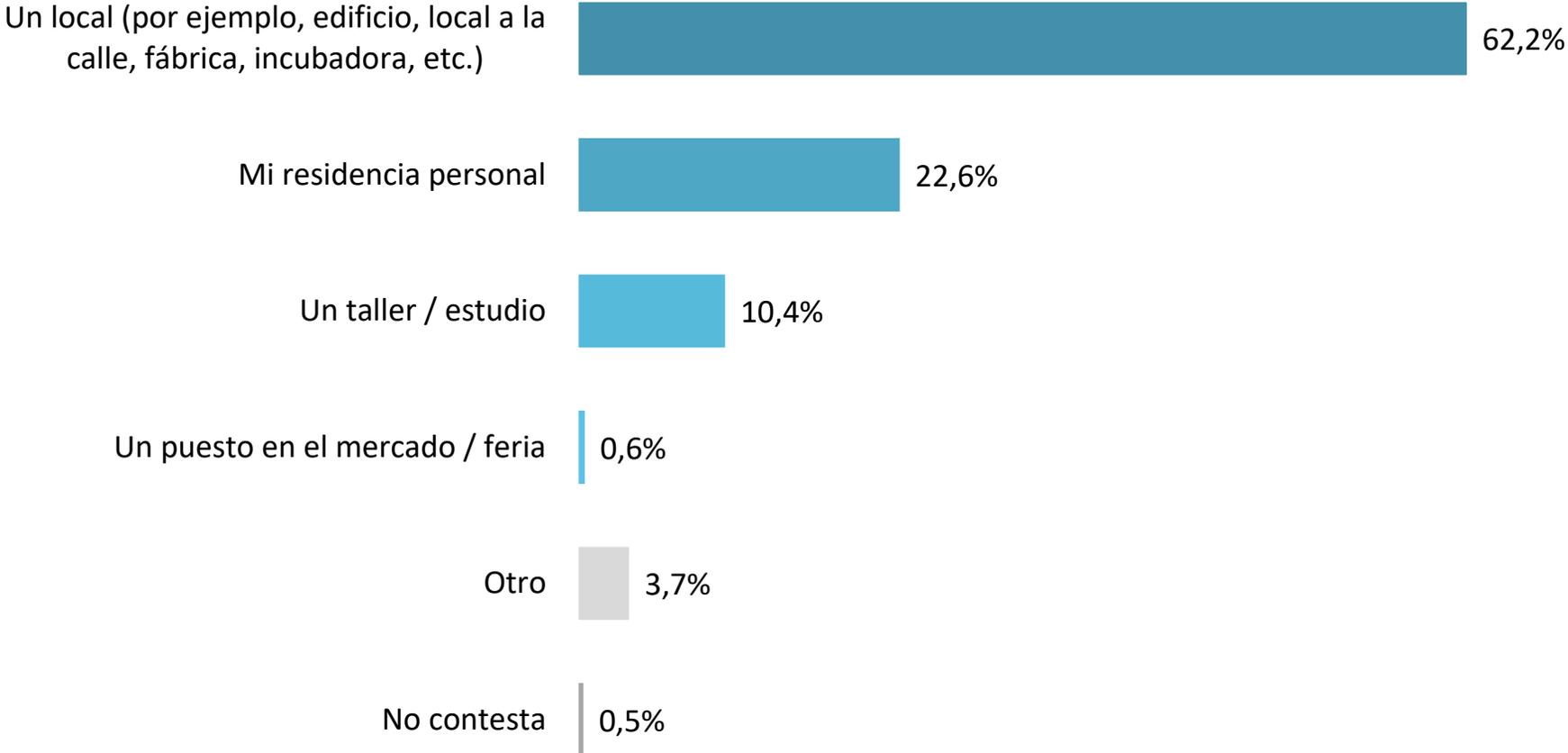
### ¿Cómo inició sus actividades en su actual empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

GENERAL

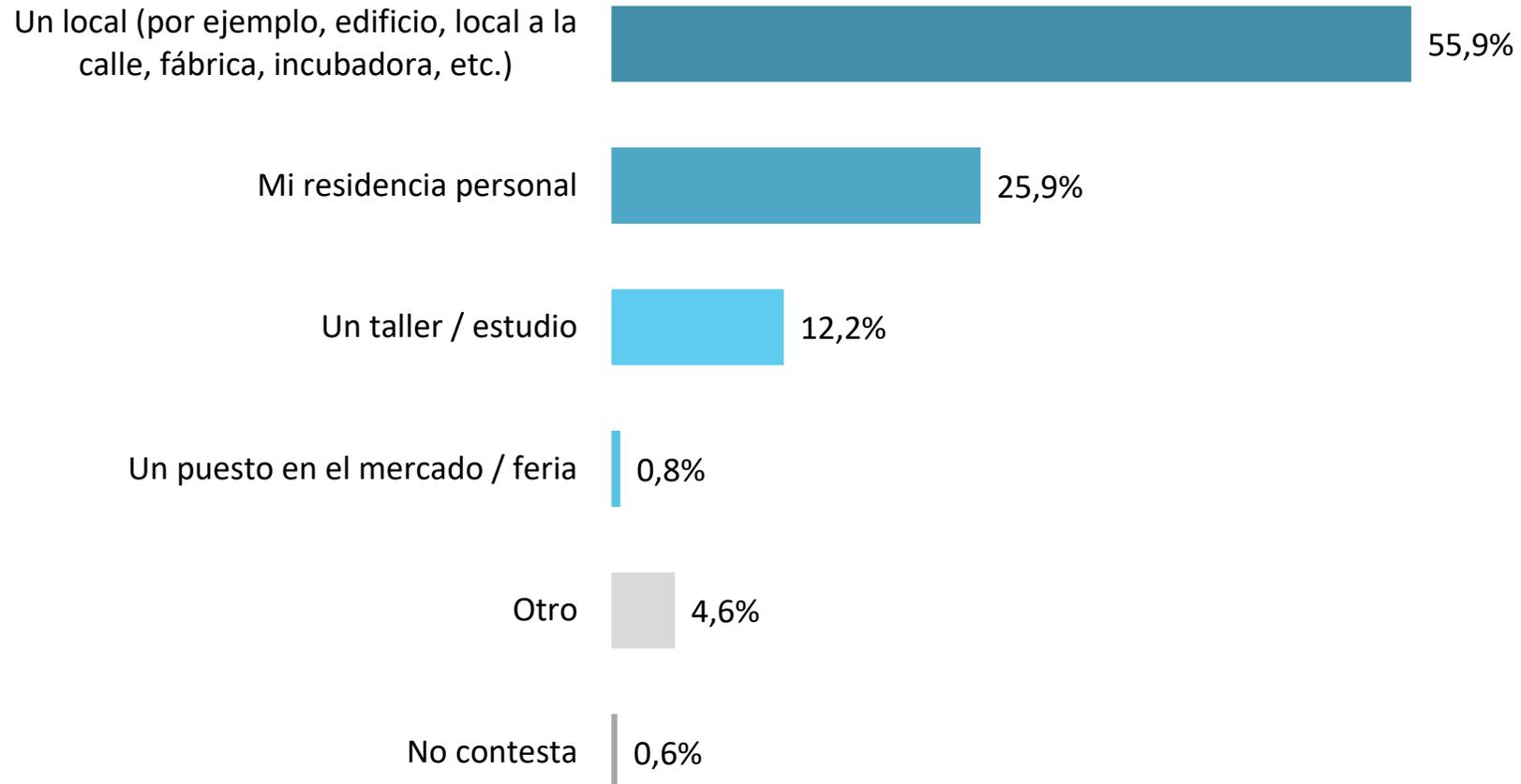
¿En qué tipo de local opera su empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

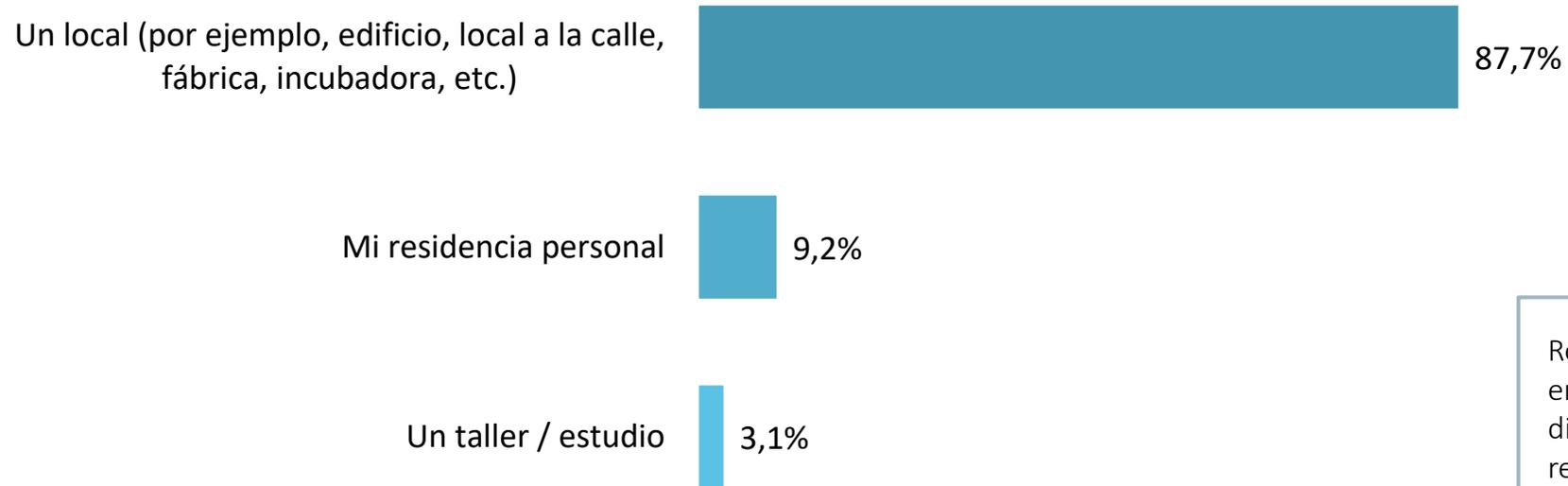
### ¿En qué tipo de local opera su empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## VARONES

### ¿En qué tipo de local opera su empresa?\*



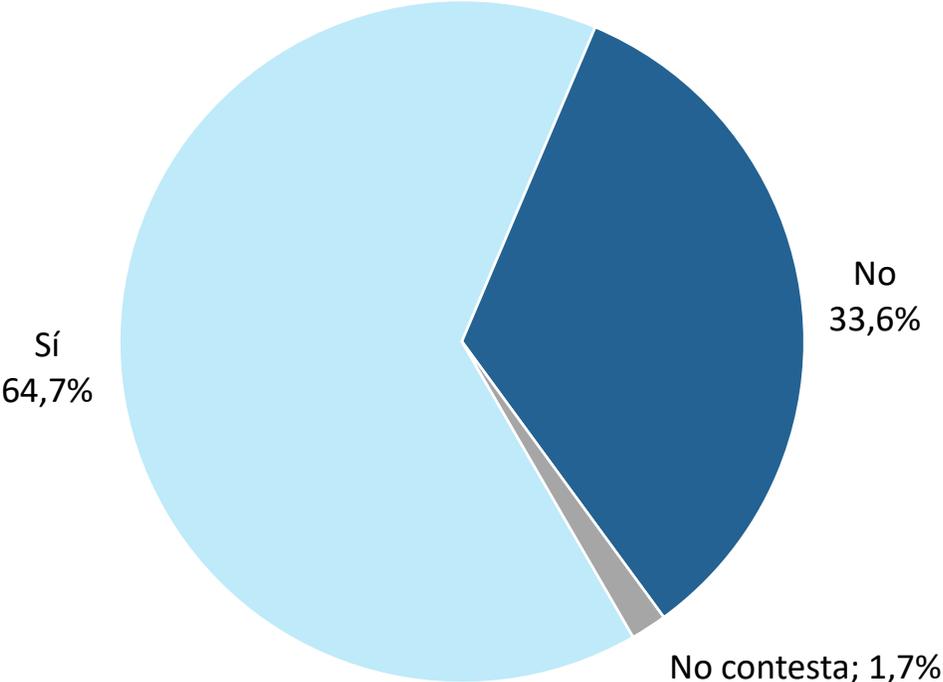
Respecto del local en que opera la empresa es interesante destacar la diferencia entre mujeres y varones respecto de las operaciones en la residencia personal (25,9% vs. 9,2%), lo cual puede vincularse a la mayor necesidad explícita de conciliación trabajo - familia/vida en el caso de la mujer.

\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

Solo para quienes operan en un local, su residencia personal, un puesto en el mercado o un taller/estudio

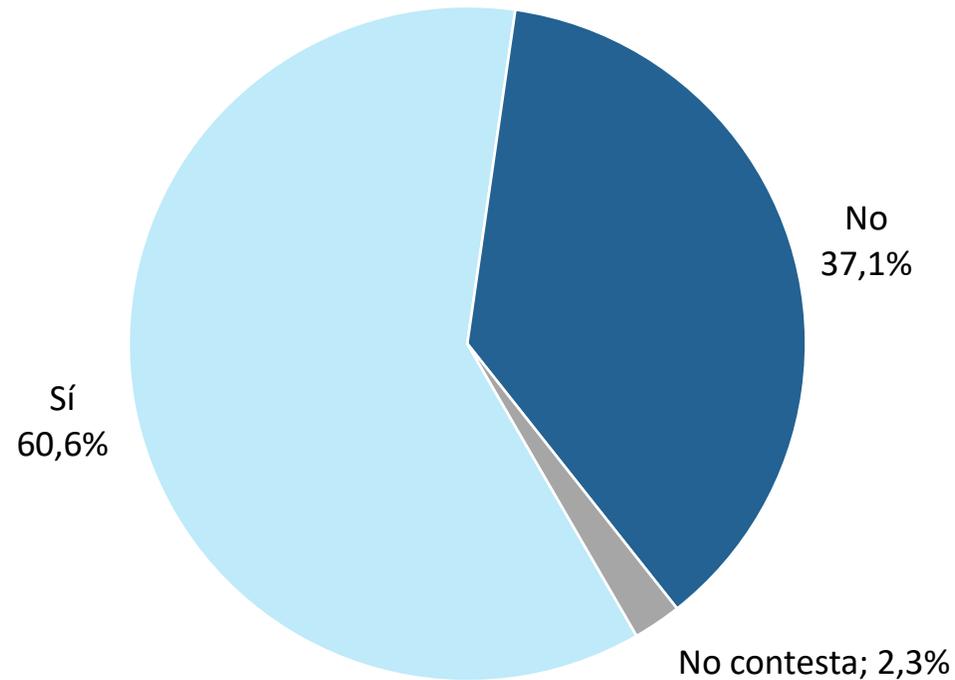
### ¿Es Ud. dueña/o del local donde opera su empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: 314 casos

Solo para quienes operan en un local, su residencia personal, un puesto en el mercado o un taller/estudio

### ¿Es Ud. dueña del local donde opera su empresa?\*

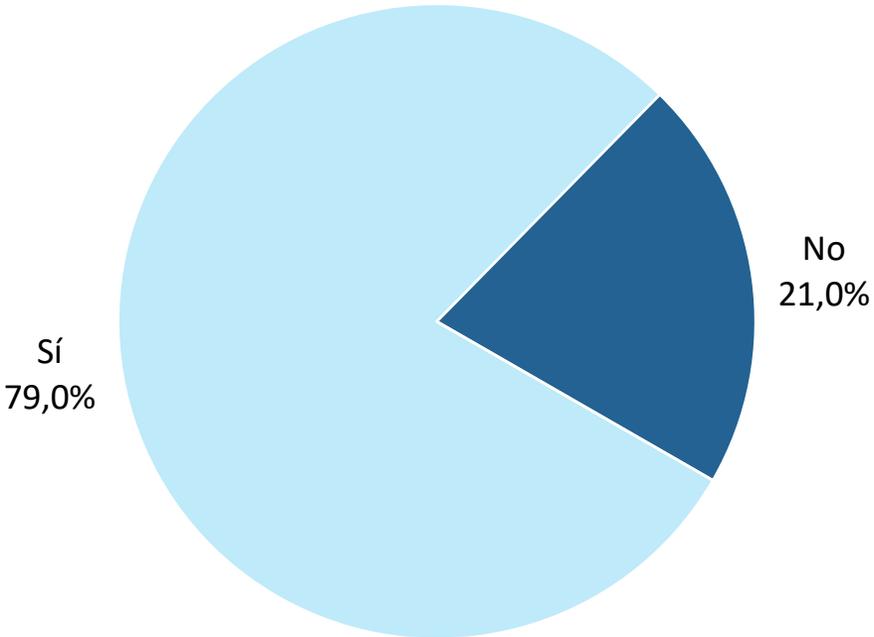


\*Respuesta única  
Base: 249 casos

## VARONES

Solo para quienes operan en un local, su residencia personal, un puesto en el mercado o un taller/estudio

### ¿Es Ud. dueño del local donde opera su empresa?\*

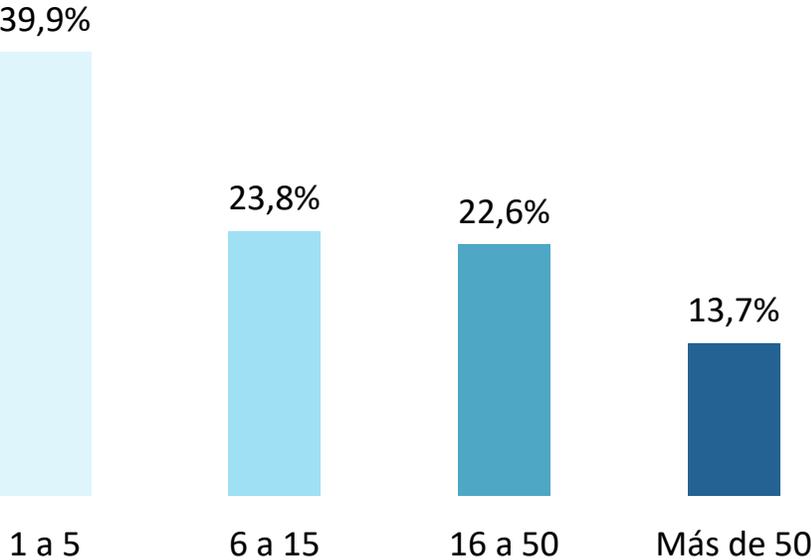


\*Respuesta única  
Base: 65 casos

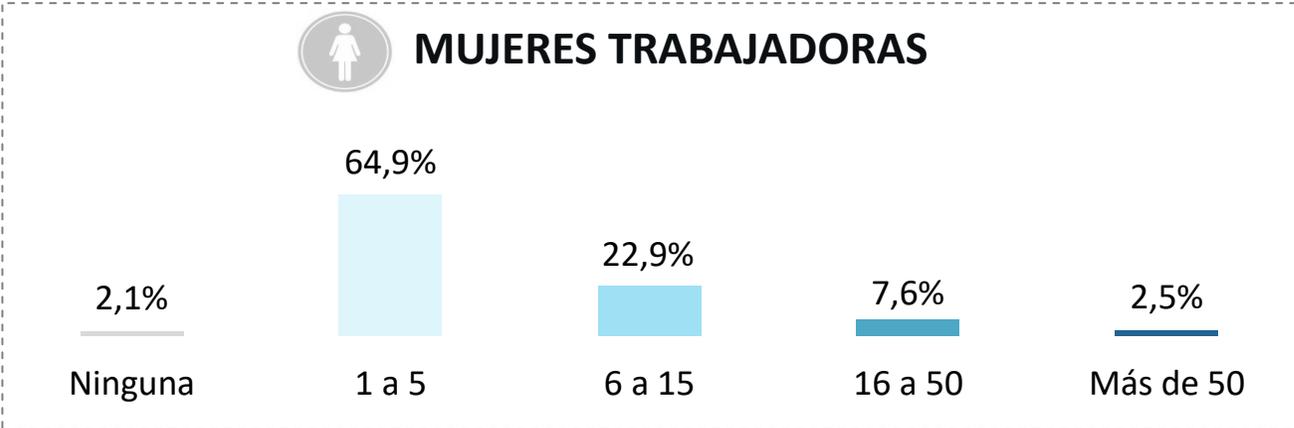
GENERAL

Incluyéndose Ud., ¿Cuántos trabajadores, tanto remunerados como no remunerados, hay en su empresa actualmente?\*

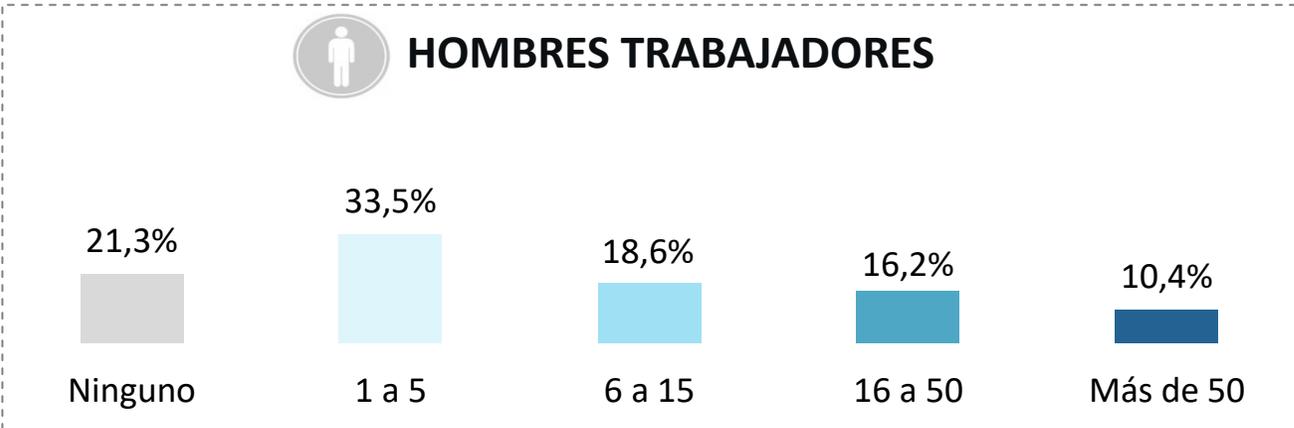
CANTIDAD DE TRABAJADORES



MUJERES TRABAJADORAS



HOMBRES TRABAJADORES

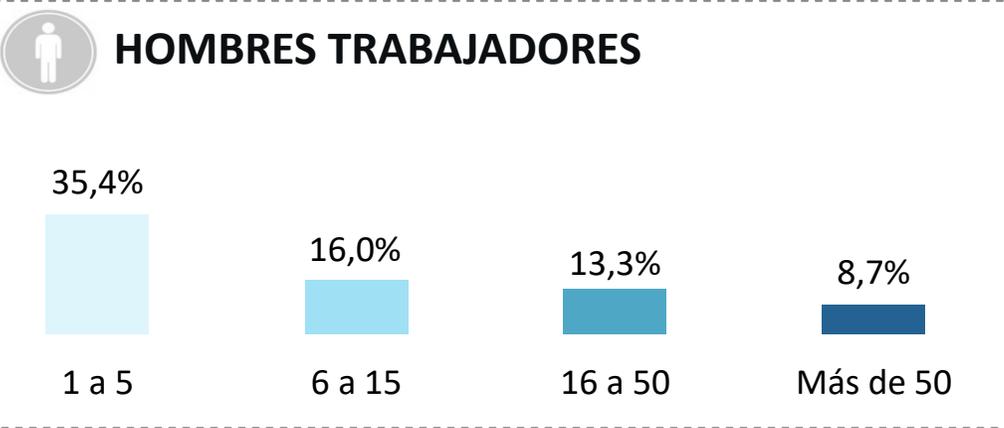
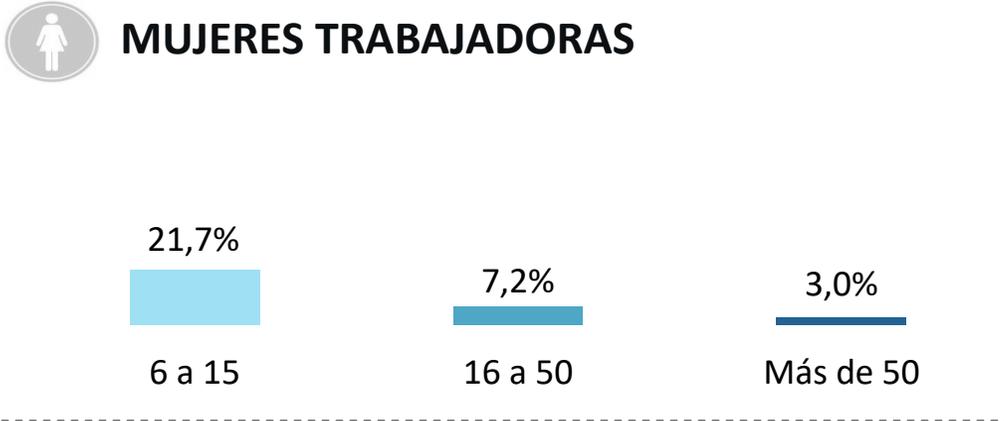
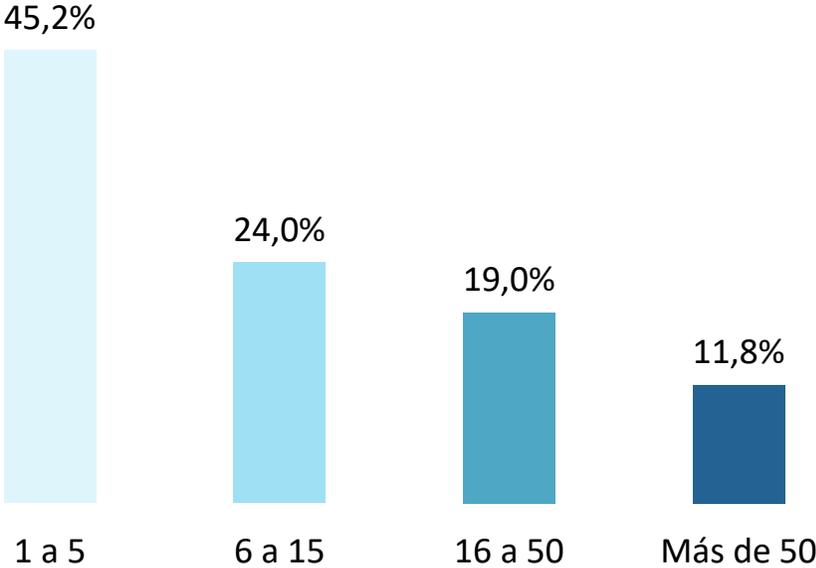


\*Respuesta única Base: Casos totales

MUJERES

Incluyéndose Ud., ¿Cuántos trabajadores, tanto remunerados como no remunerados, hay en su empresa actualmente?\*

CANTIDAD DE TRABAJADORES



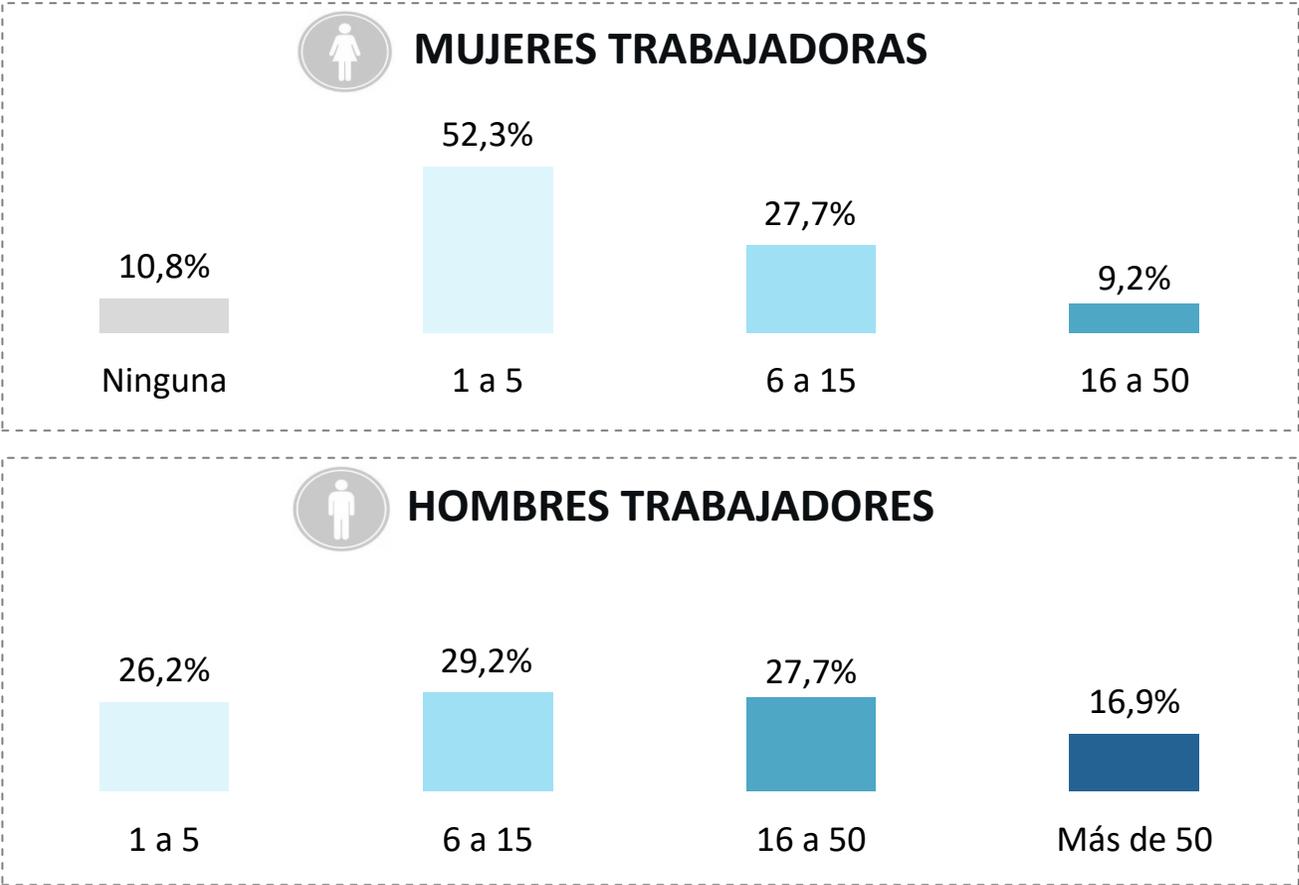
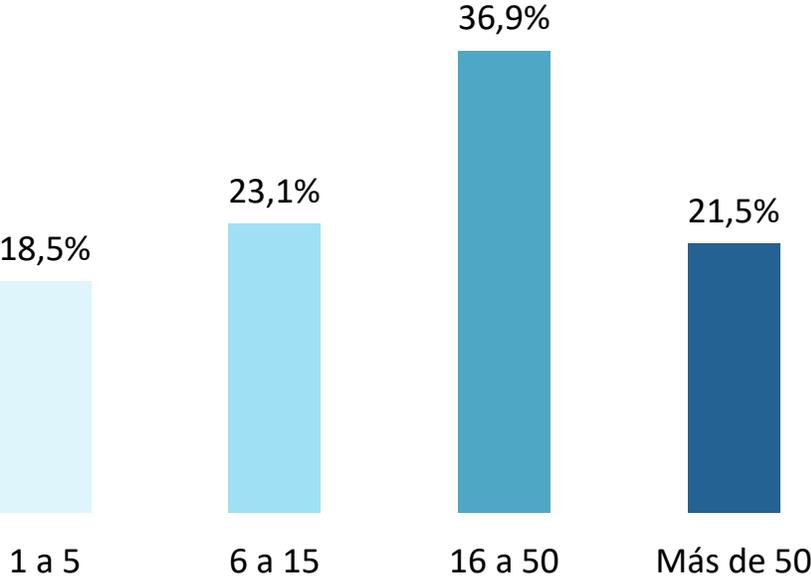
\*Respuesta única

Base: Casos mujeres

VARONES

Incluyéndose Ud., ¿Cuántos trabajadores, tanto remunerados como no remunerados, hay en su empresa actualmente?\*

CANTIDAD DE TRABAJADORES

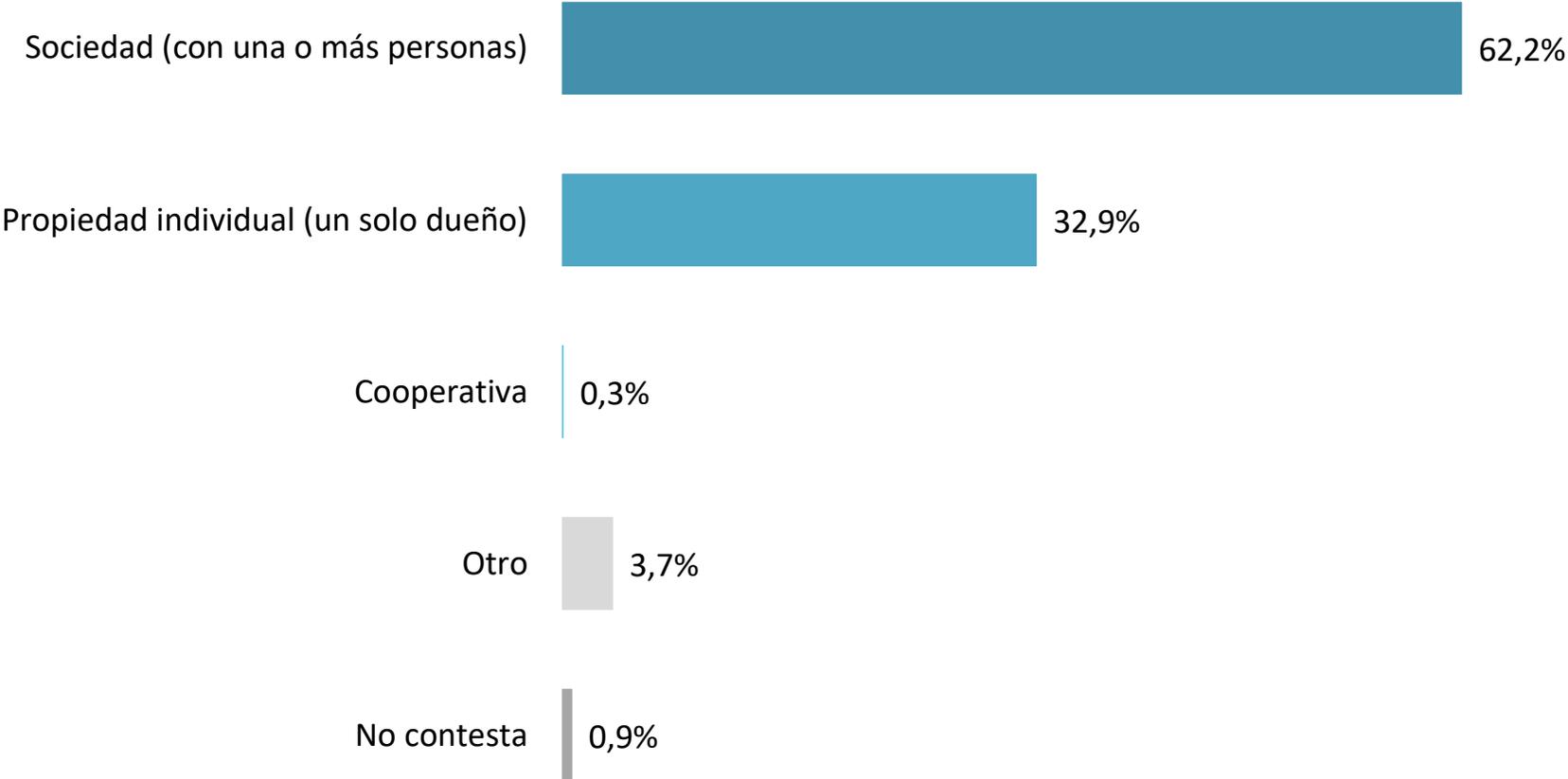


\*Respuesta única

Base: Casos varones

GENERAL

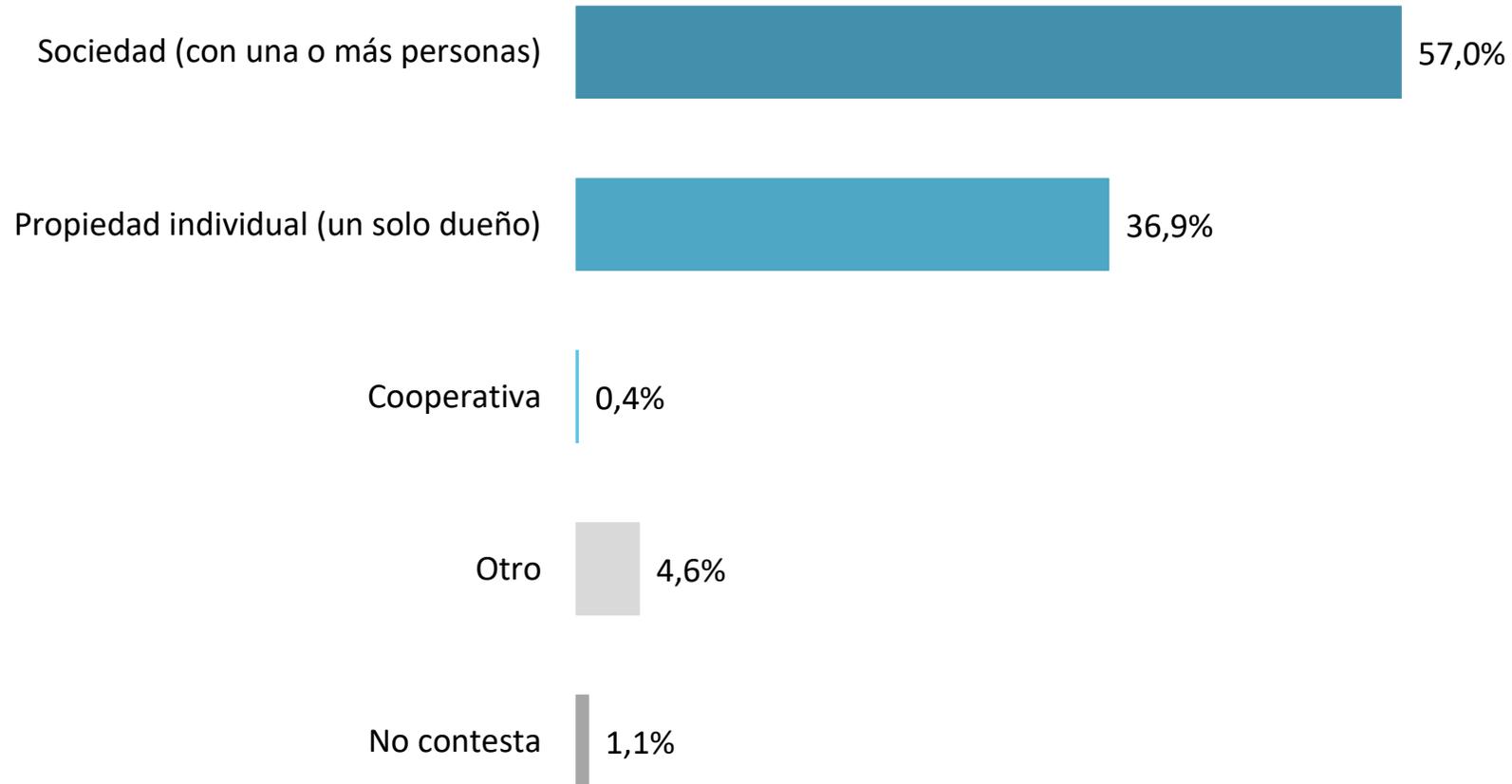
¿Qué tipo de estructura organizacional tiene su empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

### ¿Qué tipo de estructura organizacional tiene su empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

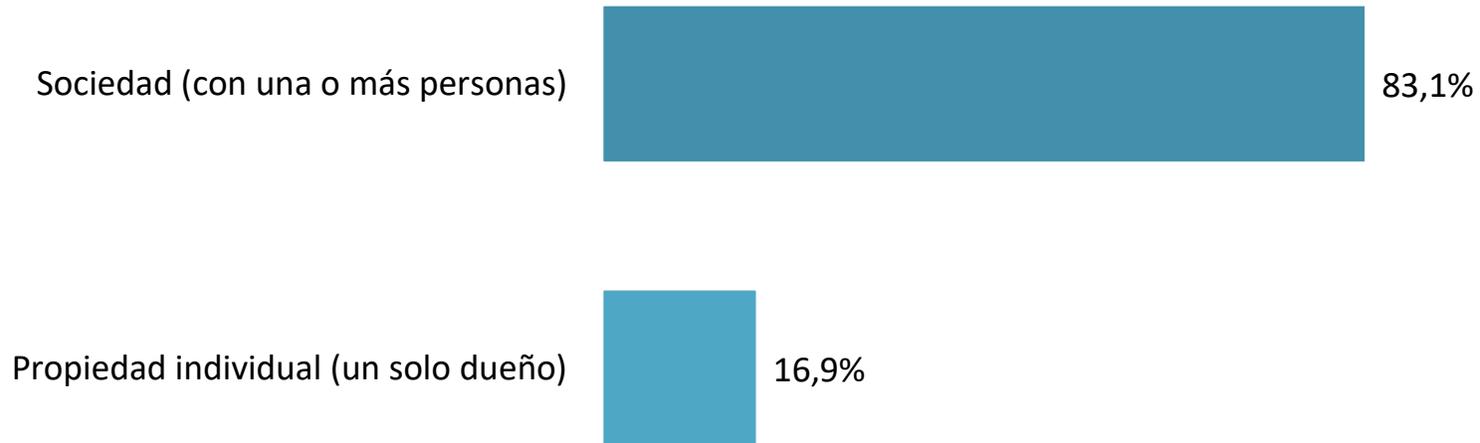
### LA ESTRUCTURA SOCIETARIA DE LA FIRMA IMPACTA EN EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

	Sin socios	Con socios
<b>1 a 5</b>	63,9%	36,1%
<b>6 a 15</b>	27,0%	73,0%
<b>16 a 50</b>	6,0%	94,0%
<b>Más de 50</b>	3,2%	96,8%

Hay proporcionalmente más empresas de mujeres empresarias con hasta 5 empleados que son unipersonales, mientras que son proporcionalmente más las empresas de más de 6 empleados que giran bajo una estructura societaria.

## VARONES

### ¿Qué tipo de estructura organizacional tiene su empresa?\*

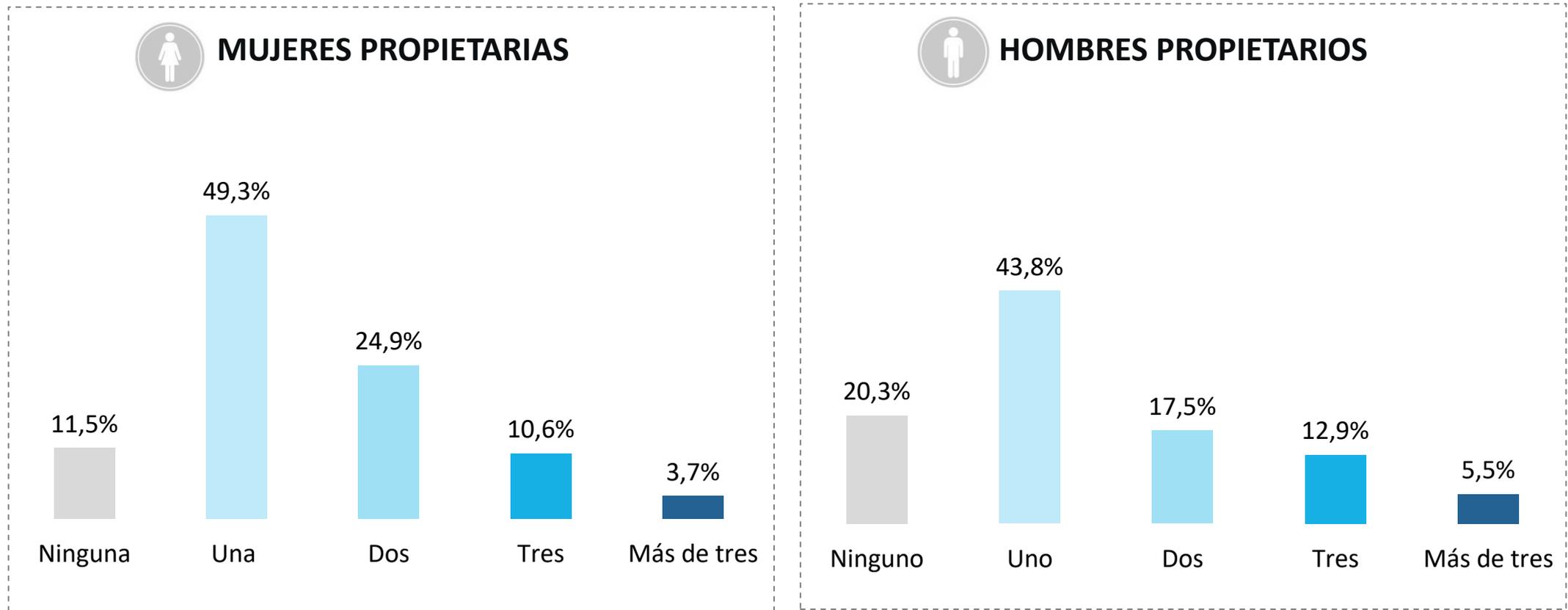


\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

Solo para quienes tienen una estructura de sociedad o cooperativa

### Incluyéndose Ud., ¿Cuántos propietarios (es decir, socios, accionistas) de cada sexo hay en esta empresa?\*

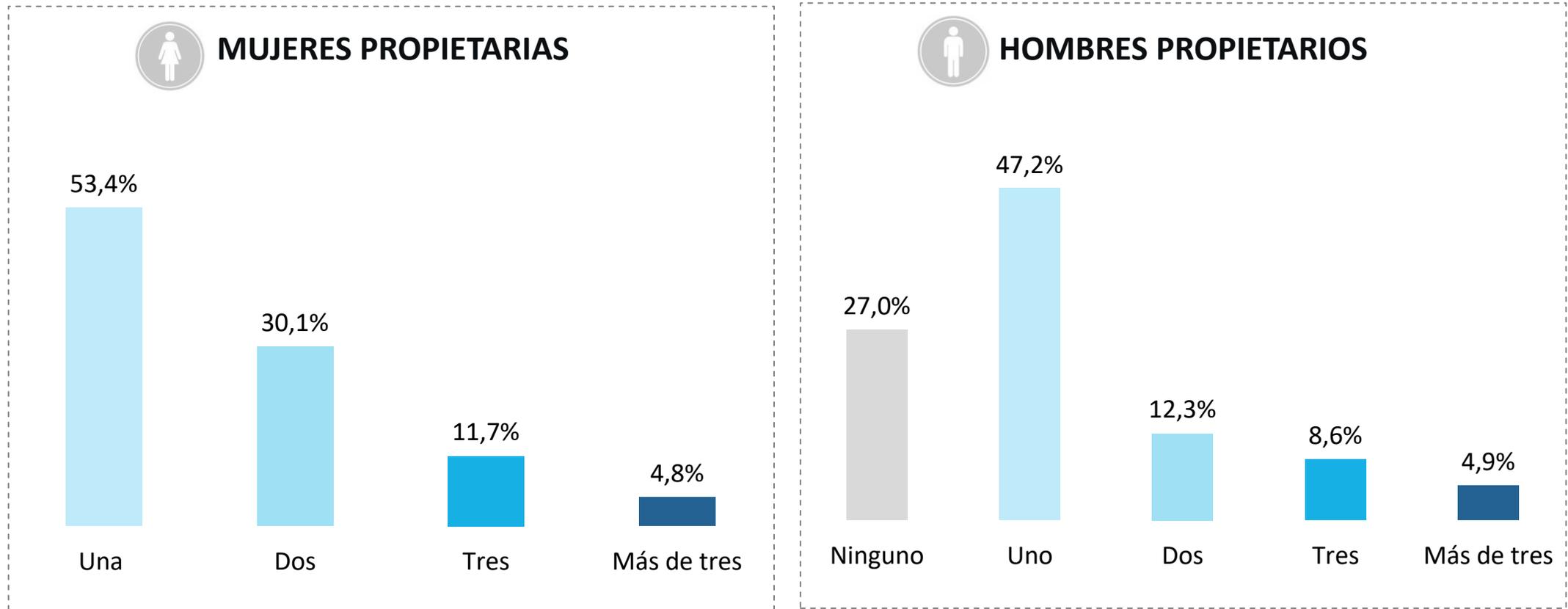


\*Respuesta única  
Base: 217 casos

## MUJERES

Solo para quienes tienen una estructura de sociedad o cooperativa

### Incluyéndose Ud., ¿Cuántos propietarios (es decir, socios, accionistas) de cada sexo hay en esta empresa?\*

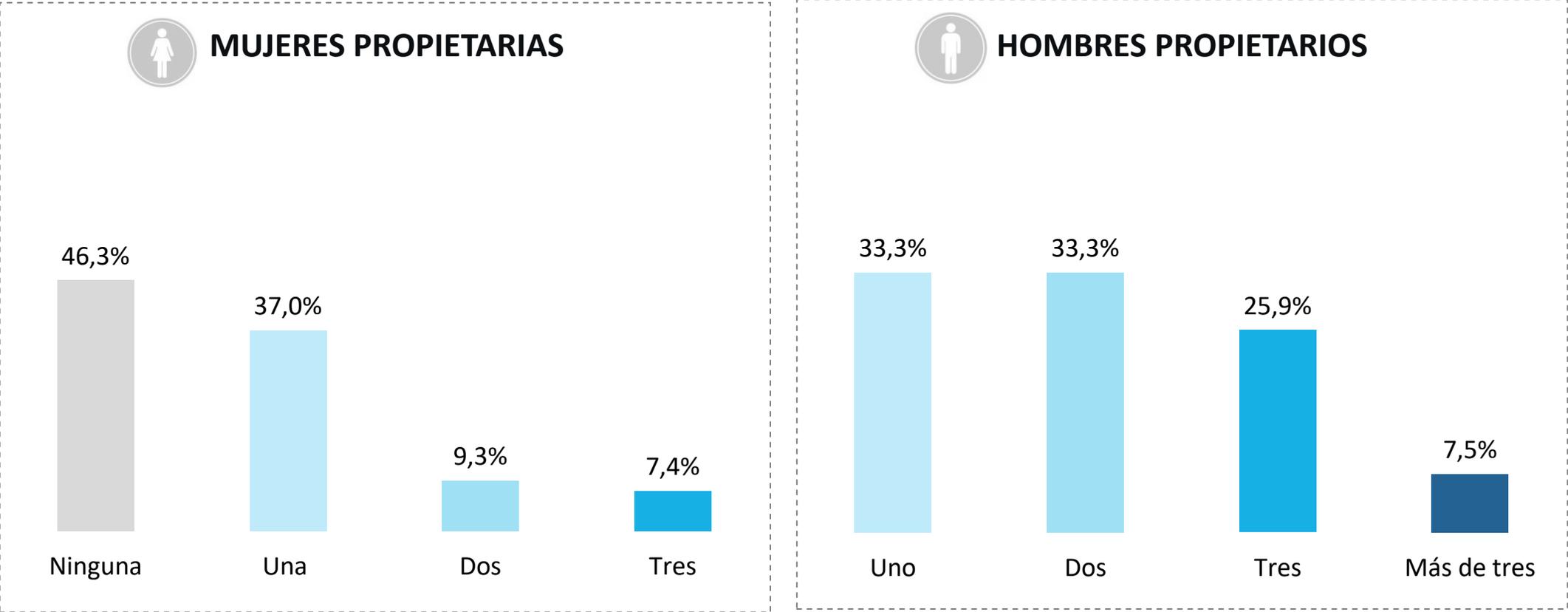


\*Respuesta única  
Base: 163 casos

## VARONES

Solo para quienes tienen una estructura de sociedad o cooperativa

### Incluyéndose Ud., ¿Cuántos propietarios (es decir, socios, accionistas) de cada sexo hay en esta empresa?\*

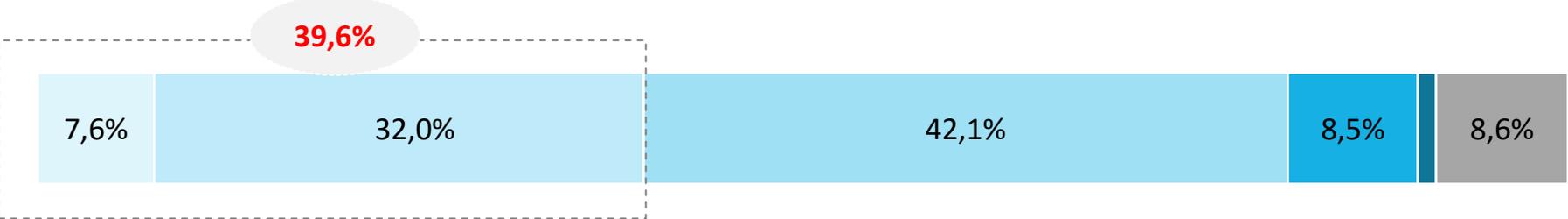


\*Respuesta única  
Base: 54 casos

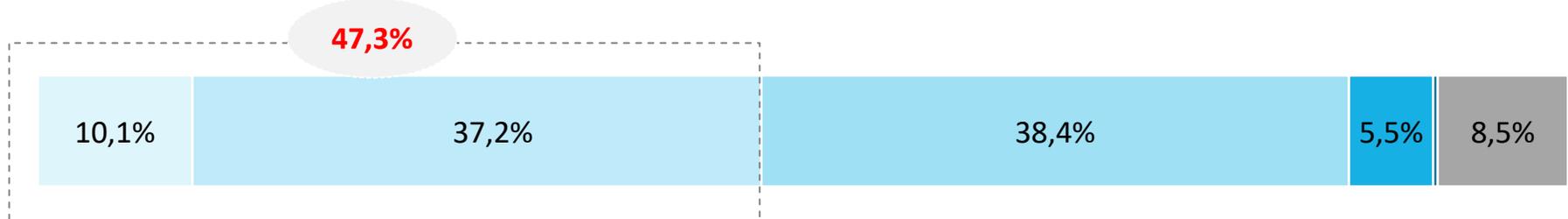
GENERAL

¿Cómo califica las formalidades inherentes:\*

al registro de su empresa



al cumplimiento de los requerimientos posteriores

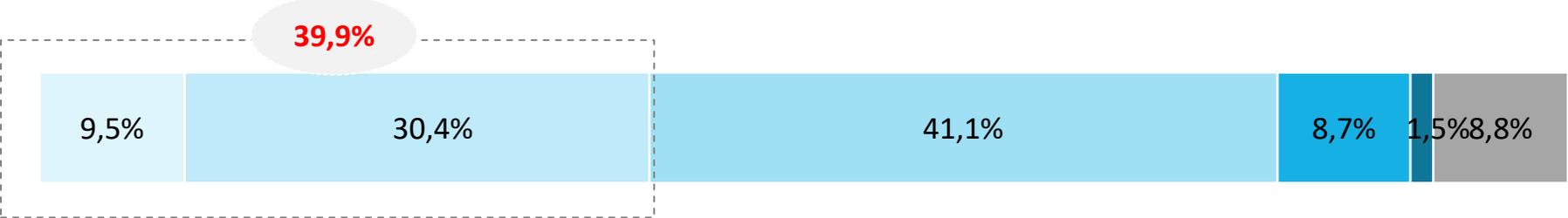


\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos totales

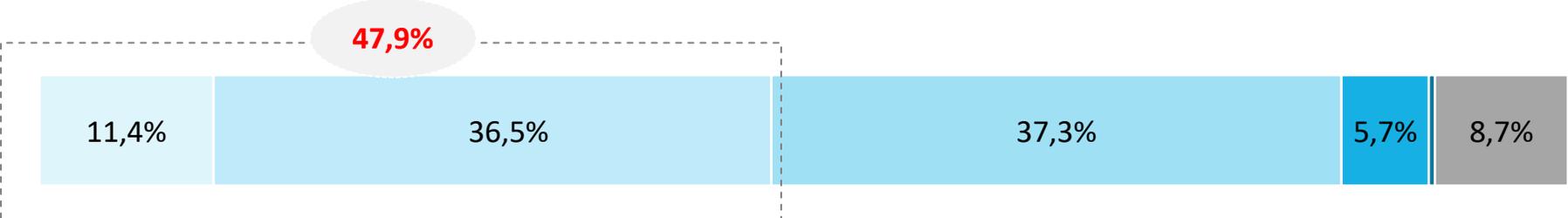
MUJERES

¿Cómo califica las formalidades inherentes:\*

al registro de su empresa



al cumplimiento de los requerimientos posteriores



\*Respuesta única por ítem Base: Casos mujeres

## MUJERES

### LA PERCEPCIÓN SOBRE LA DIFICULTAD DEL CUMPLIMIENTO NORMATIVO SE VINCULA CON EL TAMAÑO DE LA FIRMA

	Alta dificultad posterior	Baja dificultad posterior
<b>1 a 5</b>	51,4%	48,6%
<b>6 a 15</b>	56,7%	43,3%
<b>16 a 50</b>	62,8%	37,2%
<b>Más de 50</b>	33,3%	66,7%

En las empresas más grandes con una mayor estructura y separación de funciones, con mayor profesionalización de las actividades, se percibe de distinta forma la dificultad inherente al cumplimiento de los requerimientos posteriores. En este sentido, proporcionalmente más mujeres con empresas de más de 50 empleados consideran baja la dificultad de cumplir con estos requerimientos.

\*Recodificación – Muy difícil y difícil (Alta dificultad) – fácil y muy fácil (baja dificultad)

## MUJERES

### LA DIFICULTAD SOBRE EL REGISTRO DE LA EMPRESA SE PERCIBE SEGÚN EL TIPO DE INICIO EN EL ROL EMPRESARIO DE LA MUJER

	Alta dificultad en el registro	Baja dificultad en el registro
<b>Continuadora</b>	59,0%	41,0%
<b>Fundadora</b>	40,0%	60,0%

Proporcionalmente más mujeres empresarias continuadoras consideran alta la dificultad del registro de su empresa, mientras que las fundadoras la consideran baja, de particular interés dado que son quienes efectivamente han transitado la experiencia de registro.

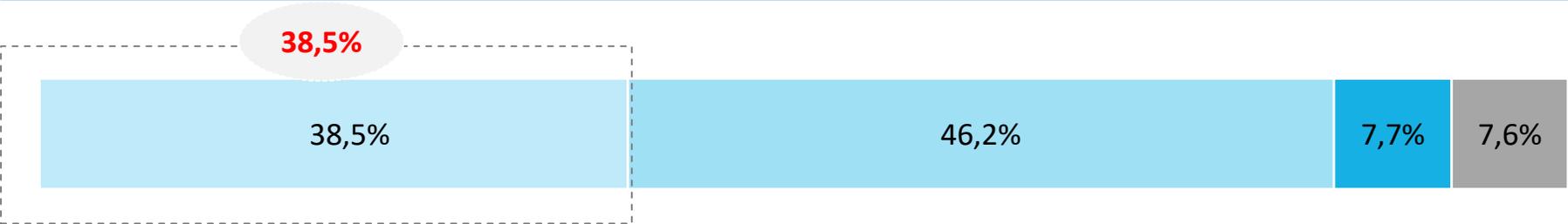
\*Recodificación – Muy difícil y difícil (Alta dificultad) – fácil y muy fácil (baja dificultad)

\*\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente. Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

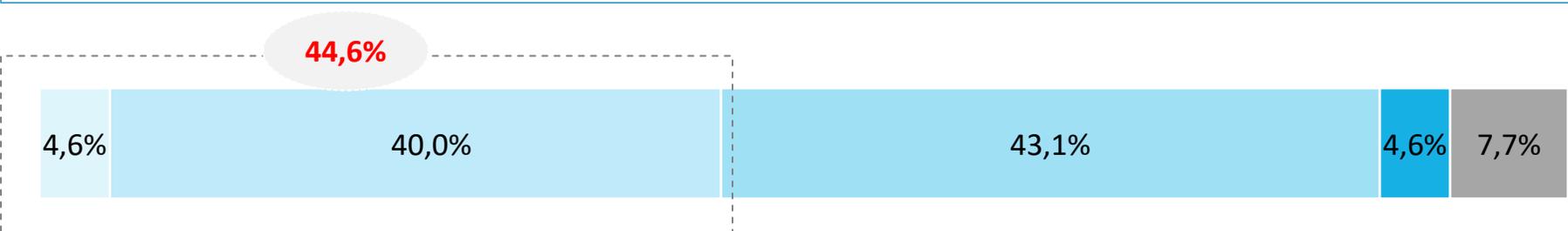
VARONES

¿Cómo califica las formalidades inherentes:\*

al registro de su empresa



al cumplimiento de los requerimientos posteriores



\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos varones

## GENERAL

En su opinión, ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la(s) barrera(s) para registrar una empresa?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES	
Los costos del registro	13,4%	9,1%	5,5%	28,0%	
El tiempo que toma (viajes, espera) el registro	8,8%	8,8%	5,2%	22,8%	
Saber cómo registrarse (tener información sobre los pasos por seguir, cuándo y dónde)	18,6%	11,3%	6,1%	36,0%	3º
Requerir una intervención profesional (gestor, contador, abogado)	11,6%	14,6%	15,9%	42,1%	2º
No poder hacer el registro por medio de Internet	3,7%	7,6%	3,7%	15,0%	
La cantidad de informes al gobierno que se deben hacer una vez registrado	8,5%	12,8%	8,5%	29,8%	
El requisito de pagar impuestos regulares sobre ventas e ingresos, una vez registrado	1º 22,9%	10,1%	17,7%	50,7%	1º
Otro	1,8%	0,6%	1,5%	3,9%	
No contesta	10,7%	-	-	10,7%	

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos totales

## MUJERES

En su opinión, ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la(s) barrera(s) para registrar una empresa?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES	
Los costos del registro	14,1%	8,4%	6,1%	28,6%	
El tiempo que toma (viajes, espera) el registro	8,4%	8,0%	4,6%	21,0%	
Saber cómo registrarse (tener información sobre los pasos por seguir, cuándo y dónde)	18,3%	9,9%	5,3%	33,5%	3º
Requerir una intervención profesional (gestor, contador, abogado)	9,9%	16,7%	17,5%	44,1%	2º
No poder hacer el registro por medio de Internet	3,0%	6,5%	3,4%	12,9%	
La cantidad de informes al gobierno que se deben hacer una vez registrado	7,6%	14,1%	7,2%	28,9%	
El requisito de pagar impuestos regulares sobre ventas e ingresos, una vez registrado	1º 24,7%	11,0%	17,9%	53,6%	1º
Otro	2,3%	0,8%	1,9%	5,0%	
No contesta	11,7%	-	-	11,7%	

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos totales

## MUJERES

### EL TAMAÑO DE LA EMPRESA TIENE IMPLICANCIAS EN LA PERCEPCIÓN DE LAS BARRERAS PARA EL REGISTRO

	Costo, tiempo y requerimientos profesionales	Información	Informes	Impuestos regulares	Otro
<b>1 a 5</b>	38,3%	23,5%	9,6%	17,4%	11,3%
<b>6 a 15</b>	29,3%	13,8%	5,2%	39,7%	12,1%
<b>16 a 50</b>	31,3%	16,7%	0,0%	37,5%	14,6%
<b>Más de 50</b>	30,0%	16,7%	20,0%	13,3%	20,0%

Proporcionalmente más mujeres con empresas con 6 a 50 trabajadores consideran que cumplir con los impuestos regulares es la principal barrera para registrar una empresa, mientras que aquellas con empresas de más de 50 empleados consideran que lo es la cantidad de informes requeridos.

\*Primera mención

## MUJERES

### LA POSIBILIDAD DE COMPARTIR LA INSTANCIA DE REGISTRO EN EL MARCO DE UNA SOCIEDAD TAMBIÉN REPERCUTE EN LA PERCEPCIÓN SOBRE LAS BARRERAS

	Costo, tiempo y requerimientos profesionales	Información	Informes	Impuestos regulares	Otro
<b>Sin socios</b>	36,7%	26,7%	6,7%	18,9%	11,1%
<b>Con socios</b>	32,3%	14,9%	8,7%	29,8%	14,3%

Proporcionalmente más mujeres empresarias sin socios consideran que el acceso a la información es la principal barrera para registrar una empresa, mientras que más mujeres con socios expresaron que cumplir con los impuestos regulares es la barrera principal.

\*Primera mención

## VARONES

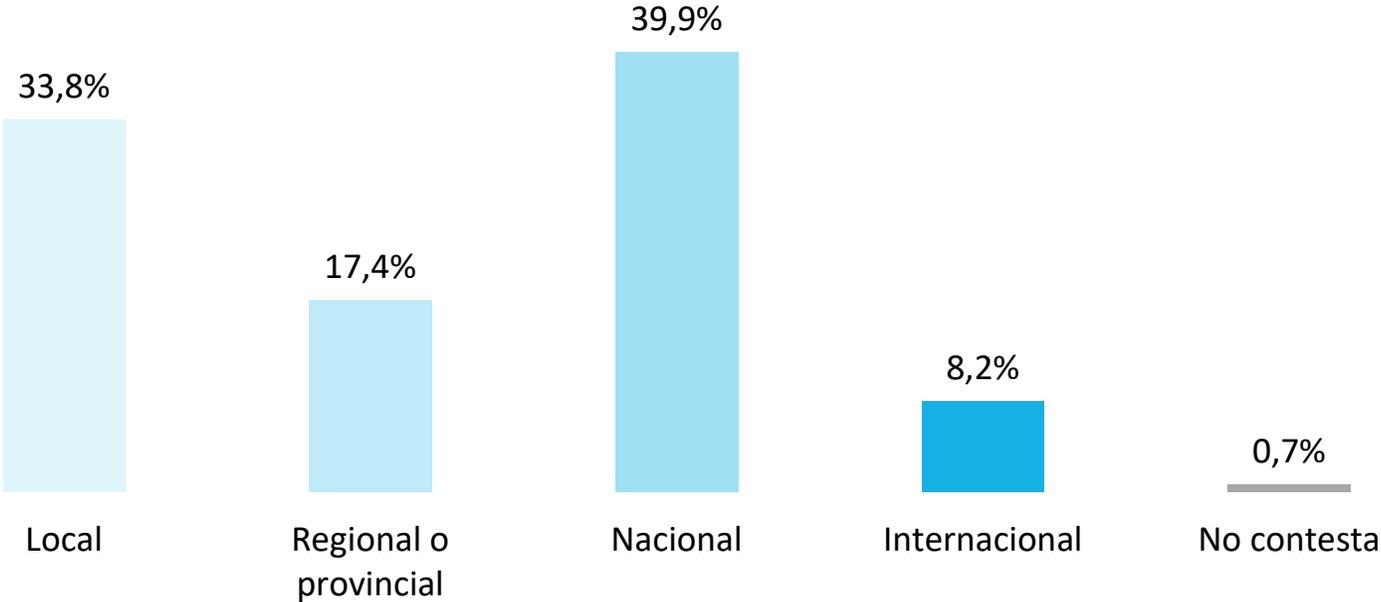
En su opinión, ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la(s) barrera(s) para registrar una empresa?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES
Los costos del registro	10,8%	12,3%	3,1%	26,2%
El tiempo que toma (viajes, espera) el registro	10,8%	12,3%	7,7%	30,8%
Saber cómo registrarse (tener información sobre los pasos por seguir, cuándo y dónde)	<b>1º 20,0%</b>	16,9%	9,2%	<b>46,1%</b> <b>1º</b>
Requerir una intervención profesional (gestor, contador, abogado)	18,5%	6,2%	9,2%	33,9% <b>2º</b>
No poder hacer el registro por medio de Internet	6,2%	12,3%	4,6%	23,1%
La cantidad de informes al gobierno que se deben hacer una vez registrado	12,3%	7,7%	13,8%	33,8% <b>3º</b>
El requisito de pagar impuestos regulares sobre ventas e ingresos, una vez registrado	15,4%	6,2%	16,9%	38,5%
No contesta	6,0%	-	-	6,0%

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos totales

GENERAL

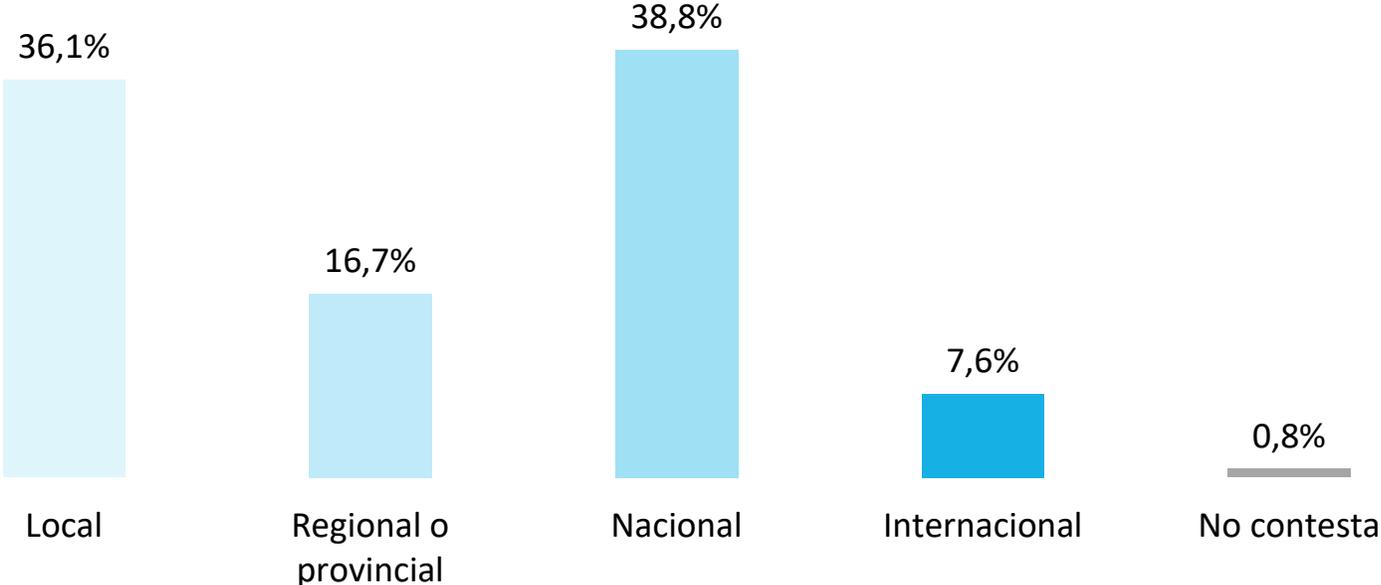
¿En qué mercado comercializa principalmente la mayoría de los productos / servicios de su empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

MUJERES

¿En qué mercado comercializa principalmente la mayoría de los productos / servicios de su empresa?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

### EL TAMAÑO DE LA EMPRESA SE ASOCIA CON EL TIPO DE MERCADO QUE ABASTECE

	Local	Regional o provincial	Nacional	Internacional	No contesta
<b>1 a 5</b>	43,7%	21,0%	27,7%	5,9%	1,7%
<b>6 a 15</b>	33,3%	14,3%	47,6%	4,8%	0,0%
<b>16 a 50</b>	32,0%	12,0%	52,0%	4,0%	0,0%
<b>Más de 50</b>	19,4%	12,9%	41,9%	25,8%	0,0%

Proporcionalmente más mujeres con empresas con 1 a 5 empleados comercializan principalmente en el mercado local, aquellas con 6 a 15 ocupados abastecen proporcionalmente más al mercado nacional, mientras que aquellas con más de 50 empleados principalmente exportan sus productos/servicios.

## MUJERES

### EL INICIO EN EL ROL EMPRESARIO TAMBIÉN TIENE IMPACTO EN EL MERCADO AL CUAL SE DIRIGE

	Local	Regional o provincial	Nacional	Internacional	No contesta
<b>Continuadora</b>	21,7%	14,5%	55,1%	8,7%	0,0%
<b>Fundadora</b>	39,5%	18,0%	33,5%	7,8%	1,2%

Proporcionalmente más mujeres empresarias continuadoras comercializan principalmente la mayoría de los productos/servicios en el mercado nacional, mientras que las fundadoras abastecen el mercado local.

\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente. Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

## MUJERES

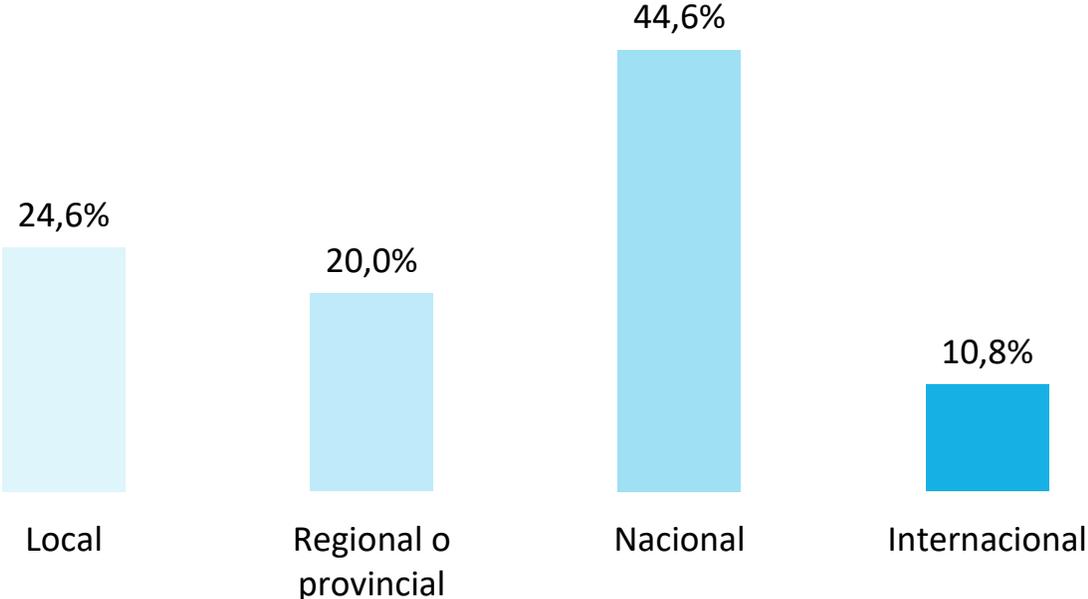
### LA ELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO ES TAMBIÉN UNA VARIABLE ASOCIADA A LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA FIRMA

	Local	Regional o provincial	Nacional	Internacional	No contesta
<b>Sin socios</b>	48,5%	15,5%	24,7%	10,3%	1,0%
<b>Con socios</b>	28,9%	17,5%	47,0%	6,0%	0,6%

Proporcionalmente más mujeres empresarias sin socios comercializan principalmente la mayoría de los productos/servicios en el mercado local, mientras que las que cuentan con socios abastecen proporcionalmente más el mercado nacional.

## VARONES

¿En qué mercado comercializa principalmente la mayoría de los productos / servicios de su empresa?\*

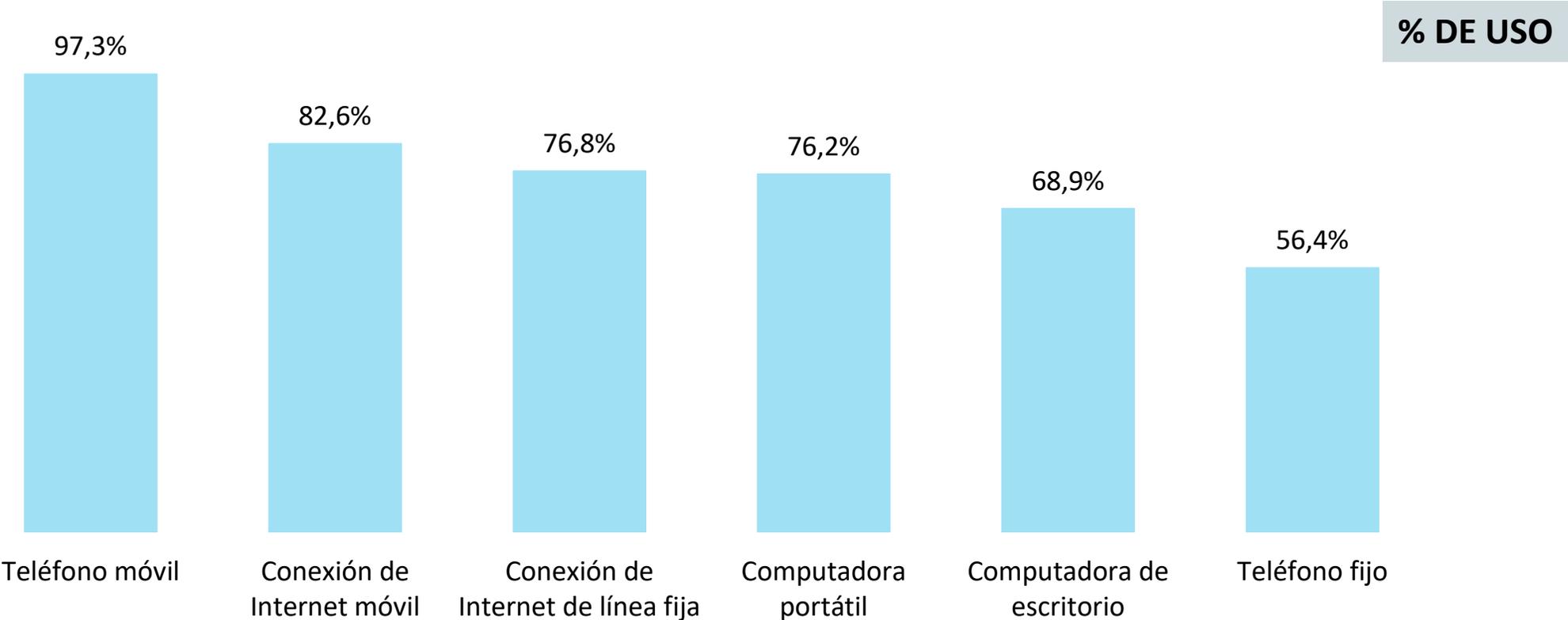


El peso del mercado local entre las mujeres empresarias respecto de lo relevado en sus pares masculinos (36,1% vs. 24,6%) refleja un mayor dificultad de acceso a mercados de cercanía, observándose mayor dependencia al mercado local en empresas de menor tamaño, unipersonales y en aquellas con una mujer como fundadora, lo cual erige a la trayectoria como variable relevante respecto de la accesibilidad a mercados más nacional e internacionales

\*Respuesta única  
Base: Casos varones

GENERAL

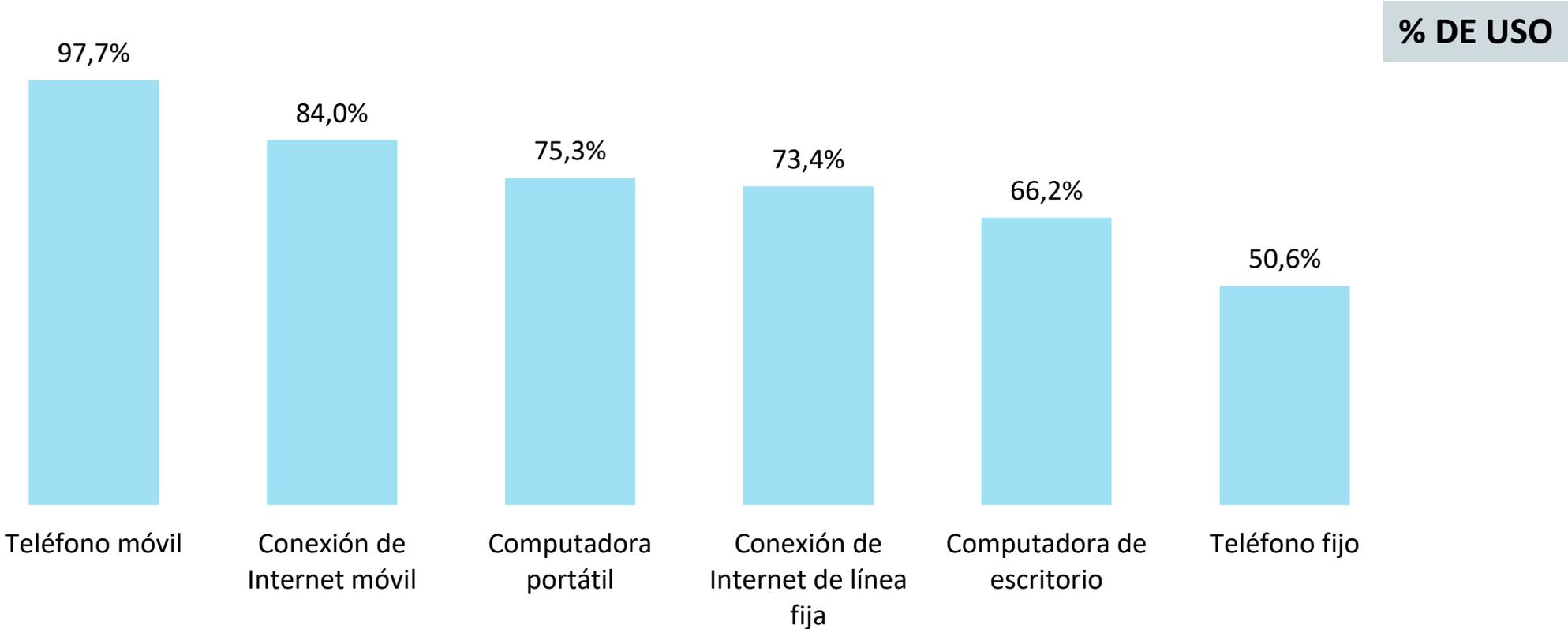
¿Utiliza alguna de las siguientes herramientas para la operación de su empresa?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos totales

MUJERES

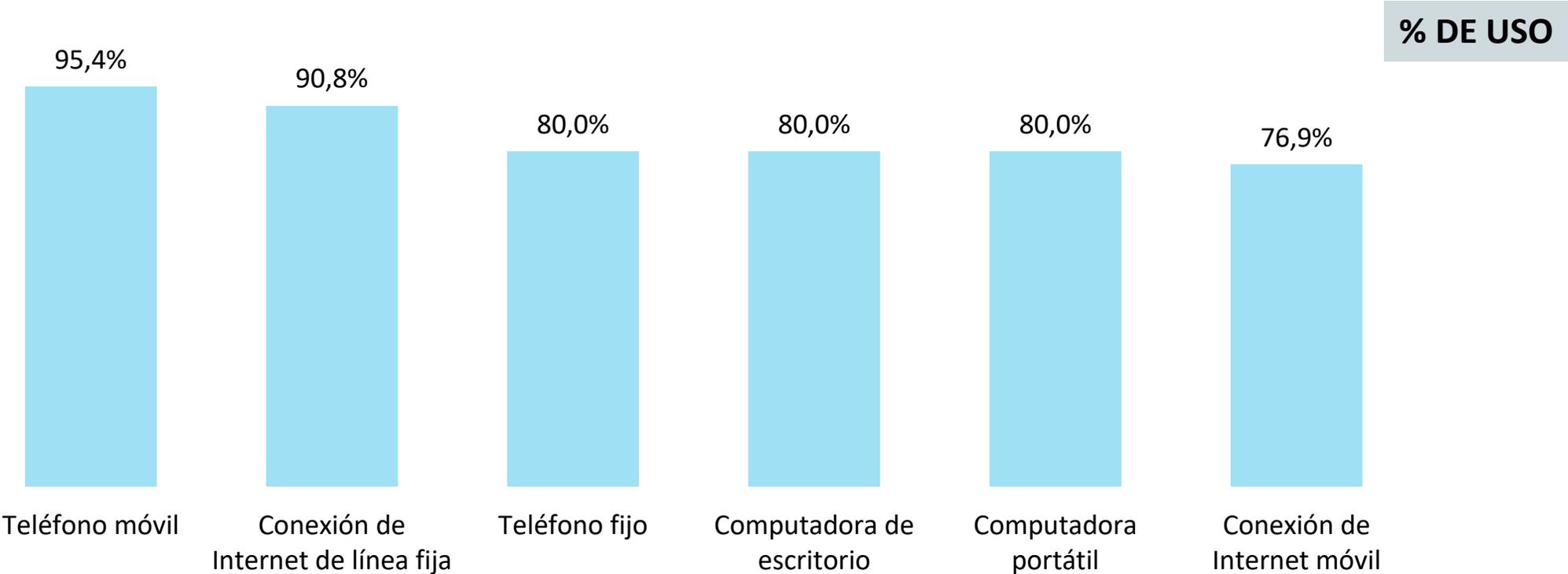
¿Utiliza alguna de las siguientes herramientas para la operación de su empresa?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos mujeres

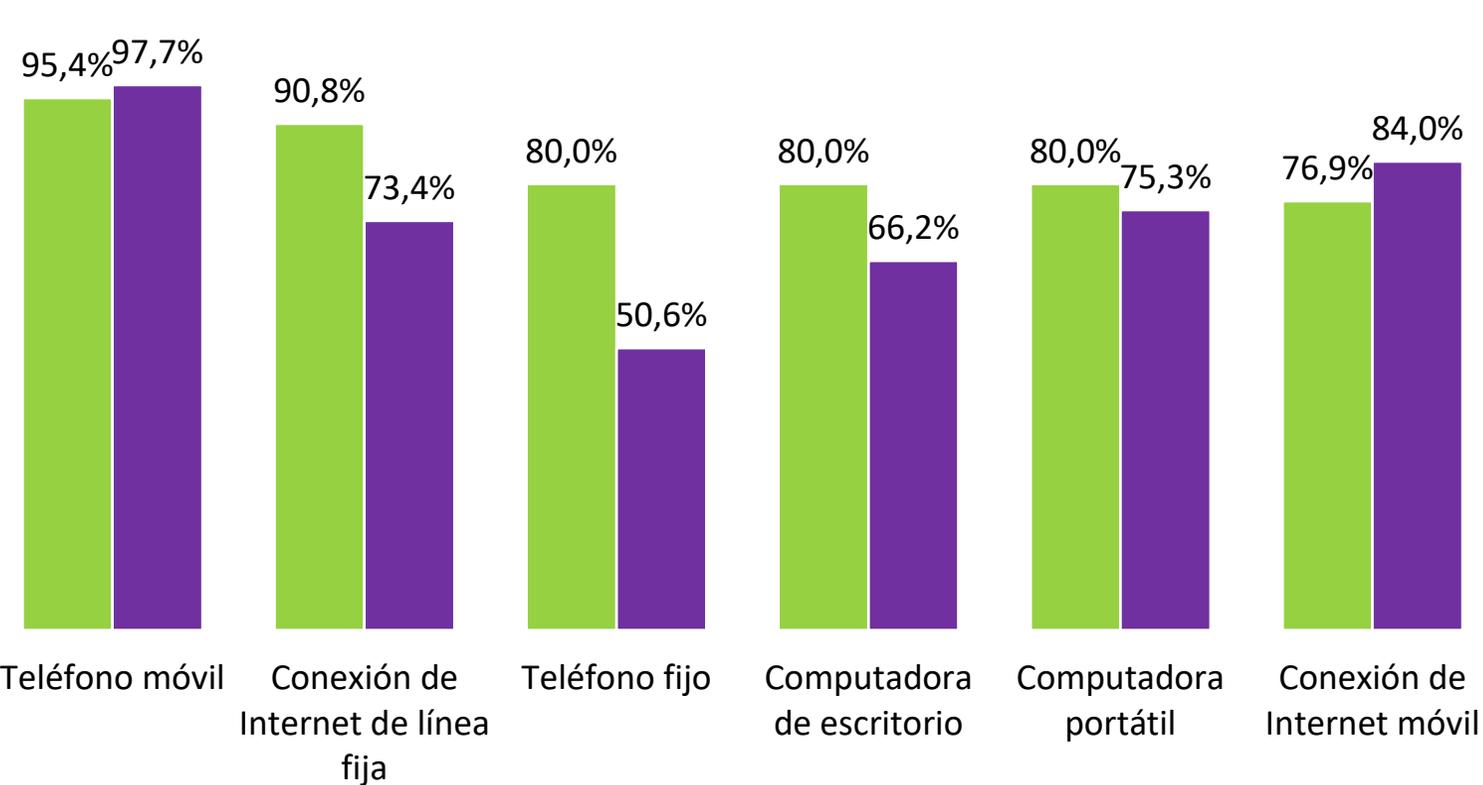
VARONES

¿Utiliza alguna de las siguientes herramientas para la operación de su empresa?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos varones

## ¿Utiliza alguna de las siguientes herramientas para la operación de su empresa?\*



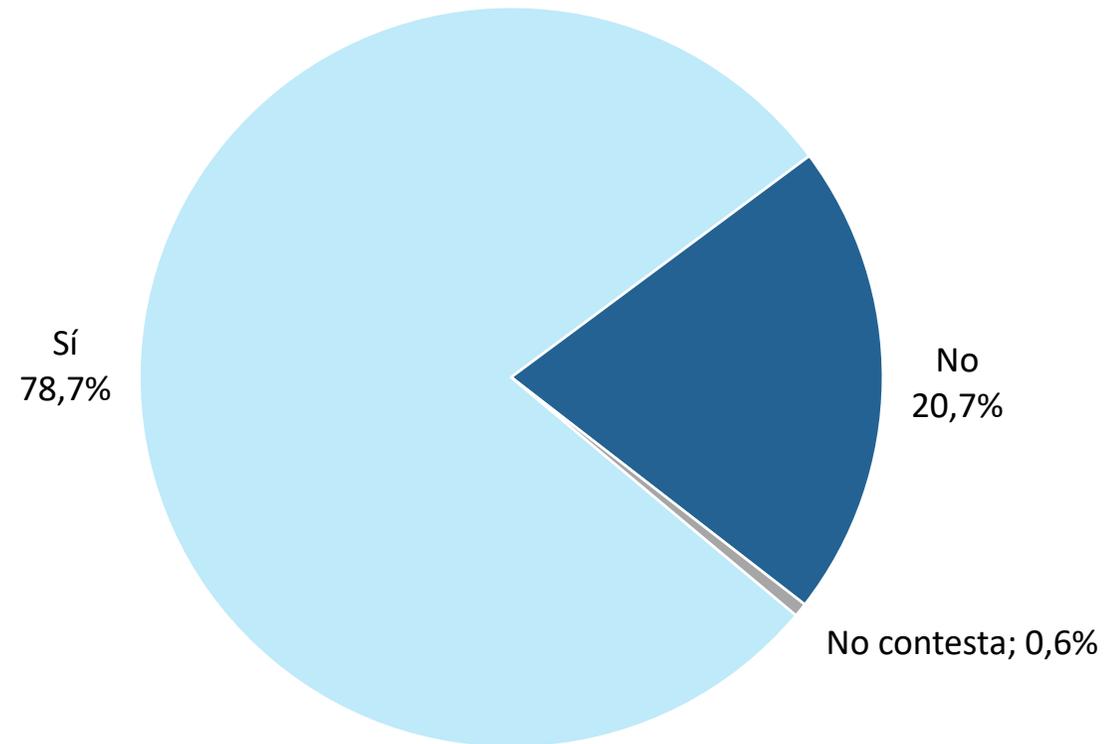
**VARONES**  
**MUJERES**

El nivel de digitalización y acceso a herramientas tecnológicas que presentan los varones empresarios es levemente mayor respecto a las mujeres empresarias. En este punto cabe remarcar que el elevado nivel educativo del segmento respondiente minimiza la brecha digital, aún observable en segmentos socioeducativos más bajos.

\*Respuesta múltiple

## GENERAL

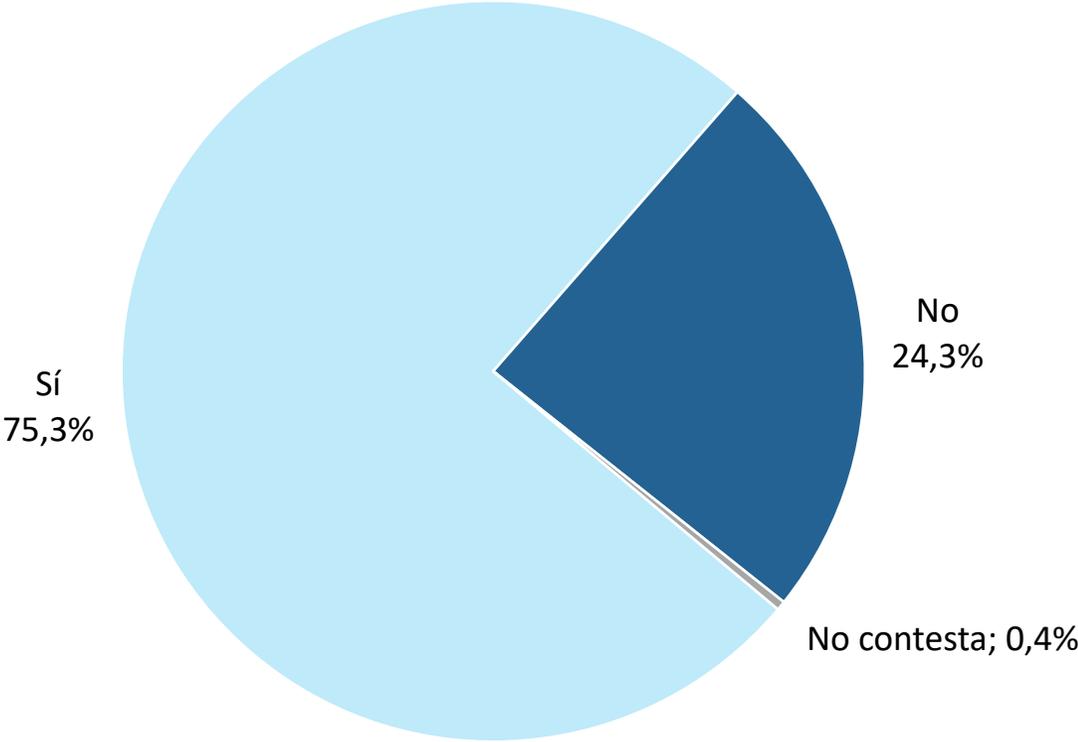
### ¿Su empresa tiene un sitio web?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

MUJERES

¿Su empresa tiene un sitio web?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

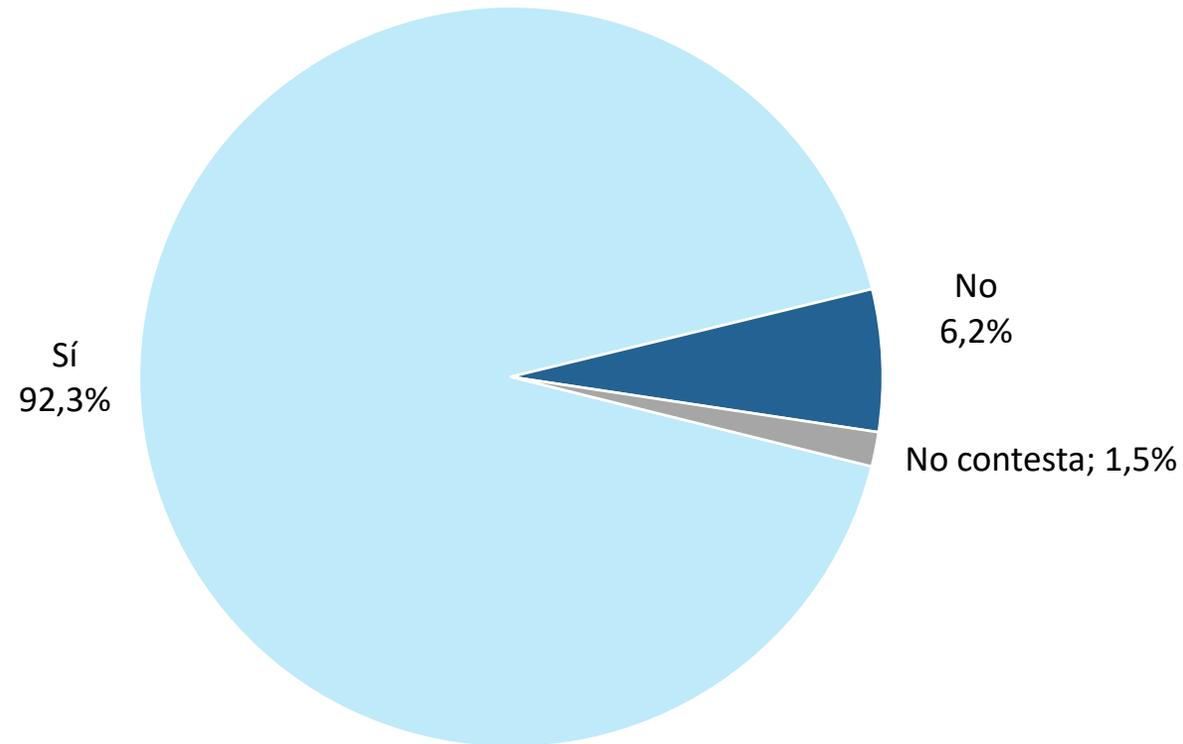
### EL TAMAÑO DE LA EMPRESA SE VINCULA CON LA COMUNICACIÓN DIGITAL

	Sí	No	No contesta
<b>1 a 5</b>	60,5%	38,7%	0,8%
<b>6 a 15</b>	77,8%	22,2%	0,0%
<b>16 a 50</b>	96,0%	4,0%	0,0%
<b>Más de 50</b>	93,5%	6,5%	0,0%

La posesión de sitio web supone la contratación de servicios intensivos en conocimiento, a lo cual acceden en mayor proporción las firmas más grandes, en tanto proporcionalmente más mujeres con empresas con 1 a 5 empleados no poseen sitio web, mientras que aquellas con empresas que poseen más de 16 empleados sí poseen sitio web, situación que puede vincularse también a la etapa del ciclo evolutivo de la empresa.

## VARONES

### ¿Su empresa tiene un sitio web?\*



Mayor posesión de sitios web entre varones empresarios (92,3% respecto de 75,3% de mujeres empresarias)

\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

Marque si utiliza internet por alguno de los siguientes medios para realizar las siguientes actividades en su empresa\*

	Teléfono móvil	Computadora	Ambas	No utiliza
Localizar clientes	6,7%	6,1%	85,7%	1,5%
Localizar proveedores	5,8%	7,6%	85,1%	1,5%
Comunicarse con los clientes	<b>12,2%</b>	1,2%	86,3%	0,3%
Comunicarse con los proveedores	9,8%	1,8%	<b>87,2%</b>	1,2%
Obtener información para tomar decisiones empresariales (por ejemplo, informarse sobre regulaciones gubernamentales)	3,0%	19,8%	75,6%	1,6%
Aprender habilidades y participar en capacitaciones	2,7%	<b>24,1%</b>	70,7%	2,5%
Operaciones comerciales diarias (Pagos, transacciones financieras, homebanking)	3,4%	23,2%	71,0%	2,4%
Promocionar sus productos o servicios	4,9%	14,3%	75,0%	5,8%
Vender sus productos o servicios	4,6%	10,7%	77,7%	<b>7,0%</b>
Establecer redes de contactos o participar en actividades de asociaciones o grupos empresariales	8,5%	5,5%	82,6%	3,4%

\*Respuesta única por ítem

Base: Casos totales

## MUJERES

Marque si utiliza internet por alguno de los siguientes medios para realizar las siguientes actividades en su empresa\*

	Teléfono móvil	Computadora	Ambas	No utiliza
Localizar clientes	6,5%	6,1%	85,9%	1,5%
Localizar proveedores	5,7%	8,4%	84,4%	1,5%
Comunicarse con los clientes	<b>12,5%</b>	1,5%	85,6%	0,4%
Comunicarse con los proveedores	9,9%	1,9%	<b>86,7%</b>	1,5%
Obtener información para tomar decisiones empresariales (por ejemplo, informarse sobre regulaciones gubernamentales)	2,7%	20,2%	75,3%	1,8%
Aprender habilidades y participar en capacitaciones	2,7%	<b>25,1%</b>	70,0%	2,2%
Operaciones comerciales diarias (Pagos, transacciones financieras, homebanking)	3,8%	23,2%	70,3%	2,7%
Promocionar sus productos o servicios	5,3%	14,4%	74,5%	5,8%
Vender sus productos o servicios	5,3%	11,0%	77,6%	<b>6,1%</b>
Establecer redes de contactos o participar en actividades de asociaciones o grupos empresariales	9,1%	4,6%	83,7%	2,6%

\*Respuesta única por ítem

Base: Casos mujeres

## VARONES

Marque si utiliza internet por alguno de los siguientes medios para realizar las siguientes actividades en su empresa\*

	Teléfono móvil	Computadora	Ambas	No utiliza
Localizar clientes	7,7%	6,2%	84,6%	1,5%
Localizar proveedores	6,2%	4,6%	87,7%	1,5%
Comunicarse con los clientes	<b>10,8%</b>	0,0%	89,2%	0,0%
Comunicarse con los proveedores	9,2%	1,5%	<b>89,3%</b>	0,0%
Obtener información para tomar decisiones empresariales (por ejemplo, informarse sobre regulaciones gubernamentales)	4,6%	18,5%	76,9%	0,0%
Aprender habilidades y participar en capacitaciones	3,1%	20,0%	73,8%	3,1%
Operaciones comerciales diarias (Pagos, transacciones financieras, homebanking)	1,5%	<b>23,1%</b>	73,8%	1,6%
Promocionar sus productos o servicios	3,1%	13,8%	76,9%	6,2%
Vender sus productos o servicios	1,5%	9,2%	78,5%	<b>10,8%</b>
Establecer redes de contactos o participar en actividades de asociaciones o grupos empresariales	6,2%	9,2%	78,5%	6,1%

\*Respuesta única por ítem

Base: Casos varones

SECCIÓN INICIAL: DATOS DEMOGRÁFICOS

SECCIÓN A: EXPERIENCIA E HISTORIAL DE PROPIEDAD EMPRESARIAL

SECCIÓN B: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA ACTUAL

SECCIÓN C: DESAFÍOS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA. ACCESO AL FINANCIAMIENTO

SECCIÓN D: ACCESO A INFORMACIÓN, MERCADOS Y SERVICIOS DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL

SECCIÓN E: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA EMPRESA: PRINCIPALES DESAFÍOS

SECCIÓN F: CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LA MUJER

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

## GENERAL

### ¿Cuáles fueron los principales desafíos para poner en marcha su empresa?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES
Acceder a fuentes de financiamiento	<b>1º</b> 28,7%	6,4%	10,7%	45,8% <b>3º</b>
Obtener el apoyo de su familia	6,1%	3,0%	0,9%	10,0%
Encontrar una ubicación comercial adecuada	2,4%	5,5%	3,7%	11,6%
Encontrar información sobre cómo poner en marcha un negocio	4,6%	4,9%	4,6%	14,1%
Lidiar con los requisitos regulatorios y legales	17,7%	19,2%	11,3%	48,2% <b>2º</b>
Encontrar proveedores	0,9%	4,9%	3,4%	9,2%
Afrontar los costos laborales	10,1%	17,4%	17,4%	44,9%
Asumir el riesgo de iniciar una actividad emprendedora	22,0%	18,3%	14,0%	<b>54,3%</b> <b>1º</b>
Otro	2,7%	1,2%	1,5%	5,4%
No contesta	4,8%	-	-	4,8%

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos totales

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

## MUJERES

### ¿Cuáles fueron los principales desafíos para poner en marcha su empresa?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES
Acceder a fuentes de financiamiento	<b>1º</b> 25,9%	6,1%	10,6%	42,6%
Obtener el apoyo de su familia	5,3%	3,8%	1,1%	10,2%
Encontrar una ubicación comercial adecuada	2,3%	5,7%	3,8%	11,8%
Encontrar información sobre cómo poner en marcha un negocio	5,3%	4,9%	5,3%	15,5%
Lidiar con los requisitos regulatorios y legales	18,3%	16,3%	10,6%	45,2% <b>2º</b>
Encontrar proveedores	0,8%	5,3%	3,4%	9,5%
Afrontar los costos laborales	10,6%	19,0%	14,8%	44,4% <b>3º</b>
Asumir el riesgo de iniciar una actividad emprendedora	23,2%	17,5%	14,1%	<b>54,8%</b> <b>1º</b>
Otro	3,0%	1,1%	1,9%	6,0%
No contesta	5,3%	-	-	5,3%

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

### EL INICIO EN EL ROL EMPRESARIO IMPACTA DIRECTAMENTE SOBRE LA PERCEPCIÓN DEL PRINCIPAL DESAFÍO PARA LA PUESTA EN MARCHA

	Financiamiento	Requisitos	Riesgo	Otro
Continuadora	22,4%	32,8%	10,4%	34,3%
Fundadora	28,9%	13,9%	27,7%	29,5%

Proporcionalmente más mujeres empresarias continuadoras mencionan como principal desafío lidiar con los requisitos regulatorios y legales, mientras que las fundadoras mencionan como principal desafío asumir el riesgo de iniciar una actividad emprendedora.

\*\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente. Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

\*Primera mención

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

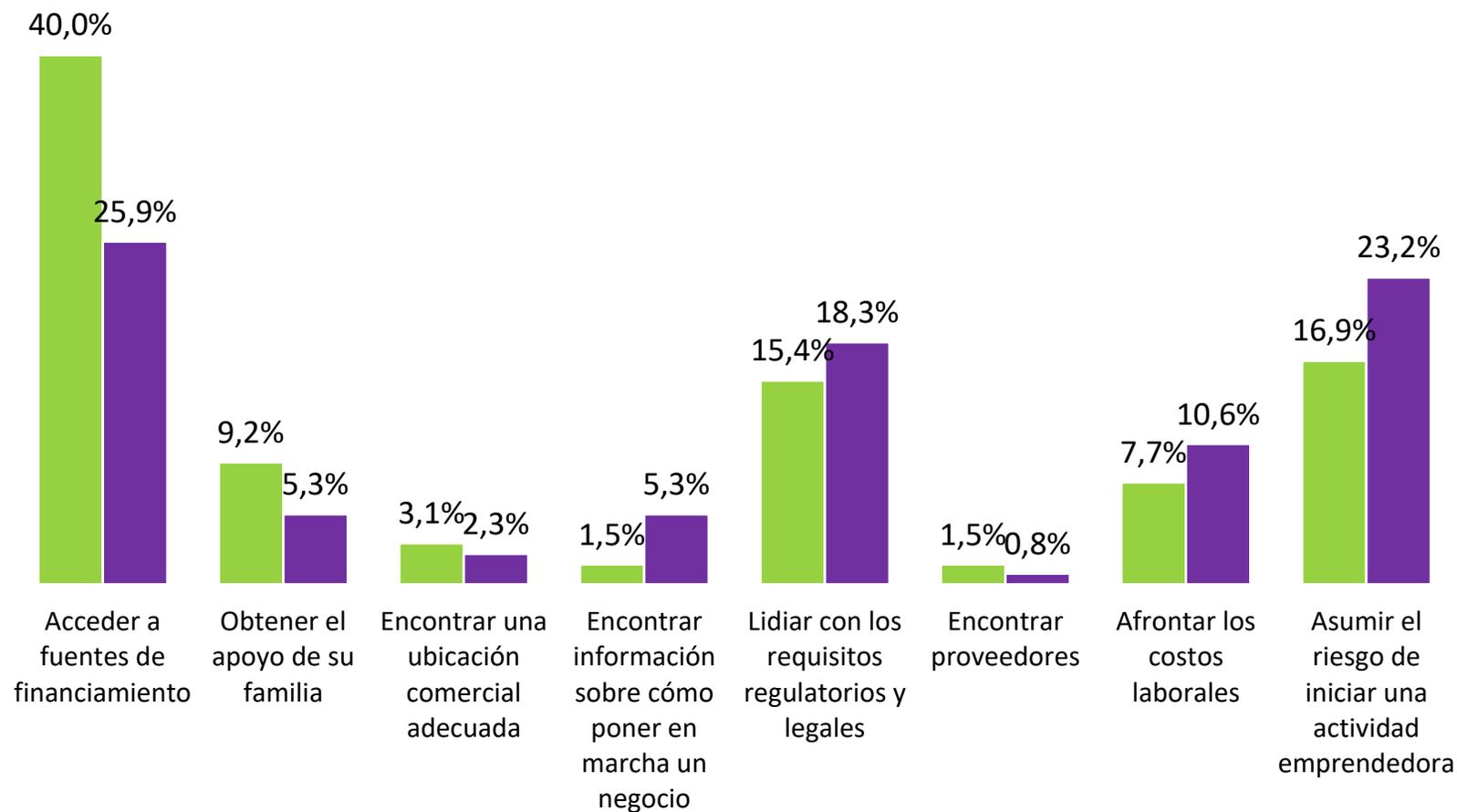
VARONES

## ¿Cuáles fueron los principales desafíos para poner en marcha su empresa?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES
Acceder a fuentes de financiamiento	<b>1º</b> 40,0%	7,7%	10,8%	58,5% <b>2º</b>
Obtener el apoyo de su familia	9,2%	0,0%	0,0%	9,2%
Encontrar una ubicación comercial adecuada	3,1%	4,6%	3,1%	10,8%
Encontrar información sobre cómo poner en marcha un negocio	1,5%	4,6%	1,5%	7,6%
Lidiar con los requisitos regulatorios y legales	15,4%	<b>30,8%</b>	13,8%	<b>60,0%</b> <b>1º</b>
Encontrar proveedores	1,5%	3,1%	3,1%	7,7%
Afrontar los costos laborales	7,7%	10,8%	<b>27,7%</b>	46,2%
Asumir el riesgo de iniciar una actividad emprendedora	16,9%	21,5%	13,8%	52,2% <b>3º</b>
Otro	1,5%	1,5%	0,0%	3,0%
No contesta	3,2%	-	-	3,2%

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos varones

## ¿Cuáles fueron los principales desafíos para poner en marcha su empresa?\*



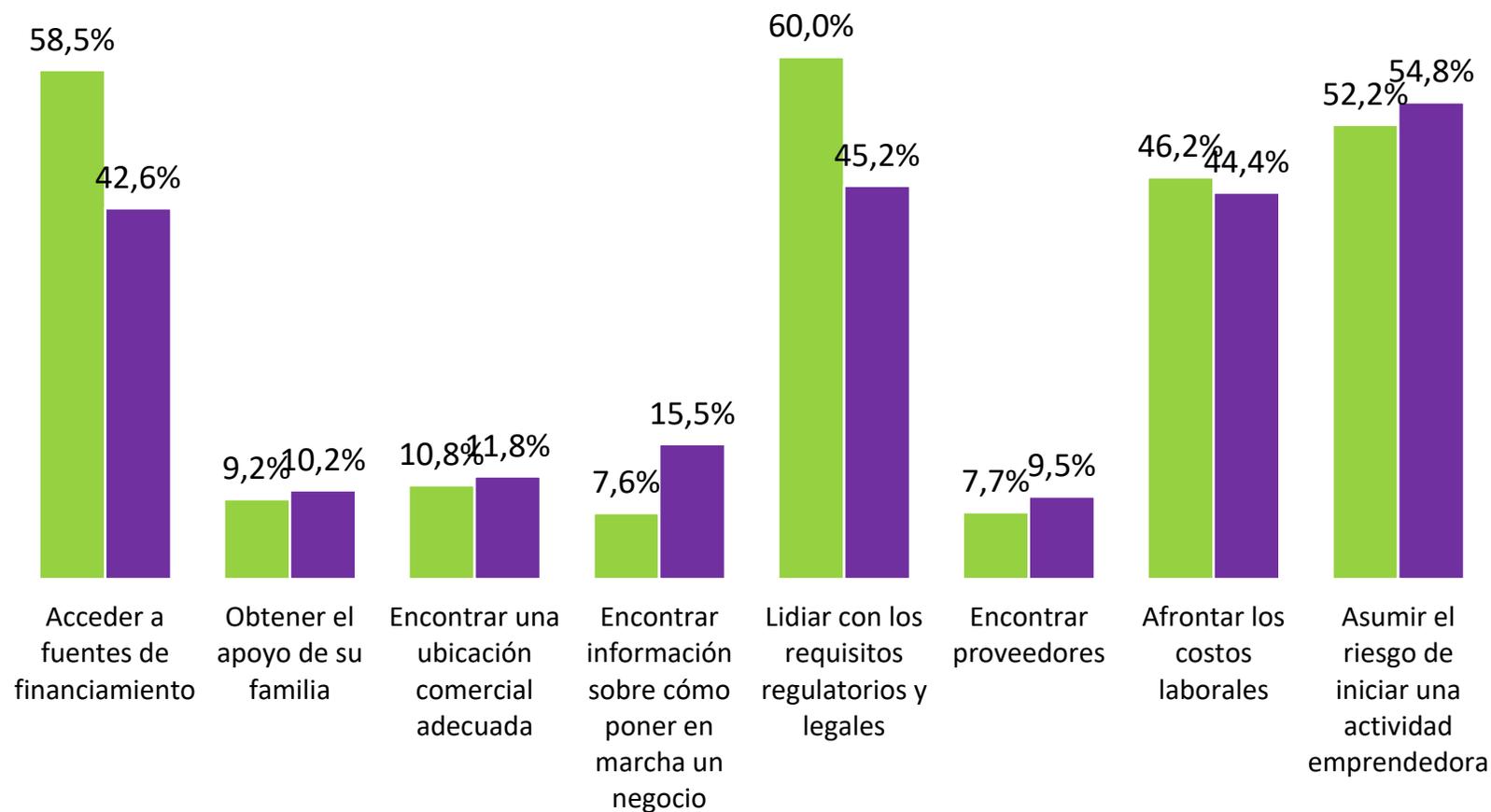
VARONES

MUJERES

Se observa el perfil más adverso al riesgo de las mujeres empresarias, dado por el mayor peso asignado en primera mención al temor de transitar la actividad emprendedora, frente a la necesidad autoimpuesta de validar sus capacidades para el rol emergentes en la instancia cualitativa.

\*Primera mención

## ¿Cuáles fueron los principales desafíos para poner en marcha su empresa?\*



VARONES

MUJERES

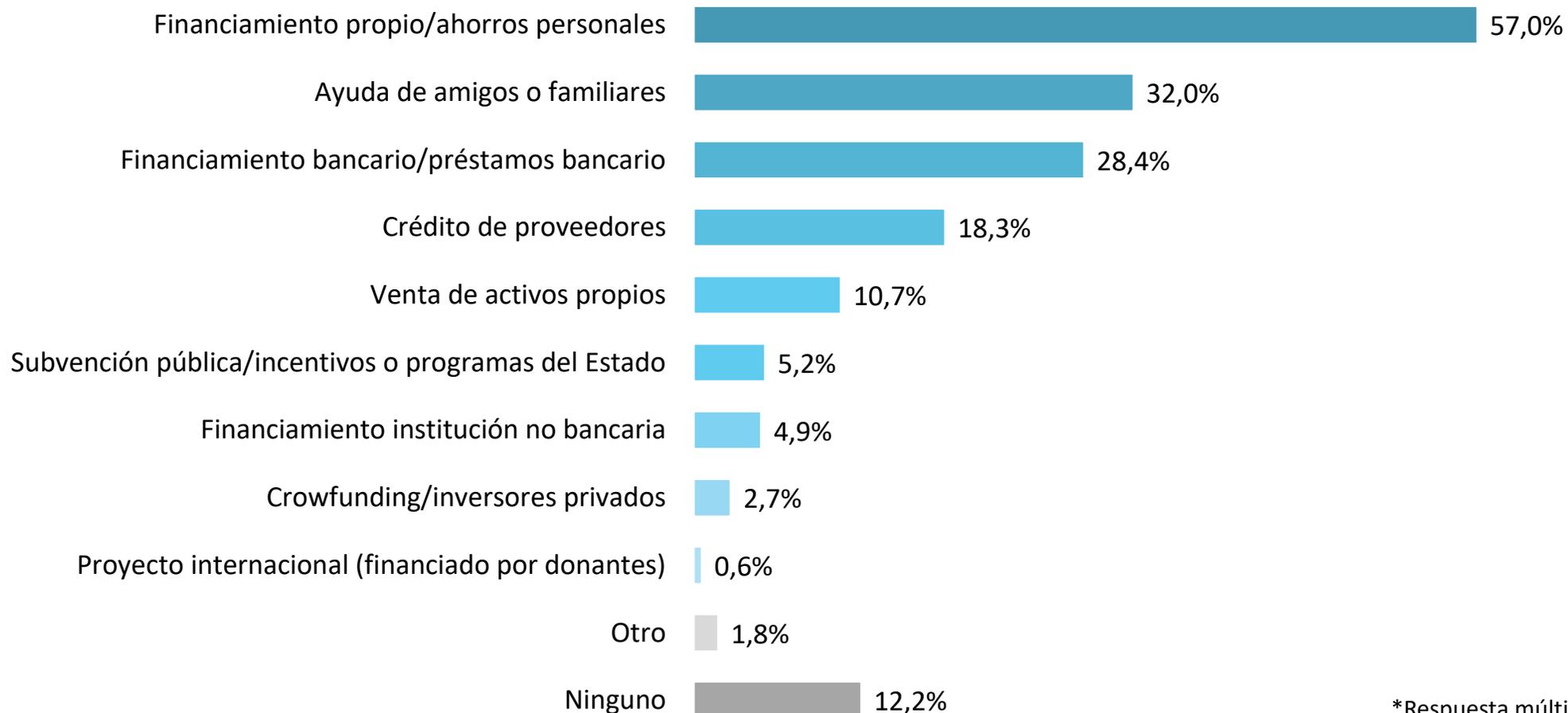
En el análisis de suma de menciones, las competencias asociadas a la tarea de detalle y a la perseverancia reconocida en las mujeres en las instancias previas se reflejan en la menor importancia asignada a lidiar con requisitos regulatorios y legales, de incremento del peso y orden del ranking en ambos segmentos en comparación con la primera mención registrada.

\*Suma de menciones

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

## GENERAL

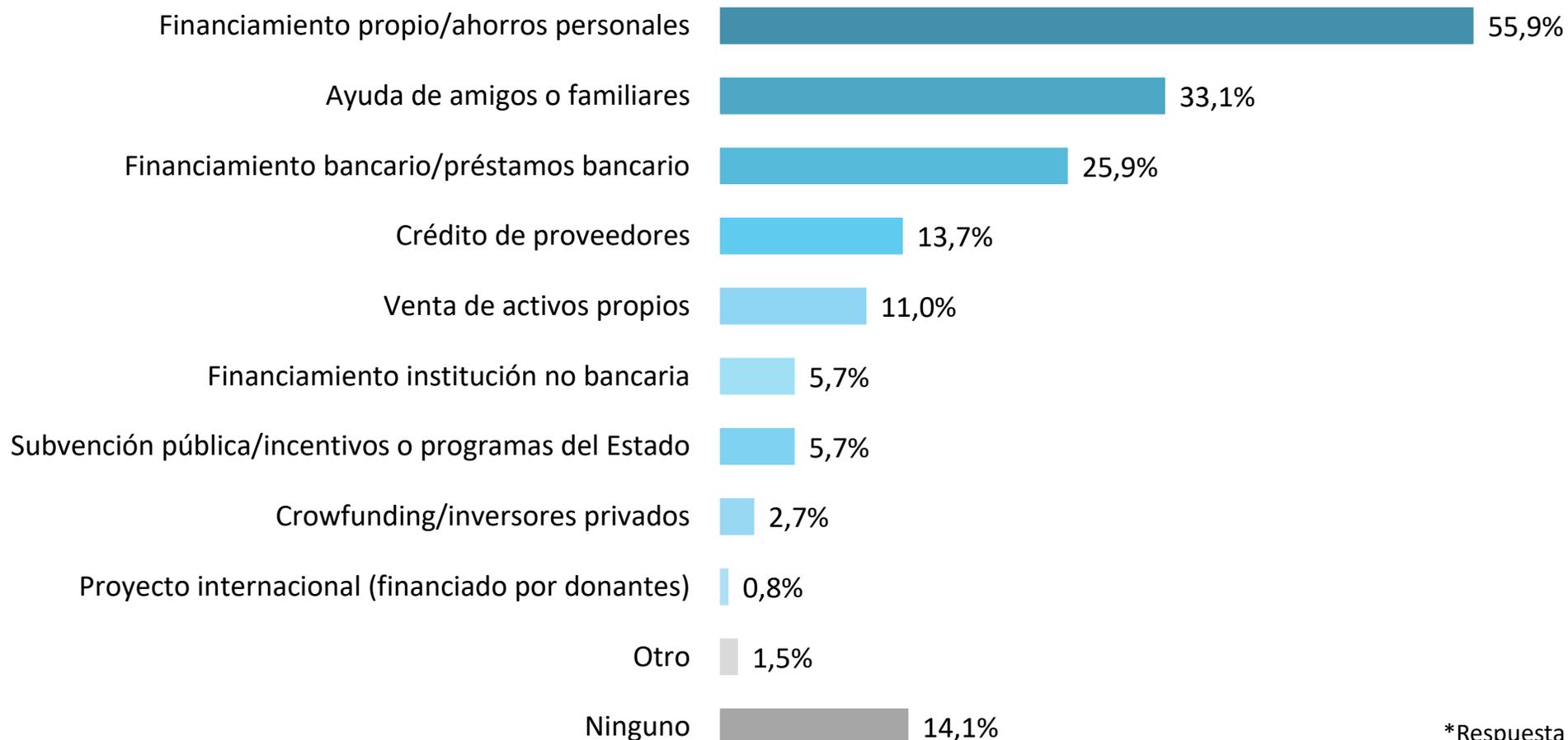
De las siguientes fuentes de financiamiento ¿Cuál/es utilizó para poner en marcha su empresa?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos totales

## MUJERES

De las siguientes fuentes de financiamiento ¿Cuál/es utilizó para poner en marcha su empresa?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

### LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO ELEGIDAS VARÍAN SEGÚN EL INICIO EN EL ROL DE LA MUJER EMPRESARIA

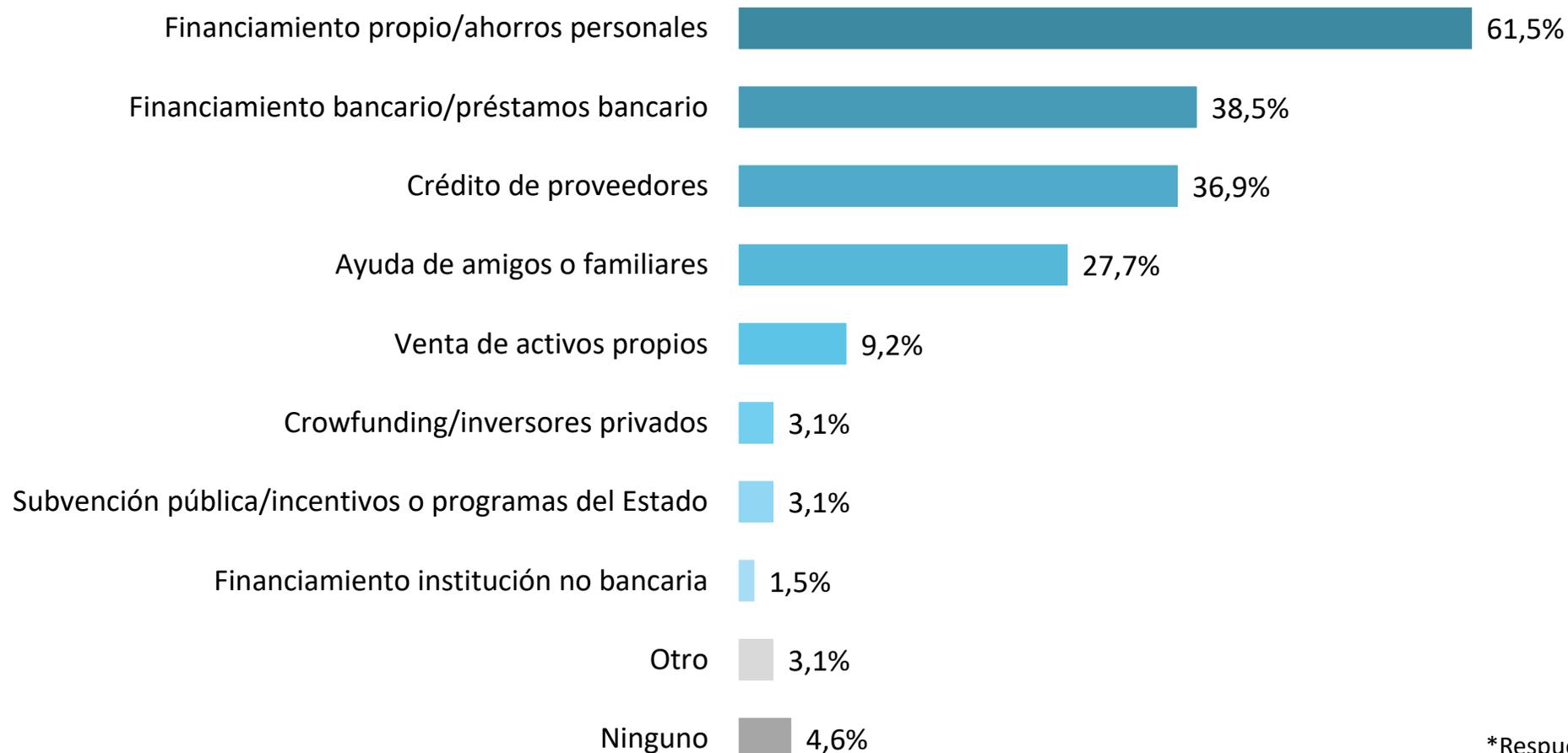
	Ayuda de amigos o familiares	Crédito de proveedores	Financiamiento/préstamos bancarios
Continuadora	23,2%	29,0%	37,7%
Fundadora	40,7%	9,6%	22,2%

Proporcionalmente más mujeres empresarias que fundaron su empresa se han financiado con ayuda de amigos o familiares, mientras que proporcionalmente más mujeres empresarias continuadoras se han financiado con créditos de proveedores y con préstamos bancarios, lo cual también puede vincularse con la diferente etapa evolutiva de la empresa.

\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente.  
Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

## VARONES

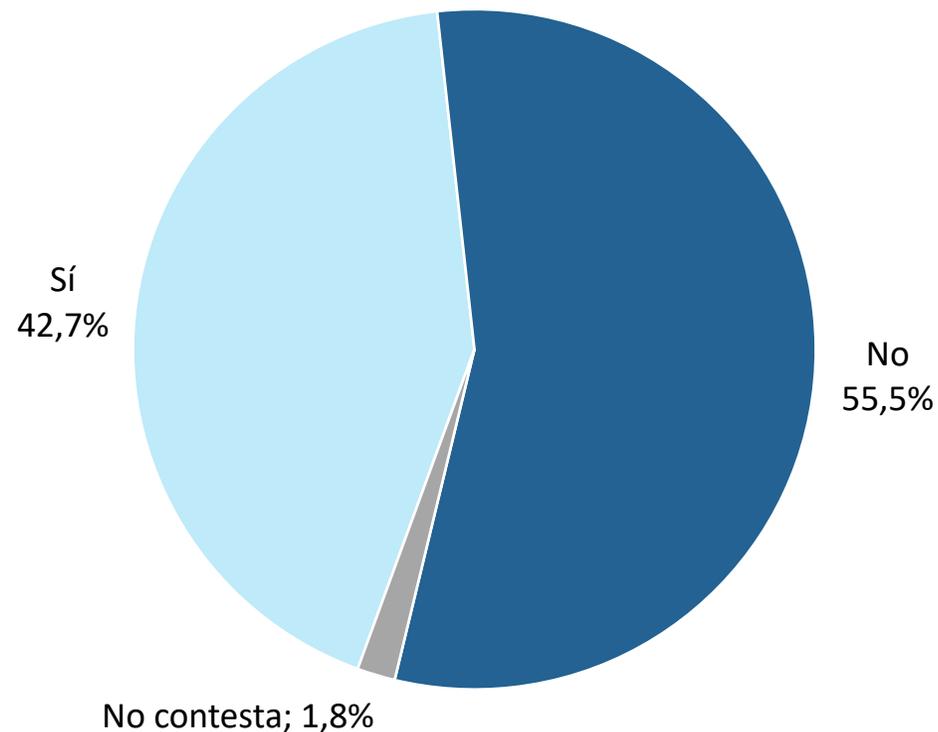
De las siguientes fuentes de financiamiento ¿Cuál/es utilizó para poner en marcha su empresa?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos varones

## GENERAL

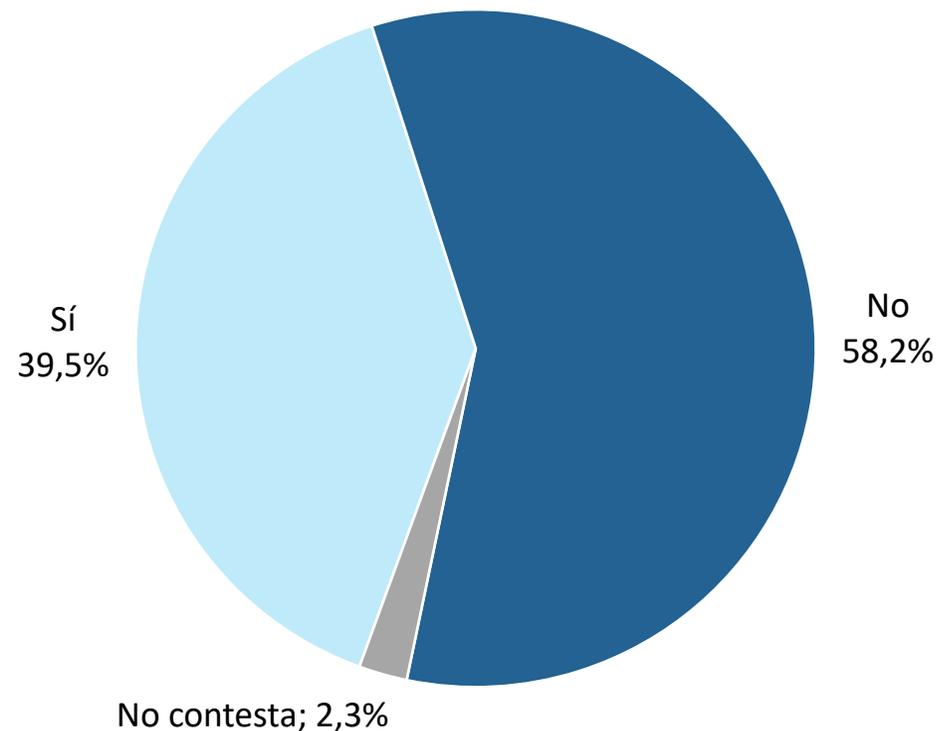
¿Ha tratado de obtener financiamiento para su empresa durante el último año?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿Ha tratado de obtener financiamiento para su empresa durante el último año?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

### EL ESFUERZO EN LA BÚSQUEDA DE FINANCIAMIENTO SE CORRELACIONA CON EL TAMAÑO DE LA FIRMA

	Sí	No	No contesta
<b>1 a 5</b>	27,7%	71,4%	0,8%
<b>6 a 15</b>	38,1%	60,3%	1,6%
<b>16 a 50</b>	56,0%	42,0%	2,0%
<b>Más de 50</b>	61,3%	29,0%	9,7%

Proporcionalmente más mujeres con empresas de más de 16 empleados buscaron financiamiento para su empresa en el último año, mientras que las mujeres con empresas de hasta 5 empleados no lo hicieron en mayor proporción.

## MUJERES

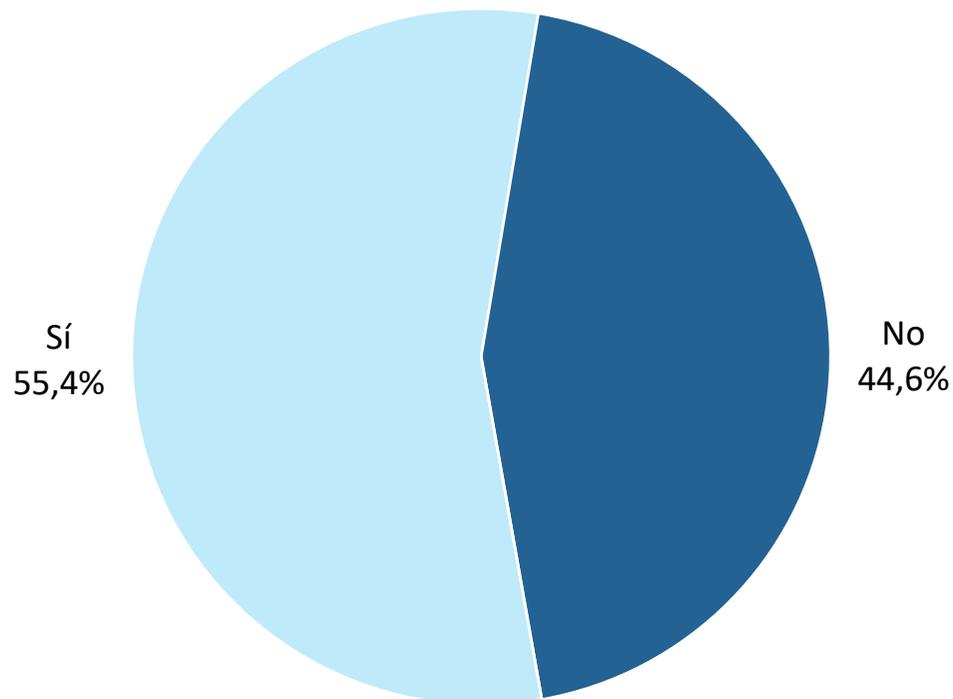
### EL CONTAR CON UNA ESTRUCTURA SOCIETARIA PROMUEVE EN MAYOR PROPORCIÓN LA BÚSQUEDA DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

	Sí	No	No contesta
Sin socios	23,7%	76,3%	0,0%
Con socios	48,8%	47,6%	3,6%

Proporcionalmente más mujeres con socios buscaron financiamiento para su empresa en el último año, mientras que las mujeres que no poseen socios no lo hicieron.

## VARONES

¿Ha tratado de obtener financiamiento para su empresa durante el último año?\*



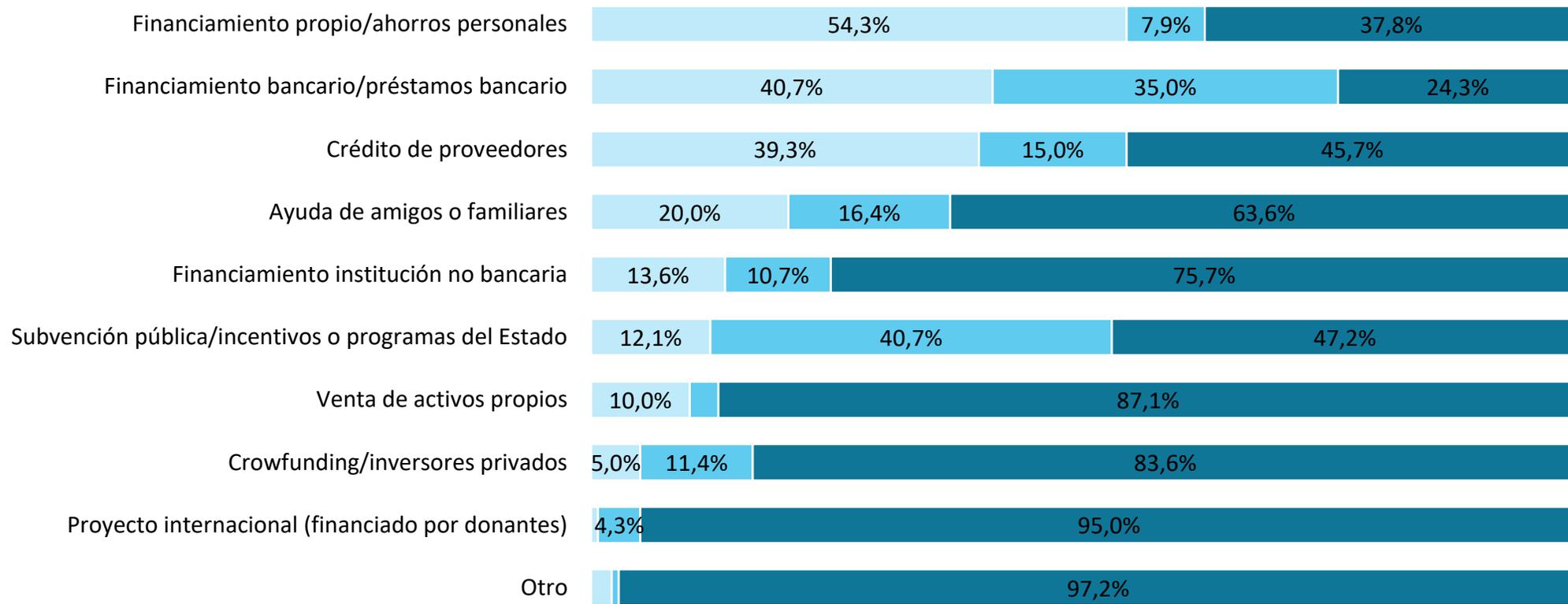
\*Respuesta única  
Base: Casos varones

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

## GENERAL

Solo para quienes han tratado de obtener financiamiento para su empresa durante el último año

### En el último año, ¿Dónde intentó obtener financiamiento para su empresa? ¿Tuvo éxito en sus esfuerzos?\*



■ Traté y tuve éxito

■ Traté pero no tuve éxito

■ No traté

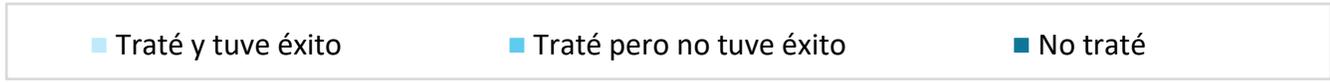
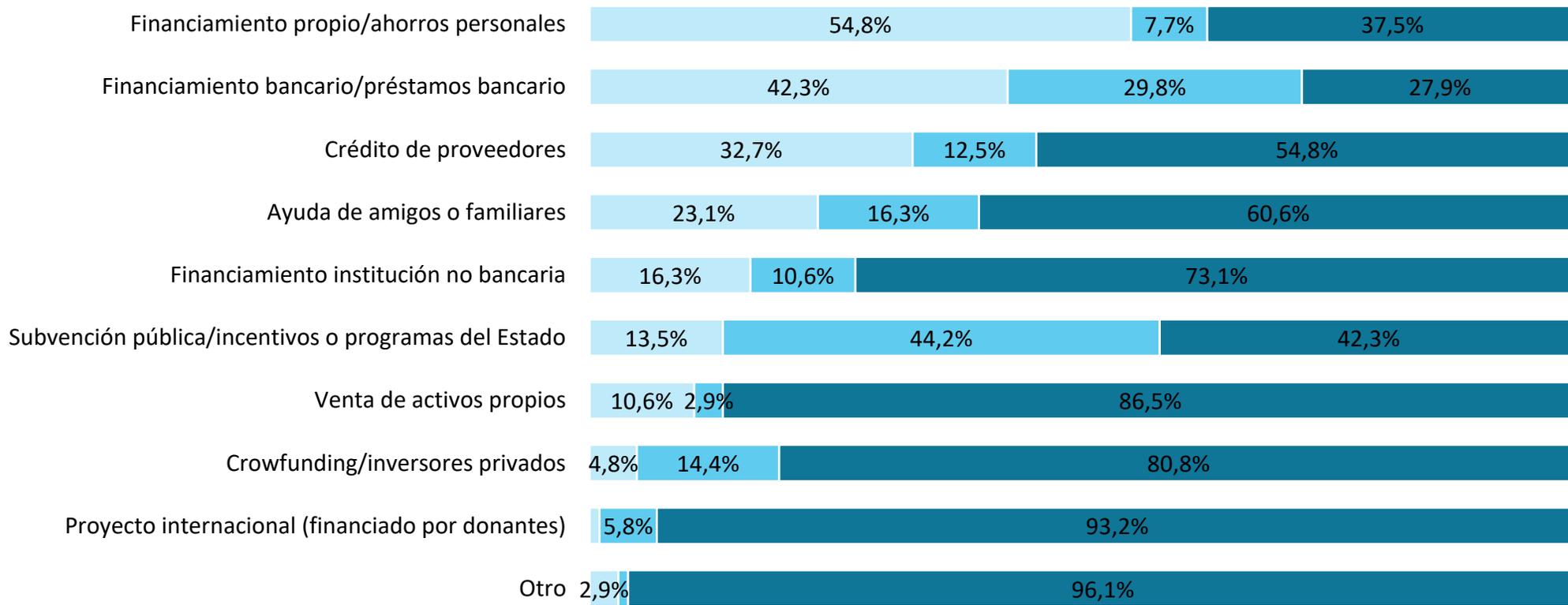
\*Respuesta única por ítem  
Base: 140 casos

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

## MUJERES

Solo para quienes han tratado de obtener financiamiento para su empresa durante el último año

### En el último año, ¿Dónde intentó obtener financiamiento para su empresa? ¿Tuvo éxito en sus esfuerzos?\*



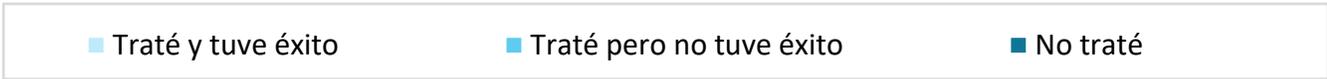
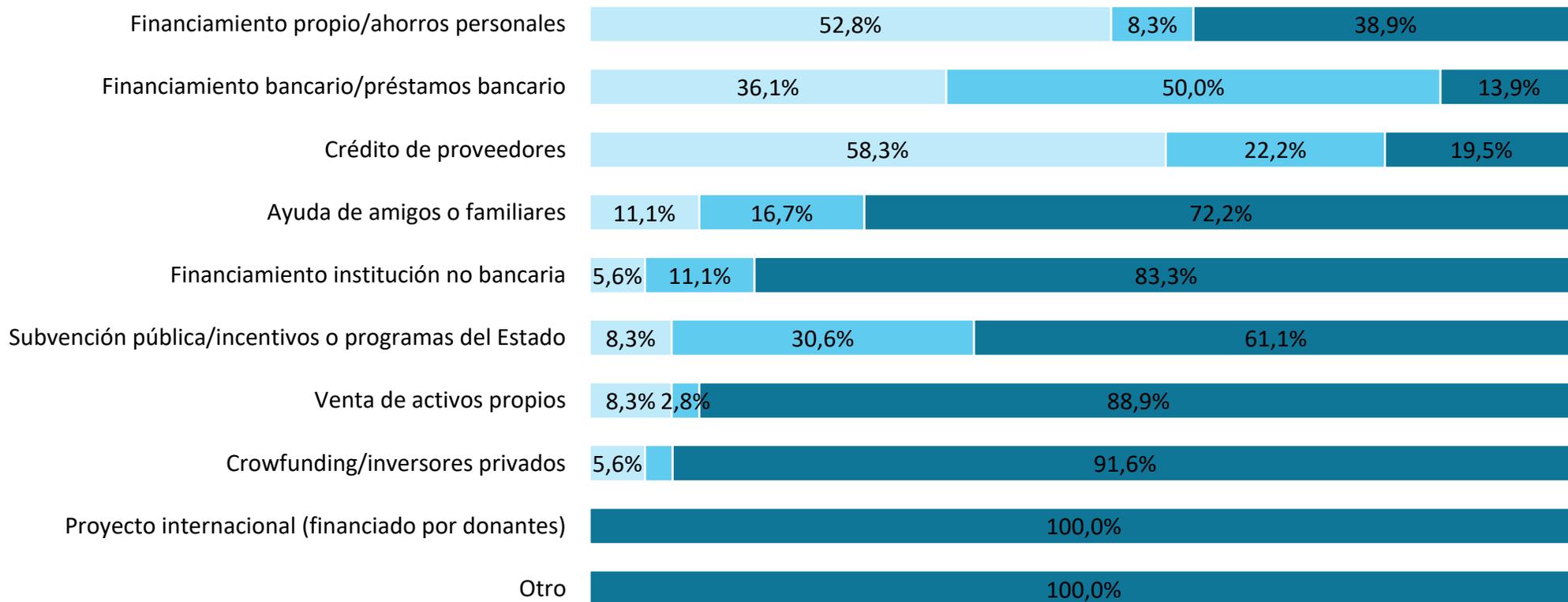
\*Respuesta única por ítem  
Base: 104 casos

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

**VARONES**

Solo para quienes han tratado de obtener financiamiento para su empresa durante el último año

## En el último año, ¿Dónde intentó obtener financiamiento para su empresa? ¿Tuvo éxito en sus esfuerzos?\*

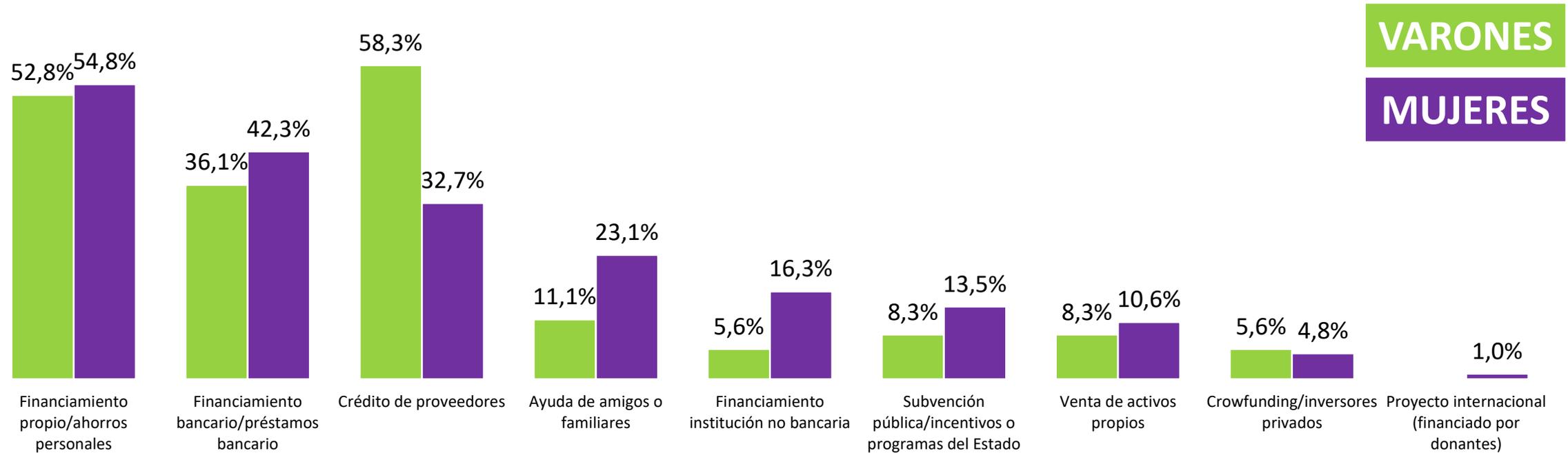


\*Respuesta única por ítem  
Base: 36 casos

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

Solo para quienes han tratado de obtener financiamiento para su empresa durante el último año

## En el último año, ¿Dónde intentó obtener financiamiento para su empresa? ¿Tuvo éxito en sus esfuerzos?\*

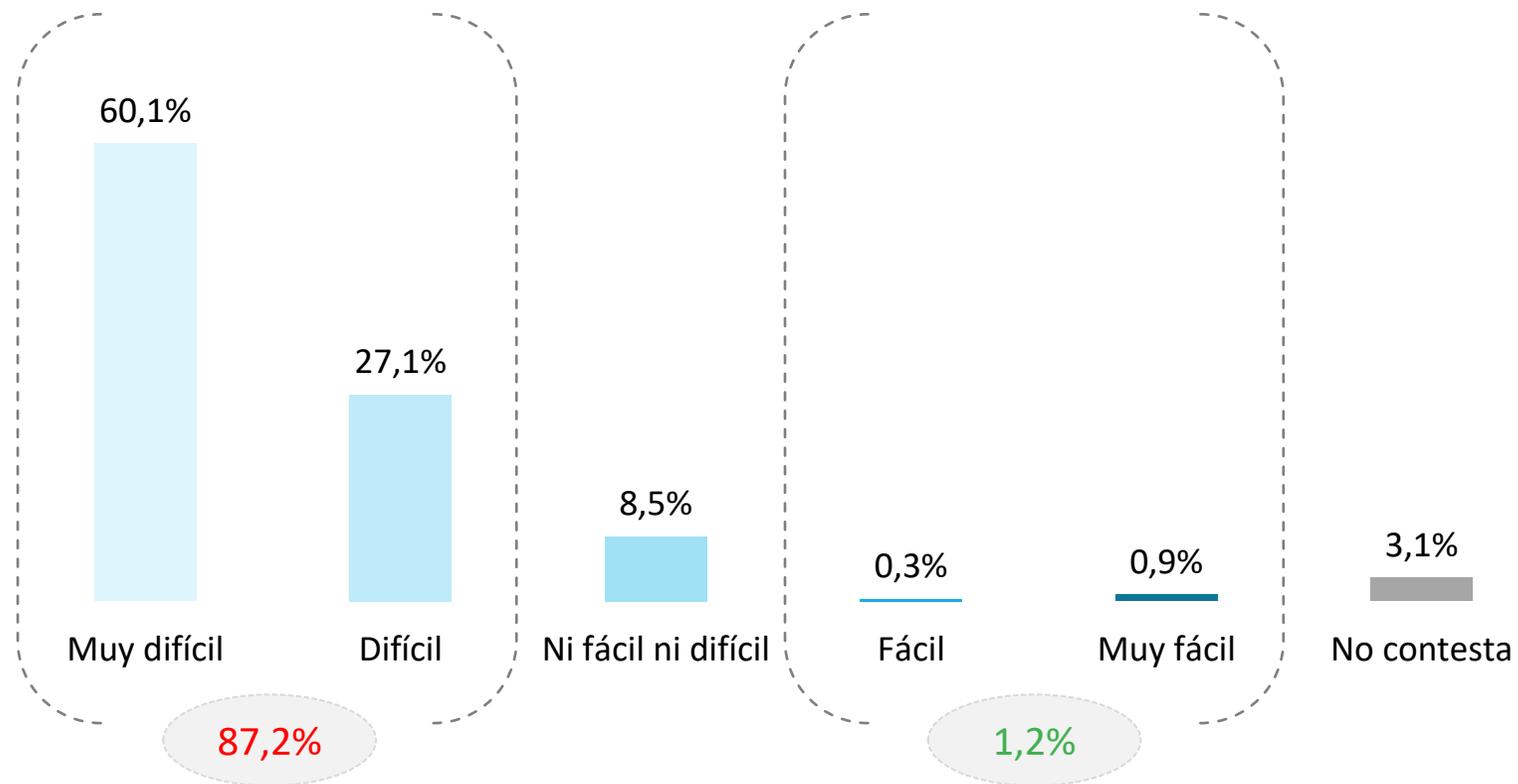


Es notable el incremento del financiamiento informal, a través de familiares y amigos, entre las mujeres empresarias, mientras que sus pares masculinos denotan mayor apalancamiento a través de proveedores.

\*Solo se grafica mención *Traté y tuve éxito*

## GENERAL

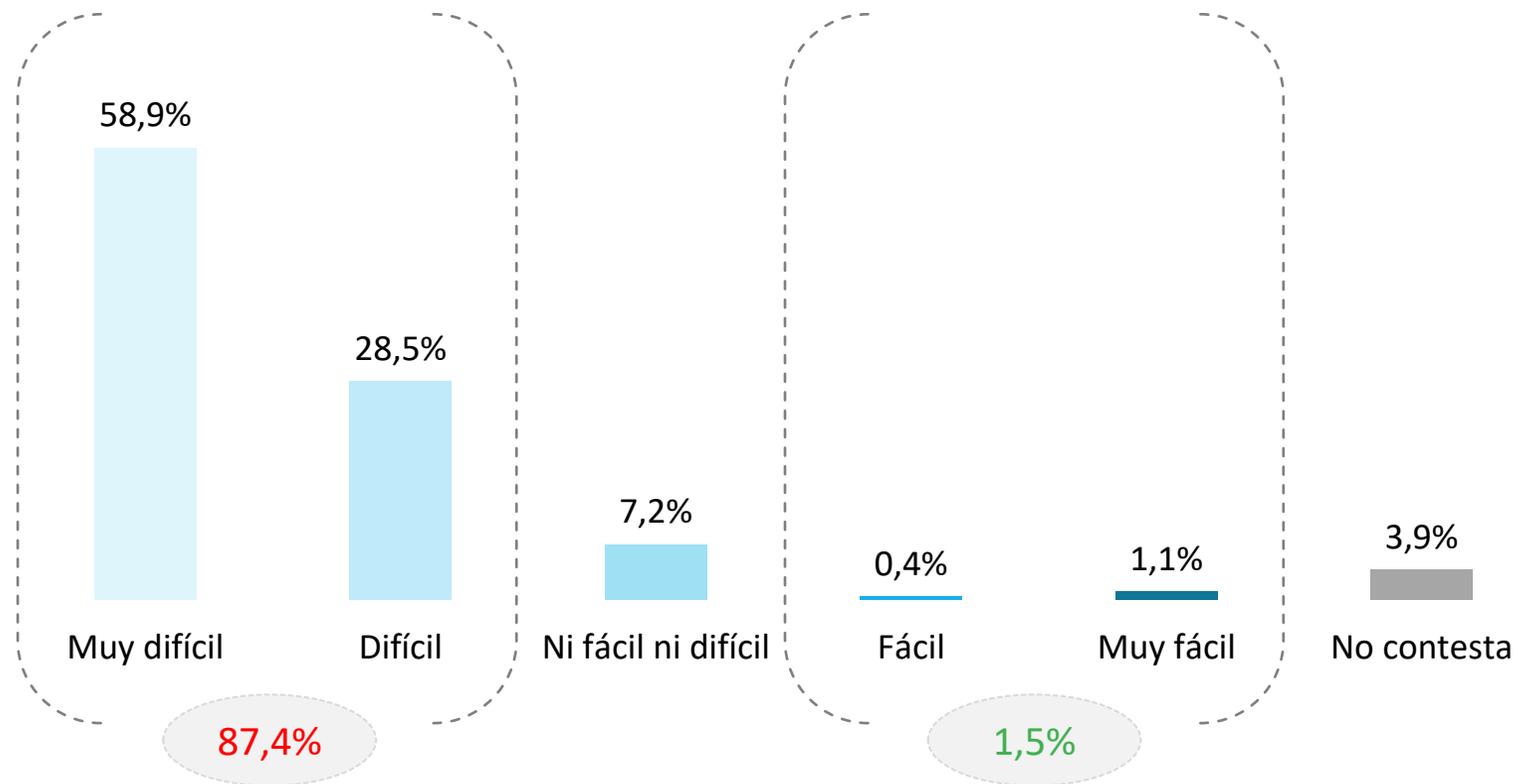
### ¿Cómo calificaría el acceso al crédito bancario en Argentina?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

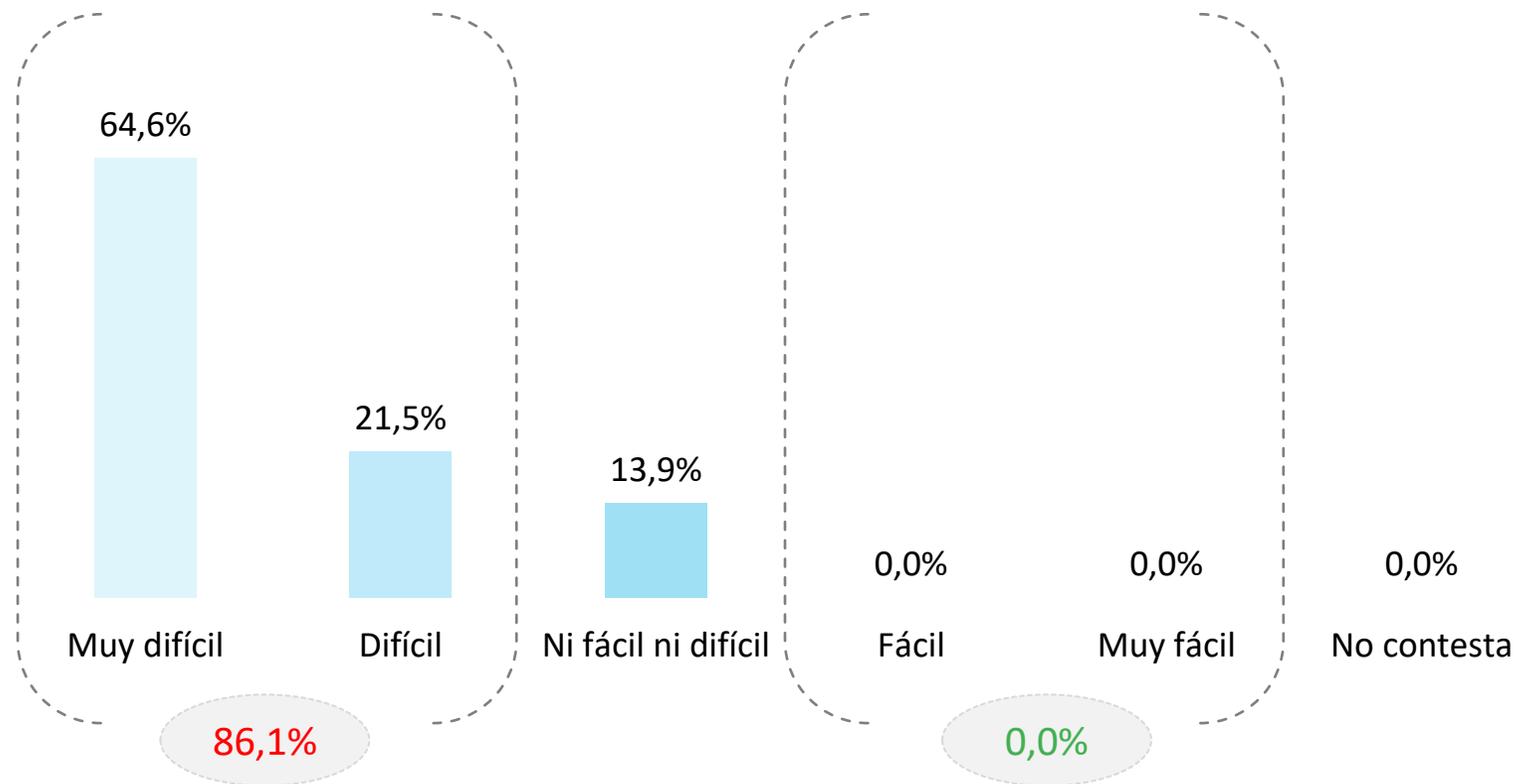
### ¿Cómo calificaría el acceso al crédito bancario en Argentina?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## VARONES

### ¿Cómo calificaría el acceso al crédito bancario en Argentina?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

## GENERAL

En su opinión, ¿Cuáles son los principales problemas para obtener un préstamo de una institución financiera (banco o institución microfinanciera) en Argentina?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES
Los requisitos de garantía son demasiado altos	18,0%	13,1%	4,0%	35,1%
Las tasas de interés son demasiado altas	<b>1º 66,2%</b>	16,5%	3,4%	<b>86,1%</b>
El monto del préstamo es demasiado pequeño	1,2%	16,2%	7,6%	25,0%
El plazo del préstamo es demasiado corto	0,6%	4,6%	9,5%	14,7%
Se requiere proporcionar una garantía personal	1,5%	4,0%	4,3%	9,8%
La falta de asesoramiento / información	0,6%	4,9%	3,4%	8,9%
La gran cantidad de requisitos (documentación, garantías, etc.)	4,0%	9,8%	18,6%	32,4%
La falta de líneas de financiamiento	3,0%	11,6%	14,3%	28,9%
La informalidad del sector PYME	0,6%	1,2%	9,5%	11,3%
Otro	0,9%	0,3%	0,3%	1,5%
No contesta	3,4%	-	-	3,4%

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos totales

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

## MUJERES

En su opinión, ¿Cuáles son los principales problemas para obtener un préstamo de una institución financiera (banco o institución microfinanciera) en Argentina?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES
Los requisitos de garantía son demasiado altos	16,7%	13,3%	4,2%	34,2% <b>2º</b>
Las tasas de interés son demasiado altas	<b>1º 66,9%</b>	16,0%	2,3%	<b>85,2% 1º</b>
El monto del préstamo es demasiado pequeño	1,5%	17,5%	6,8%	25,8%
El plazo del préstamo es demasiado corto	0,4%	3,4%	8,4%	12,2%
Se requiere proporcionar una garantía personal	1,9%	4,2%	4,9%	11,0%
La falta de asesoramiento / información	0,4%	5,7%	3,0%	9,1%
La gran cantidad de requisitos (documentación, garantías, etc.)	4,2%	8,0%	19,4%	31,6% <b>3º</b>
La falta de líneas de financiamiento	2,7%	11,4%	14,4%	28,5%
La informalidad del sector PYME	0,4%	1,5%	9,9%	11,8%
Otro	1,1%	0,4%	0,4%	1,9%
No contesta	3,8%	-	-	3,8%

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos mujeres

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

## VARONES

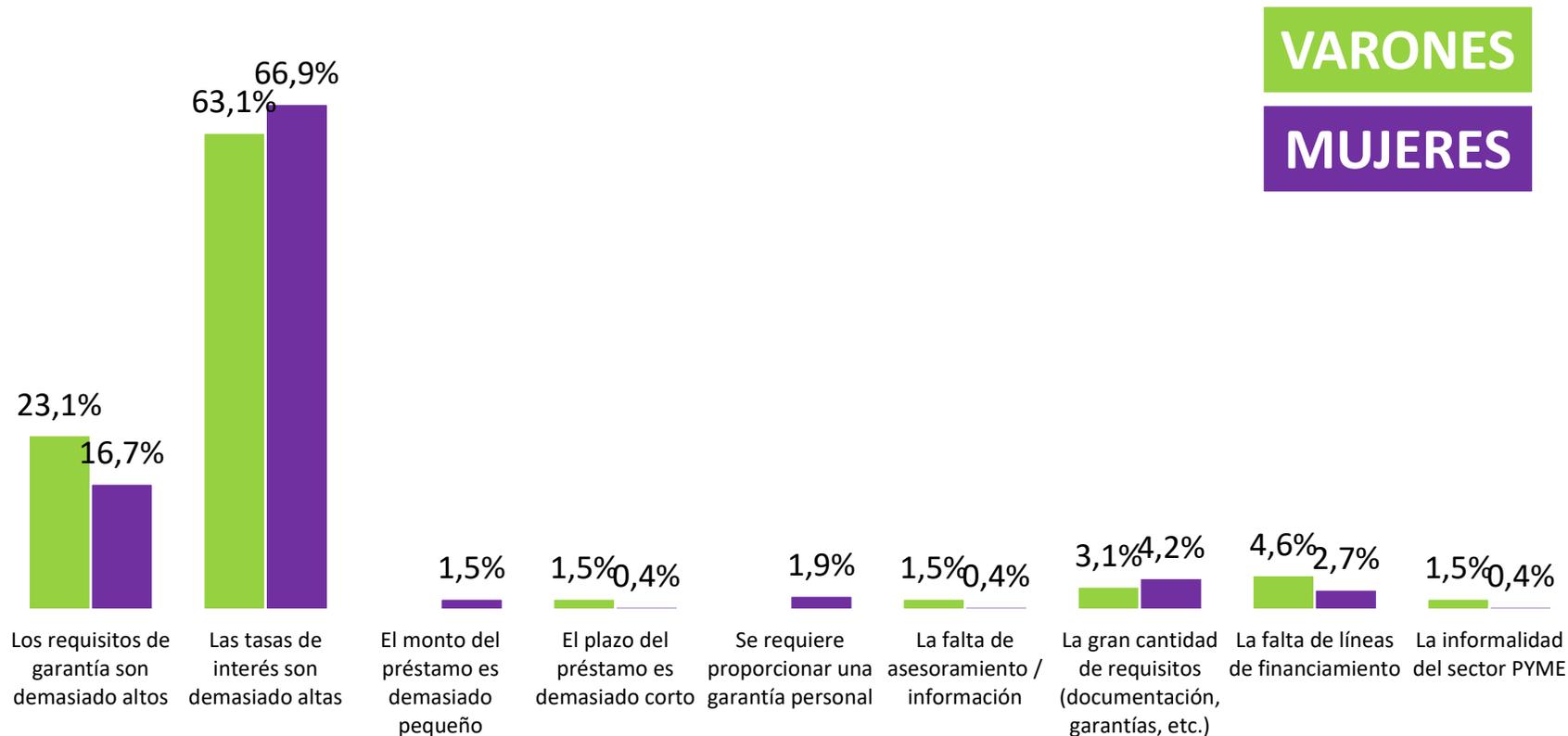
En su opinión, ¿Cuáles son los principales problemas para obtener un préstamo de una institución financiera (banco o institución microfinanciera) en Argentina?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES	
Los requisitos de garantía son demasiado altos	23,1%	12,3%	3,1%	38,5%	2º
Las tasas de interés son demasiado altas	<b>63,1%</b>	18,5%	7,7%	<b>89,3%</b>	1º
El monto del préstamo es demasiado pequeño	0,0%	10,8%	10,8%	21,6%	
El plazo del préstamo es demasiado corto	1,5%	9,2%	13,8%	24,5%	
Se requiere proporcionar una garantía personal	0,0%	3,1%	1,5%	4,6%	
La falta de asesoramiento / información	1,5%	1,5%	4,6%	7,6%	
La gran cantidad de requisitos (documentación, garantías, etc.)	3,1%	16,9%	15,4%	35,4%	3º
La falta de líneas de financiamiento	4,6%	12,3%	13,8%	30,7%	
La informalidad del sector PYME	1,5%	-	7,7%	9,2%	
No contesta	1,6%	-	-	1,6%	

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria  
Base: Casos varones

# Desafíos para la puesta en marcha y desarrollo de la empresa. Acceso al financiamiento

## En su opinión, ¿Cuáles son los principales problemas para obtener un préstamo de una institución financiera (banco o institución microfinanciera) en Argentina?\*



Datos de la coyuntura en Argentina que permiten contextualizar las valoraciones respecto del costo como factor casi excluyente para obtener un préstamo de una institución financiera: *“Los datos del mercado financiero muestran que la mora empresarial está en su mayor nivel desde 2007. Empresas de todos los tamaños vieron golpeada su operación como resultado de la disparada de las tasas del sistema luego de la crisis de balanza de pagos de 2018 y las distintas estrategias que ideó el Banco Central para tratar de frenar la inestabilidad financiera.”\*\**

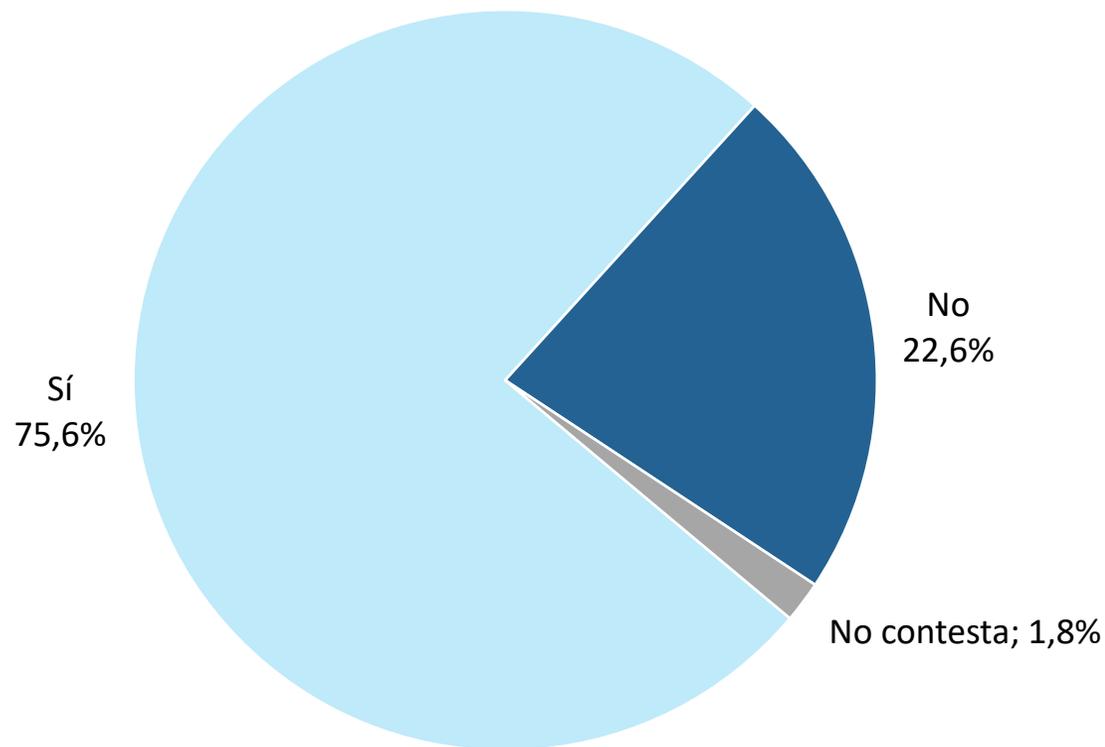
\*Primer mención

\*\*Nota Infobae. 22 de diciembre de 2019. “Empresas en problemas: tasas altas y menos crédito en dólares anticipan más defaults corporativos” Recuperada de:

<https://www.infobae.com/economia/2019/12/22/empresas-en-problemas-tasas-altas-y-menos-credito-en-dolares-anticipan-mas-defaults-corporativos/>

## GENERAL

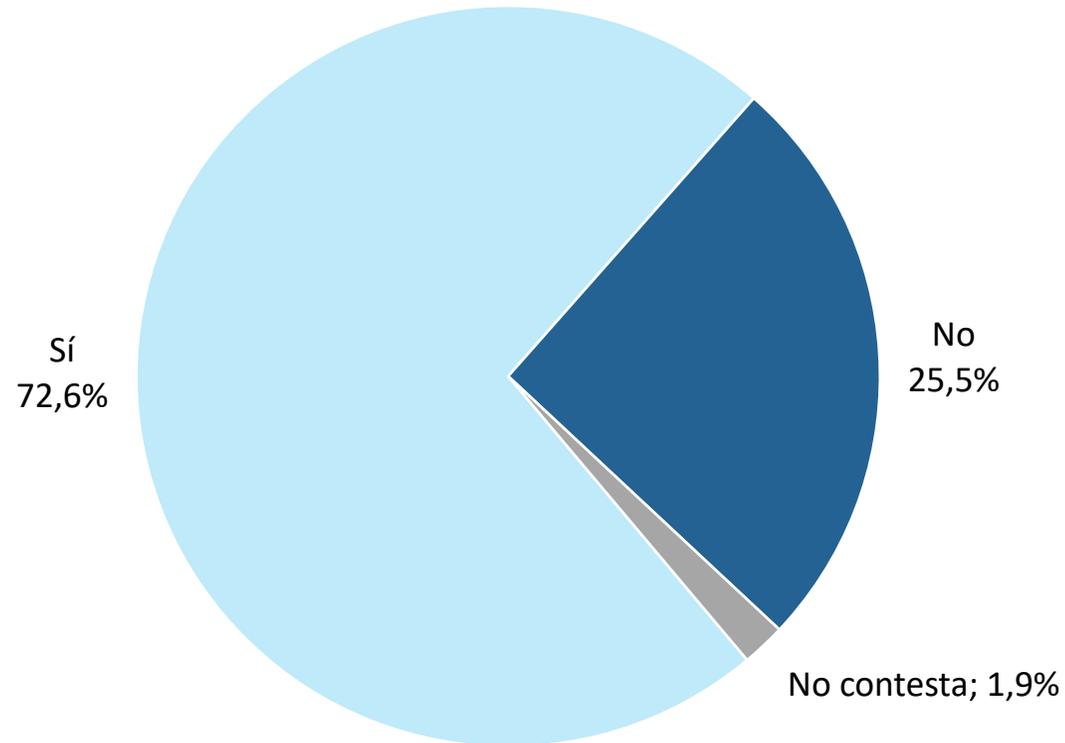
¿Tiene una cuenta bancaria específicamente para su negocio, excluyendo sus cuentas personales?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿Tiene una cuenta bancaria específicamente para su negocio, excluyendo sus cuentas personales?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

### LA APERTURA DE UNA CUENTA BANCARIA CORPORATIVA SE VINCULA CON EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

	Sí	No	No contesta
<b>1 a 5</b>	47,9%	48,7%	3,4%
<b>6 a 15</b>	87,3%	12,7%	0,0%
<b>16 a 50</b>	98,0%	2,0%	0,0%
<b>Más de 50</b>	96,8%	0,0%	3,2%

En las empresas más pequeñas, el menor grado de formalización lleva a que aproximadamente la mitad no posea una cuenta bancaria corporativa. Proporcionalmente más mujeres con empresas de más de 6 empleados poseen una cuenta bancaria específica para su negocio; mientras que proporcionalmente más mujeres con empresas de 1 a 5 empleados no lo tienen.

## MUJERES

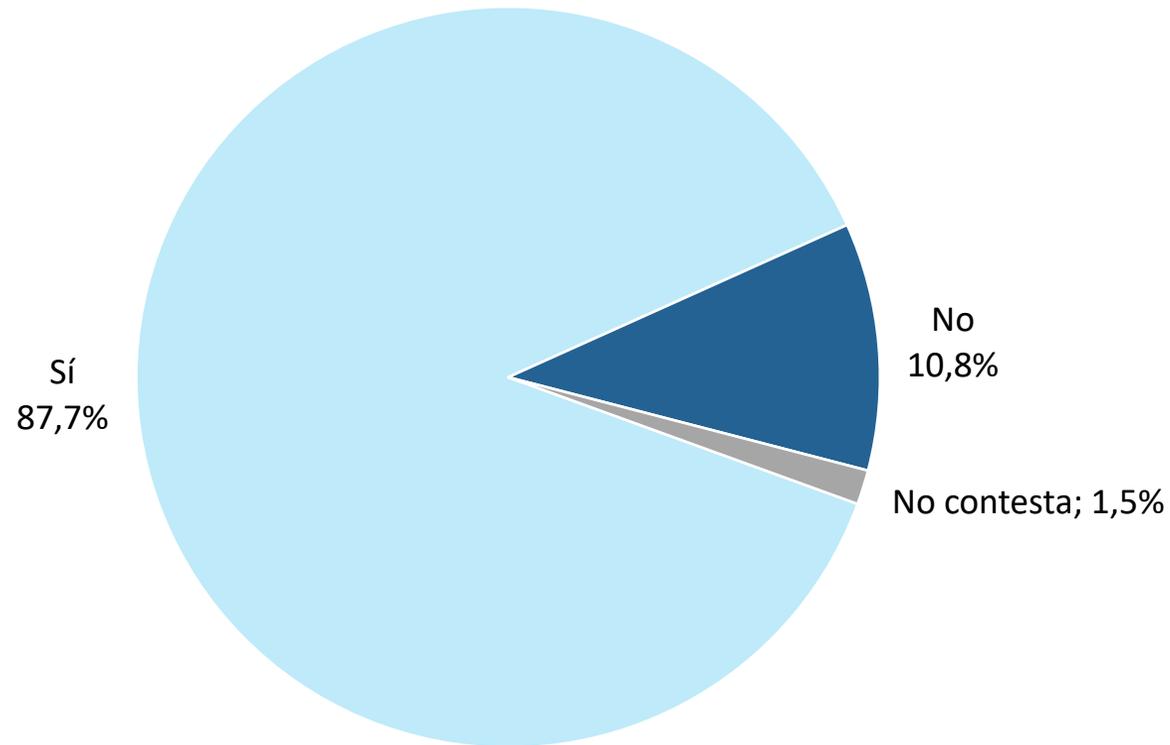
### LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL TAMBIÉN IMPACTA EN LA DECISIÓN DE MANTENER CUENTAS INDEPENDIENTES

	Sí	No	No contesta
Sin socios	51,5%	46,4%	2,1%
Con socios	84,9%	13,3%	1,8%

Proporcionalmente más mujeres empresarias que forman parte de una sociedad poseen una cuenta bancaria específica para su negocio; mientras que proporcionalmente más mujeres que no tienen socios no disponen de una cuenta corporativa.

## VARONES

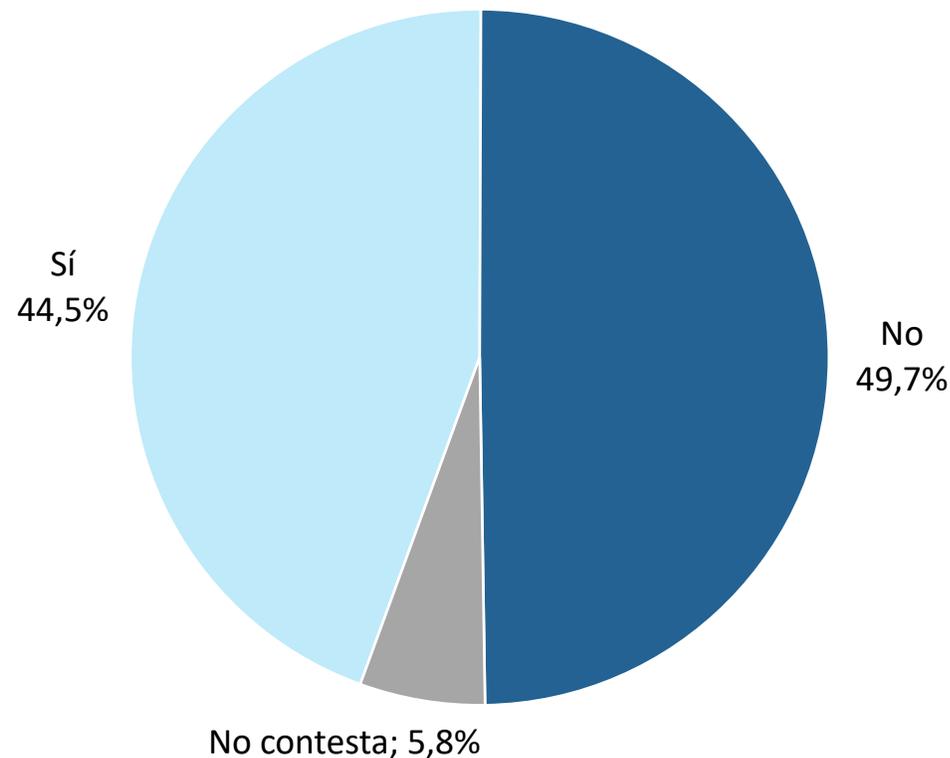
¿Tiene una cuenta bancaria específicamente para su negocio, excluyendo sus cuentas personales?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## GENERAL

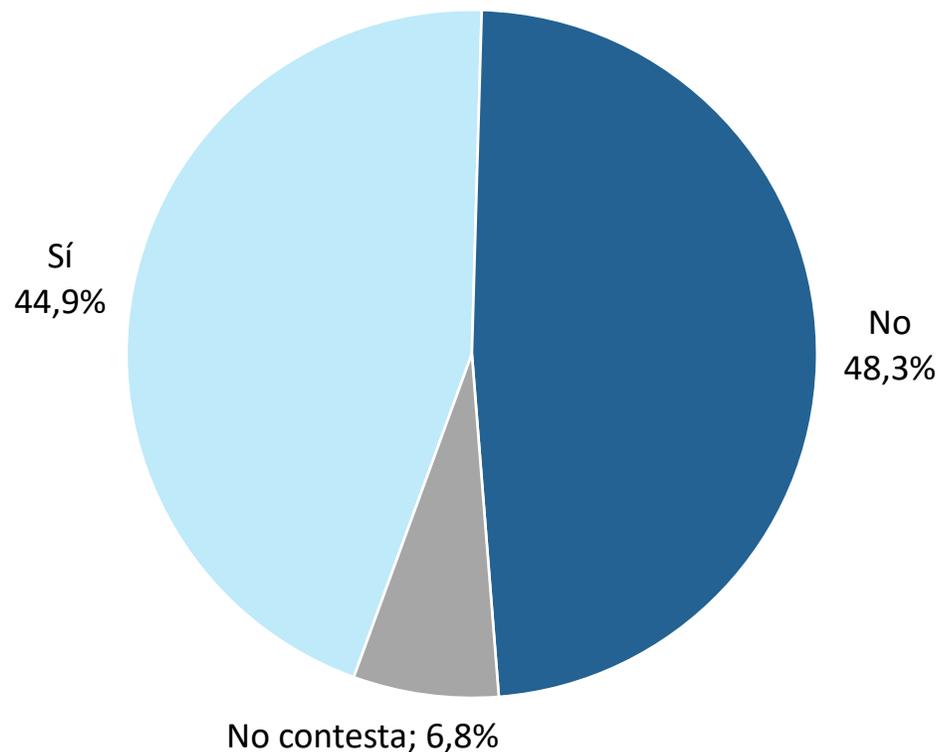
¿Accede a algún servicio financiero en línea o a través de un teléfono móvil?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿Accede a algún servicio financiero en línea o a través de un teléfono móvil?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

### EL ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS MOVILES O EN LINEA QUE FALICITEN LA OPERATORIA SE VINCULA CON EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

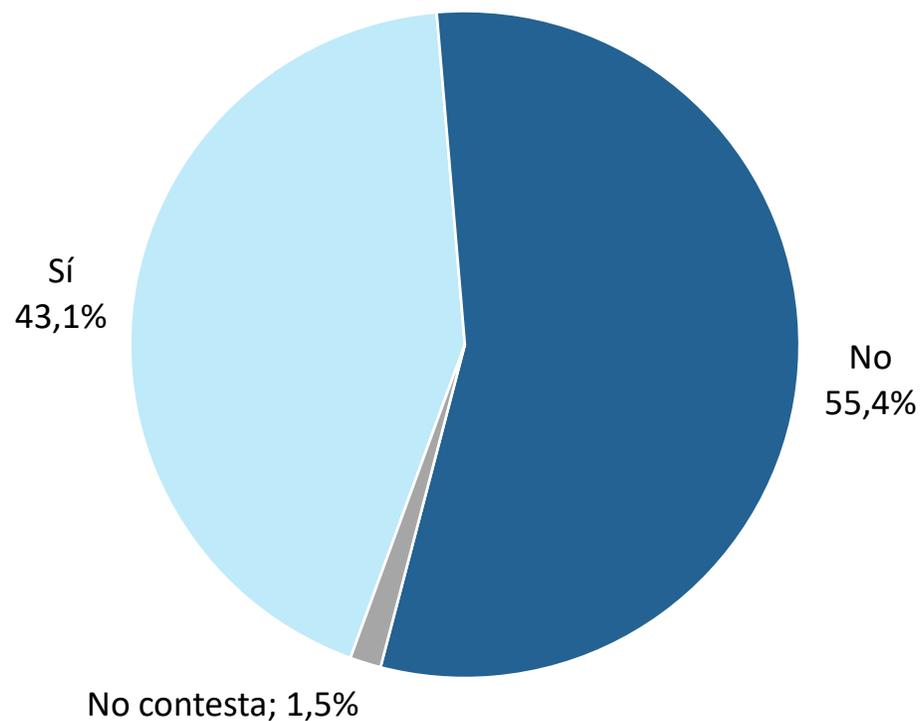
	Sí	No	No contesta
<b>1 a 5</b>	34,5%	56,3%	9,2%
<b>6 a 15</b>	46,0%	47,6%	6,3%
<b>16 a 50</b>	60,0%	38,0%	2,0%
<b>Más de 50</b>	58,1%	35,5%	6,5%

Proporcionalmente más mujeres con empresas de 6 a 15 empleados accedieron a servicios financieros en línea o a través de un teléfono móvil, en tanto que proporcionalmente más mujeres con empresas de 1 a 5 empleados no lo hicieron.

\*Primera mención

## VARONES

¿Accede a algún servicio financiero en línea o a través de un teléfono móvil?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

SECCIÓN INICIAL: DATOS DEMOGRÁFICOS

SECCIÓN A: EXPERIENCIA E HISTORIAL DE PROPIEDAD EMPRESARIAL

SECCIÓN B: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA ACTUAL

SECCIÓN C: DESAFÍOS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA. ACCESO AL FINANCIAMIENTO

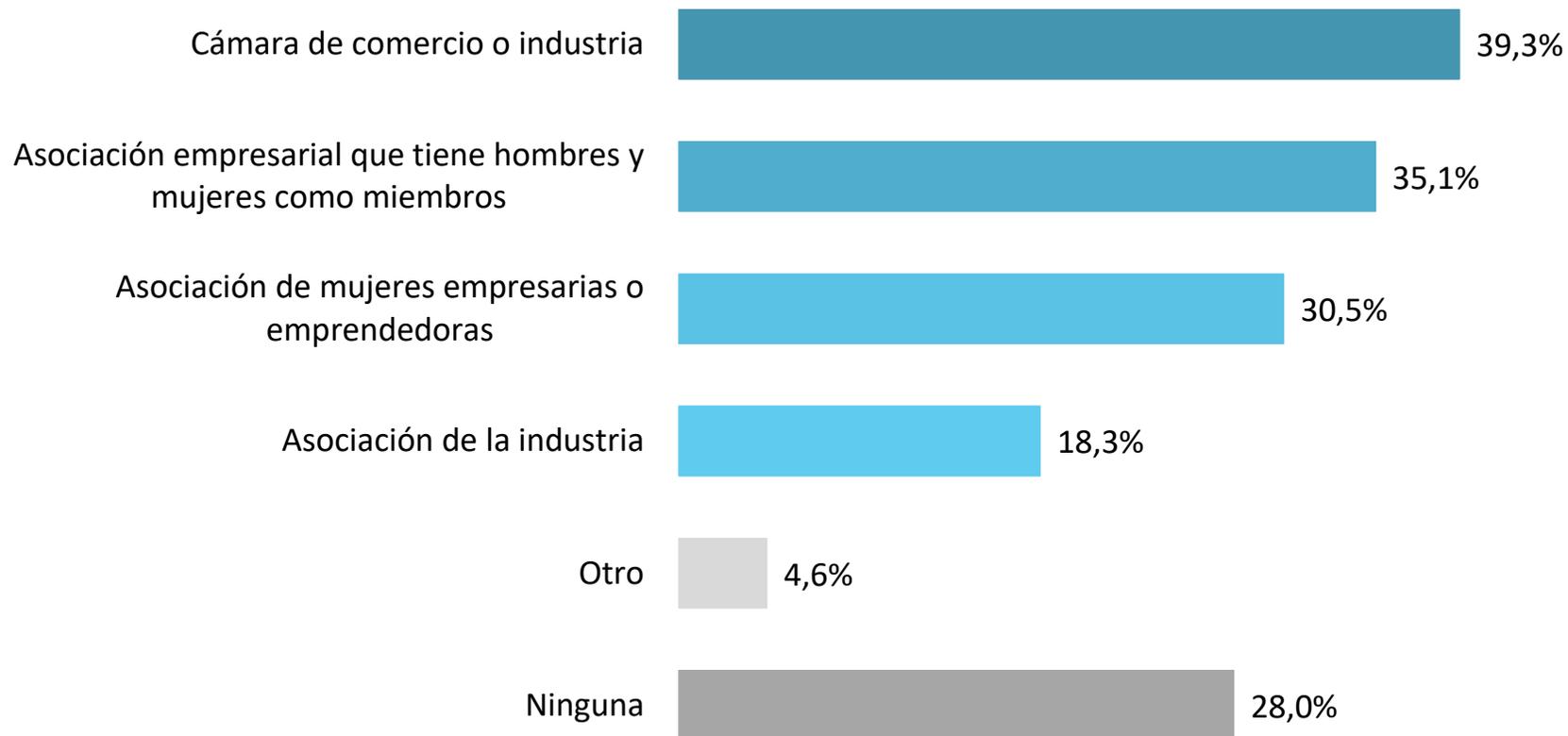
SECCIÓN D: ACCESO A INFORMACIÓN, MERCADOS Y SERVICIOS DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL

SECCIÓN E: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA EMPRESA: PRINCIPALES DESAFÍOS

SECCIÓN F: CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LA MUJER

## GENERAL

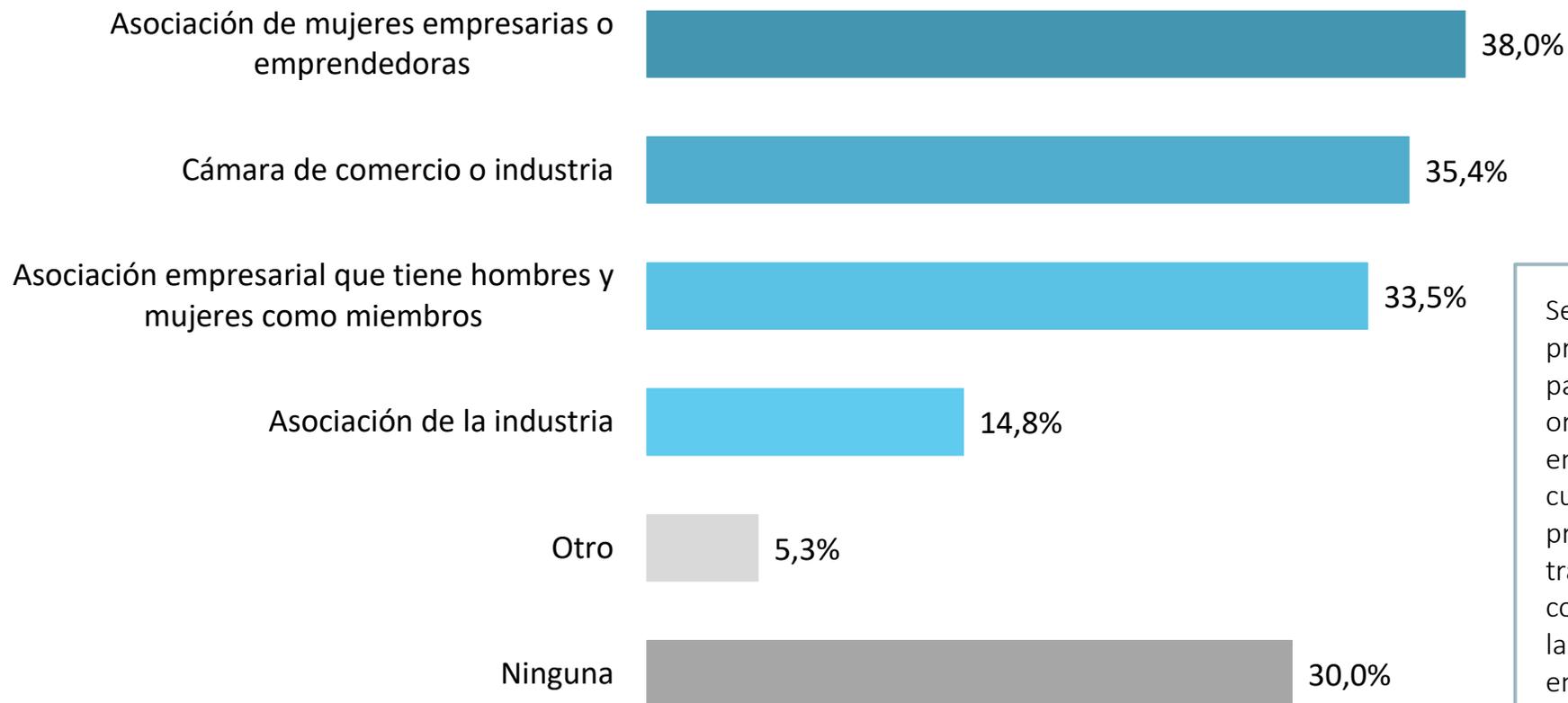
¿Es usted miembro de alguna de las siguientes organizaciones relacionadas con las empresas?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿Es usted miembro de alguna de las siguientes organizaciones relacionadas con las empresas?\*

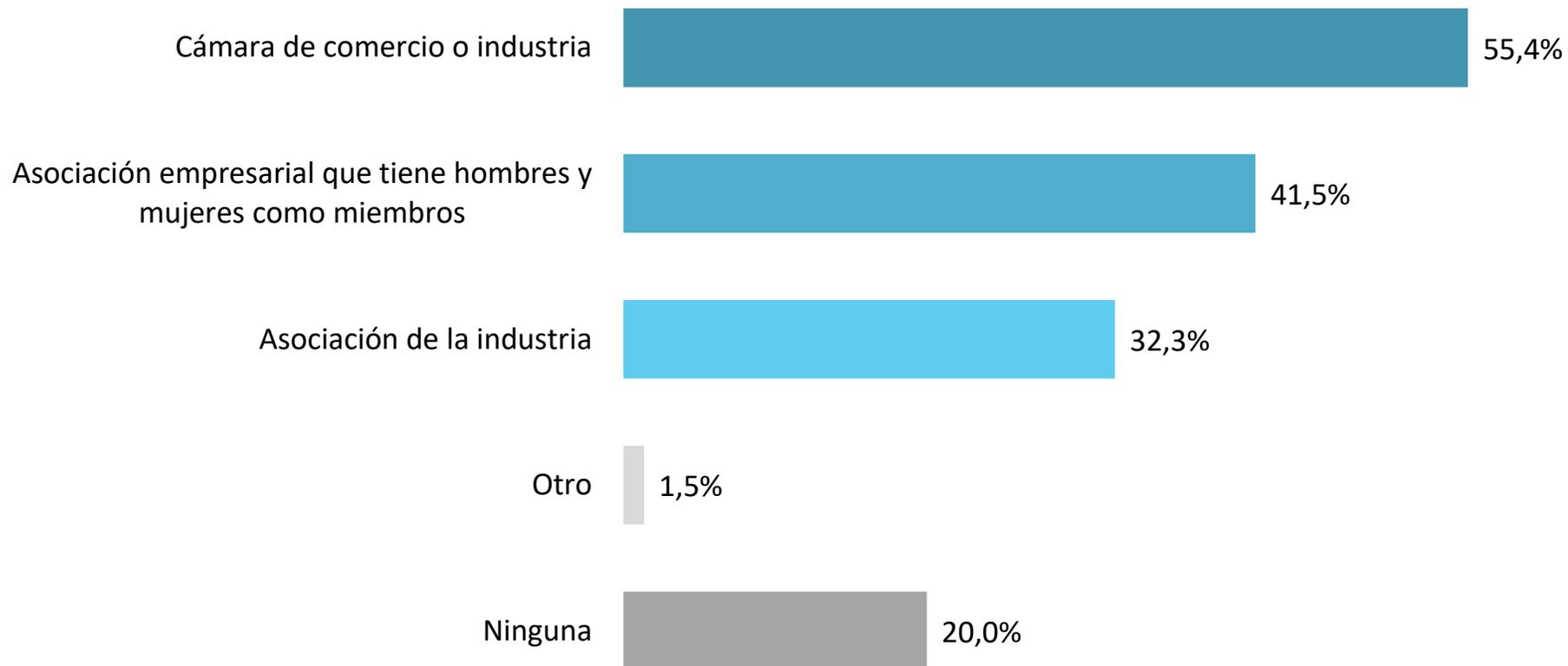


Se observa una mayor proporción de mujeres que no participan en ninguna organización relacionada con las empresas. En la instancia cualitativa emergió la problemática de conciliación trabajo-vida/familia como condicionante para incrementar la participación de mujeres empresarias en estos espacios.

\*Respuesta múltiple  
Base: Casos mujeres

## VARONES

¿Es usted miembro de alguna de las siguientes organizaciones relacionadas con las empresas?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos varones

## GENERAL

### ¿Cuáles son las principales fuentes de información de las que se nutre para realizar una gestión más efectiva de su empresa?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES	
Medios masivos de comunicación	<b>27,4%</b>	7,3%	4,3%	<b>39,0%</b>	<b>1º</b>
Publicaciones oficiales	11,3%	6,4%	4,3%	22,0%	
Cámara de comercio o industria	13,1%	8,2%	2,7%	24,0%	<b>3º</b>
Asociación empresarial	8,8%	10,1%	2,7%	21,6%	
Universidades / Centros de capacitación o desarrollo empresarial	10,1%	11,6%	2,4%	24,1%	<b>3º</b>
Abogado	1,2%	3,0%	1,8%	6,0%	
Contador	9,5%	14,3%	6,1%	29,9%	<b>2º</b>
Asesor empresarial profesional independiente	4,3%	4,3%	4,6%	13,2%	
Contacto con propietario de otro negocio: hombre	1,2%	4,0%	2,4%	7,6%	
Contacto con propietario de otro negocio: mujer	1,8%	6,7%	2,1%	10,6%	
Mentor	1,8%	3,0%	3,4%	8,2%	
Familia, amigos y vecinos	3,4%	3,4%	3,0%	9,8%	
Otro	2,4%	0,9%	1,8%	5,1%	
No contesta	3,7%	-	-	3,7%	

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria

Base: Casos totales

## MUJERES

### ¿Cuáles son las principales fuentes de información de las que se nutre para realizar una gestión más efectiva de su empresa?\*

	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES	
Medios masivos de comunicación	<b>1º</b> 22,8%	7,2%	4,6%	<b>34,6%</b>	<b>1º</b>
Publicaciones oficiales	12,5%	7,6%	4,6%	24,7%	
Cámara de comercio o industria	12,5%	6,1%	2,7%	21,3%	
Asociación empresarial	9,5%	9,9%	2,7%	22,1%	
Universidades / Centros de capacitación o desarrollo empresarial	11,8%	11,4%	3,0%	26,2%	<b>3º</b>
Abogado	1,5%	2,3%	1,5%	5,3%	
Contador	8,4%	14,1%	5,3%	27,8%	<b>2º</b>
Asesor empresarial profesional independiente	4,6%	3,8%	4,6%	13,0%	
Contacto con propietario de otro negocio: hombre	1,1%	3,4%	1,9%	6,4%	
Contacto con propietario de otro negocio: mujer	1,5%	7,6%	2,7%	11,8%	
Mentor	1,9%	3,8%	4,2%	9,9%	
Familia, amigos y vecinos	4,2%	3,8%	3,8%	11,8%	
Otro	3,0%	1,1%	1,9%	6,0%	
No contesta	4,7%	-	-	3,7%	

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria

Base: Casos mujeres

### LA EXPERIENCIA TRANSITADA CON OTRAS EMPRESAS PREVIAMENTE IMPACTA EN EL USO DE FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN

	Medios masivos	Publicaciones oficiales	Cámaras o asociaciones	Profesionales	Otro
<b>Sin experiencia empresarial</b>	20,5%	18,8%	23,2%	32,1%	5,4%
<b>Con experiencia empresarial</b>	30,1%	9,8%	26,0%	26,8%	7,3%

Proporcionalmente más mujeres empresarias sin experiencia empresarial previa mencionan como principal fuente de información las publicaciones oficiales.

\*Primera mención

\*\*recodificación a partir de la posesión de empresas en el pasado: Ninguna (sin experiencia empresarial) y más de una (con experiencia empresarial).

### EMPRESAS CON MAYOR ANTIGÜEDAD RECURREN EN MAYOR PROPORCIÓN A LAS CÁMARAS EMPRESARIALES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

	Medios masivos	Publicaciones oficiales	Cámaras o asociaciones	Profesionales	Otro
<b>Anterior a 1990</b>	32,4%	16,2%	37,8%	13,5%	0,0%
<b>1990 a 1999</b>	26,8%	4,9%	31,7%	31,7%	4,9%
<b>2000 a 2009</b>	18,4%	15,8%	21,1%	32,9%	11,8%
<b>A partir del 2010</b>	28,4%	16,0%	18,5%	32,1%	4,9%

Proporcionalmente más mujeres desempeñándose en empresas creadas antes de 1990 mencionan como principal fuente de información las Cámaras o Asociaciones empresarias.

\*Primera mención

## VARONES

¿Cuáles son las principales fuentes de información de las que se nutre para realizar una gestión más efectiva de su empresa?\*

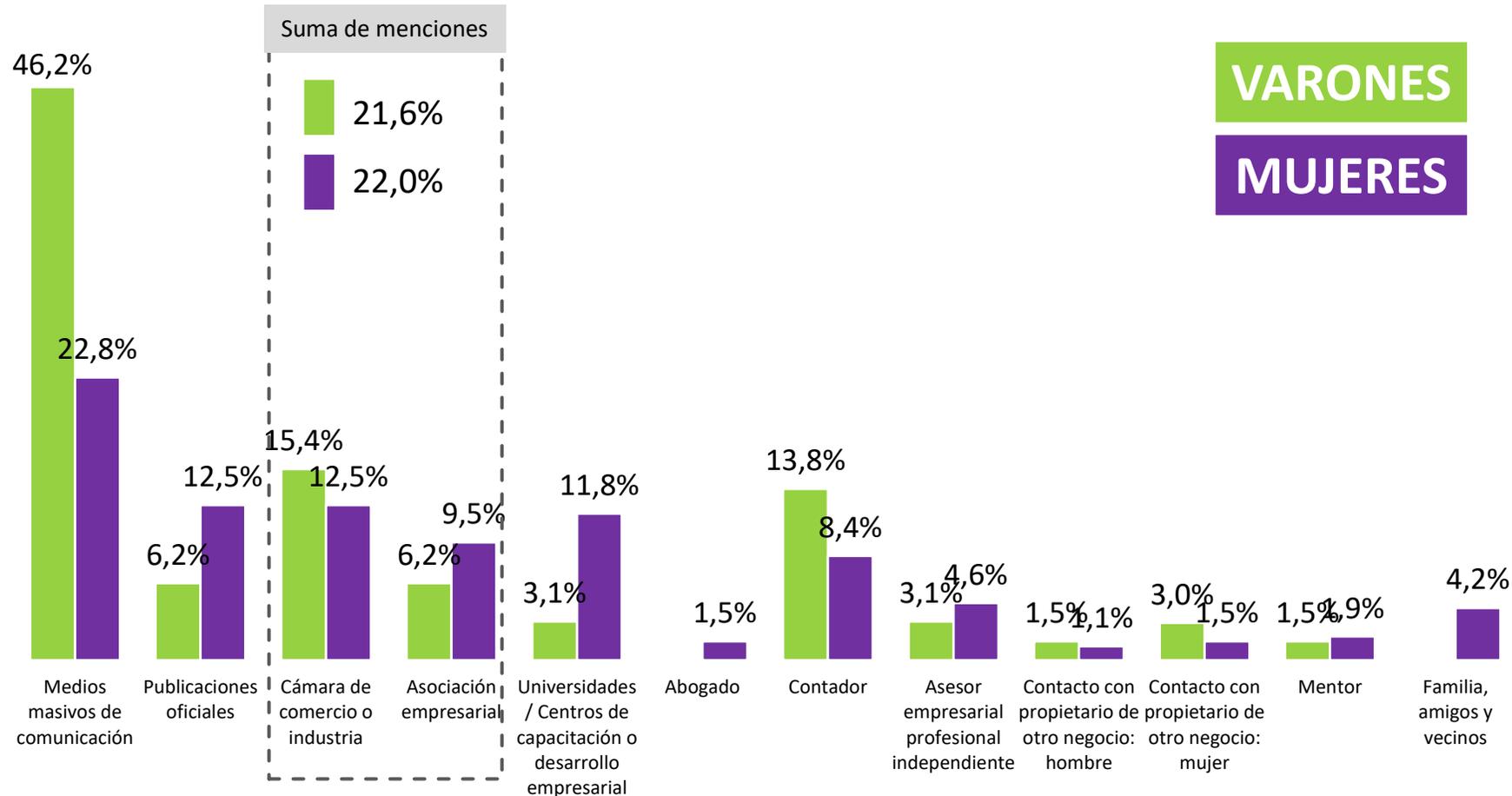
	1º MENCIÓN	2º MENCIÓN	3º MENCIÓN	SUMA DE MENCIONES	
Medios masivos de comunicación	<b>46,2%</b>	7,7%	3,1%	<b>57,0%</b>	<b>1º</b>
Publicaciones oficiales	6,2%	1,5%	3,1%	10,8%	
Cámara de comercio o industria	15,4%	16,9%	3,1%	35,4%	<b>3º</b>
Asociación empresarial	6,2%	10,8%	3,1%	20,1%	
Universidades / Centros de capacitación o desarrollo empresarial	3,1%	12,3%	-	15,4%	
Abogado	0,0%	6,2%	3,1%	9,3%	
Contador	13,8%	15,4%	9,2%	38,4%	<b>2º</b>
Asesor empresarial profesional independiente	3,1%	7,7%	4,6%	15,4%	
Contacto con propietario de otro negocio: hombre	1,5%	6,2%	4,6%	12,3%	
Contacto con propietario de otro negocio: mujer	3,0%	3,1%	0,0%	6,1%	
Mentor	1,5%	0,0%	0,0%	1,5%	
Familia, amigos y vecinos	0,0%	1,5%	0,0%	1,5%	
Otro	0,0%	0,0%	1,5%	1,5%	
No contesta	0,0%	-	-	0,0%	

\*Hasta tres respuestas, sólo la primer mención es obligatoria

Base: Casos varones

# Acceso a información, mercados y servicios de apoyo al desarrollo empresarial

## ¿Cuáles son las principales fuentes de información de las que se nutre para realizar una gestión más efectiva de su empresa?\*



El rol de la cámara empresaria como fuente de información aparece 2da en primera mención en ambos segmentos, aunque se observa levemente menor en las mujeres empresarias, lo que sustenta los salientes de la instancia anterior respecto de la necesidad de fortalecer su participación en las cámaras.

Sin embargo, al unir las menciones relativas a la cámara y las asociaciones empresariales los valores se equiparan.

\*Primer mención

## GENERAL

### ¿Ha participado Ud. en algún programa de capacitación en los últimos dos años?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos totales

## MUJERES

### ¿Ha participado Ud. en algún programa de capacitación en los últimos dos años?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos mujeres

## VARONES

### ¿Ha participado Ud. en algún programa de capacitación en los últimos dos años?\*

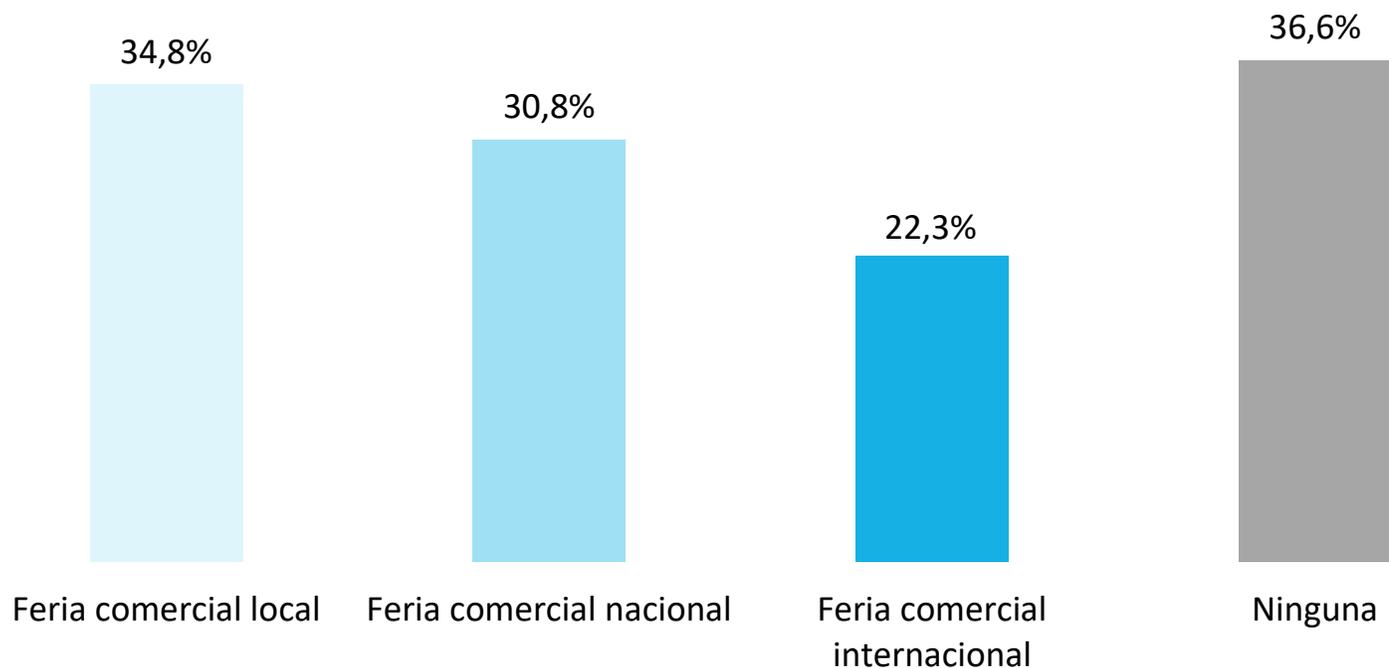


Mayor número de varones que no toman ningún curso (30,8% vs. 14,4% de mujeres empresarias), lo que se corresponde con una mayor necesidad de fortalecimiento de competencias manifiesta en esa participación en programas y servicios ADE. El podio de tópicos elegidos resulta similar aunque la temática de computación / tecnología es más demandada entre mujeres empresarias (19,0%)

\*Respuesta múltiple  
Base: Casos varones

## GENERAL

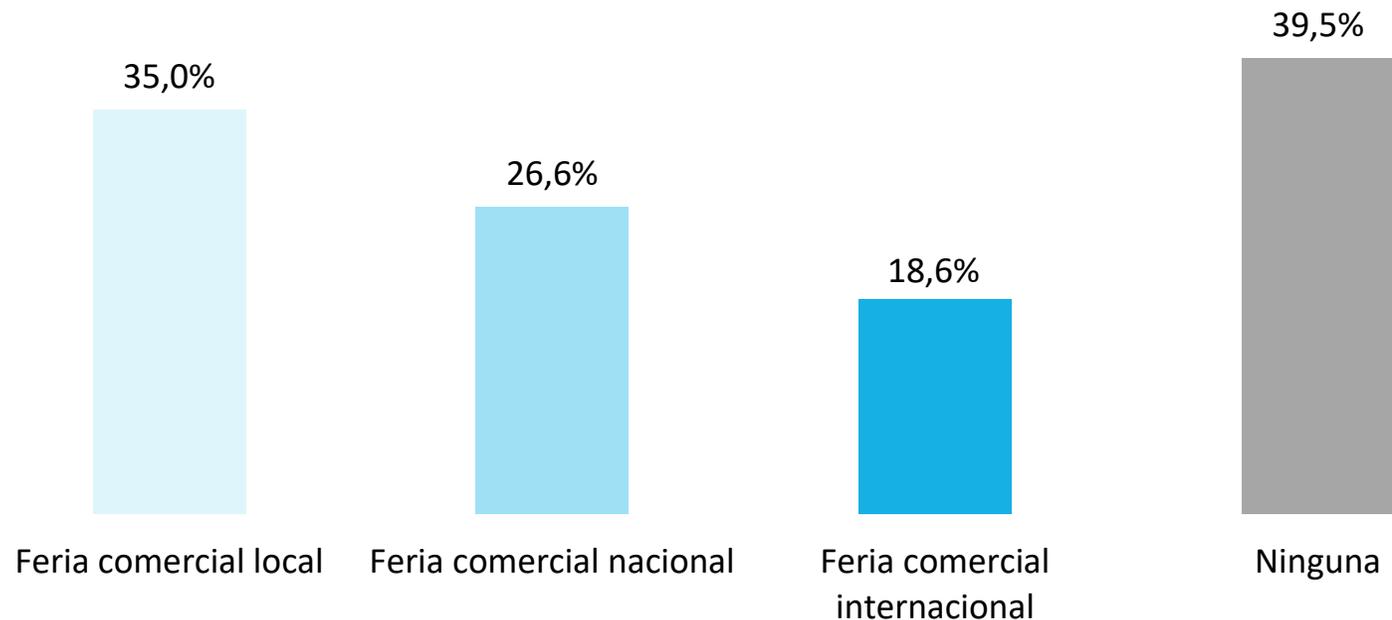
¿Alguna vez ha participado en una feria o exposición?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿Alguna vez ha participado en una feria o exposición?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos mujeres

### LA PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EXPOSICIONES SE ASOCIA CON EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

	Sí	No
<b>1 a 5</b>	46,2%	53,8%
<b>6 a 15</b>	71,4%	28,6%
<b>16 a 50</b>	68,0%	32,0%
<b>Más de 50</b>	80,6%	19,4%

Proporcionalmente más mujeres con empresas de más de 6 empleados han participado en ferias; mientras que proporcionalmente más mujeres con empresas de 1 a 5 empleados no han participado.

### EL INICIO EN EL ROL EMPRESARIO TAMBIÉN IMPACTA EN LA PARTICIPACION EN FERIAS Y EXPOSICIONES

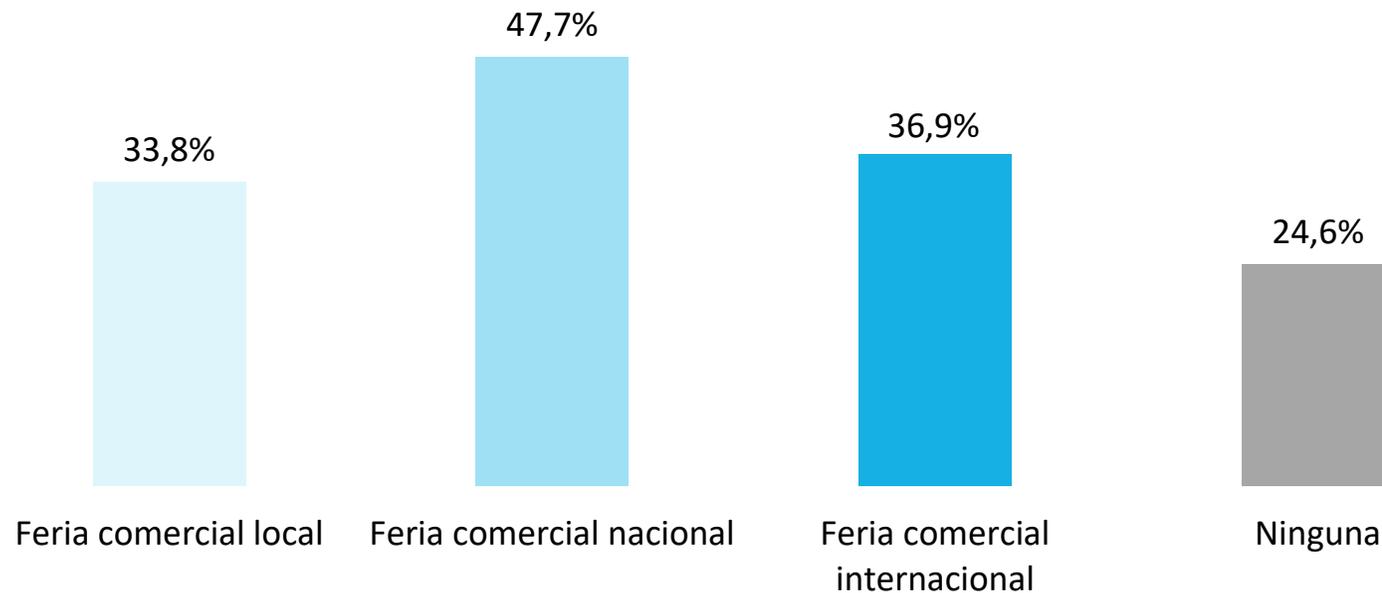
	Sí	No
Continuadora	78,3%	21,7%
Fundadora	54,5%	45,5%

Proporcionalmente más mujeres que continuaron con una empresa existente han participado en ferias, también asociado a trayectoria y antigüedad de la firma; mientras que quienes fundaron sus empresas no han participado.

\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente.  
Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

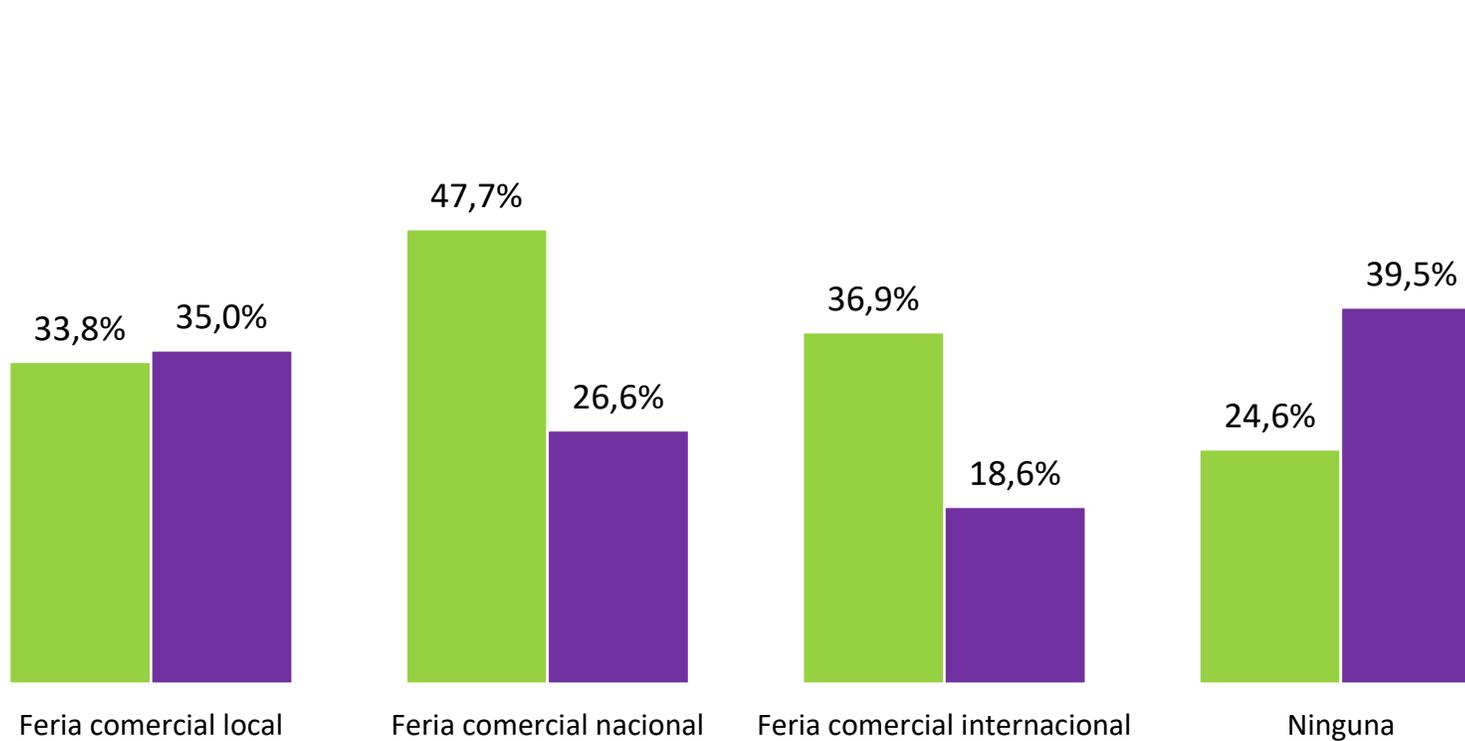
VARONES

## ¿Alguna vez ha participado en una feria o exposición?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos varones

## ¿Alguna vez ha participado en una feria o exposición?\*



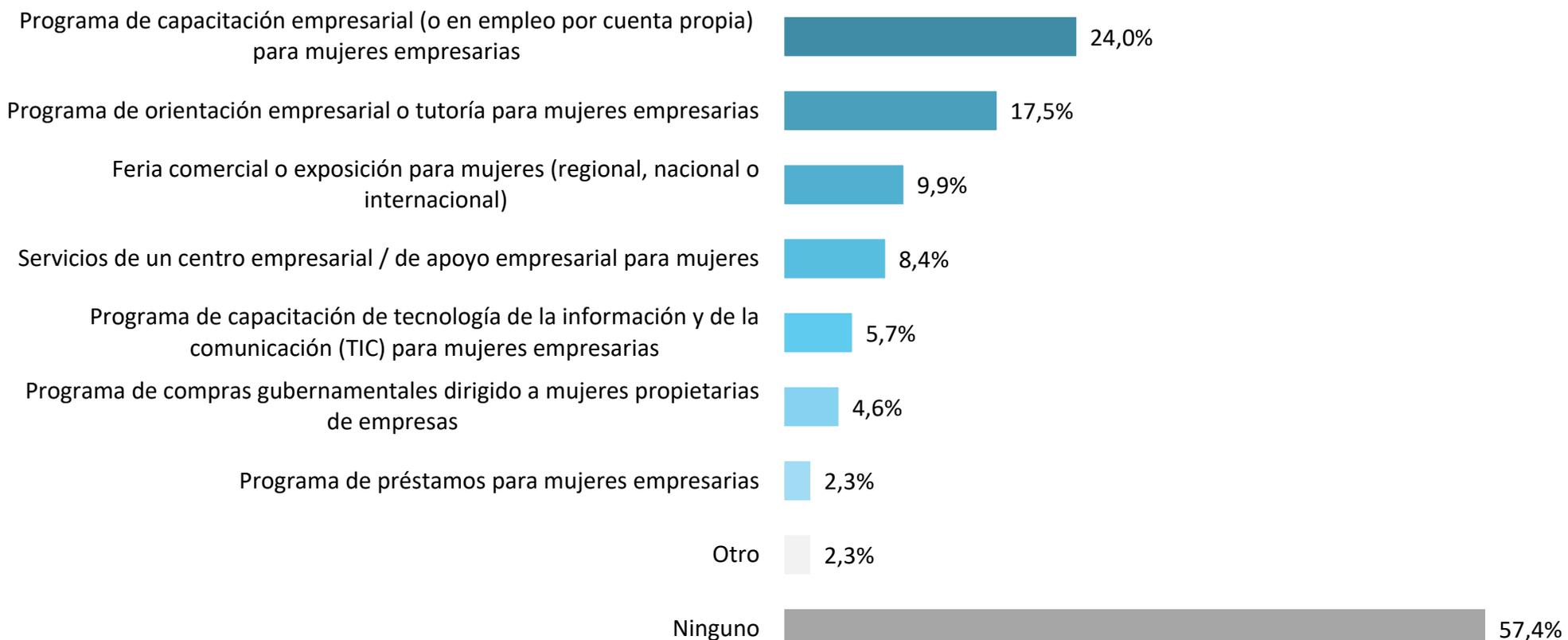
VARONES

MUJERES

Se debe continuar promoviendo la participación en ferias. Generar programas con foco en género aportarían a una mayor equidad ya que un 39,5% de mujeres manifiestan no haber tenido ninguna participación frente a un 24,6% de varones.

\*Primer mención

### ¿Ha participado alguna vez en alguno de los siguientes programas o servicios de apoyo empresarial ofrecidos específicamente a mujeres empresarias?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos mujeres

### LA PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS O SERVICIOS DE APOYO EMPRESARIAL DIRIGIDOS EXCLUSIVAMENTE A MUJERES SE ASOCIA CON EL INICIO DEL ROL EMPRESARIAL

	Sí	No
Continuadora	14,5%	85,5%
Fundadora	28,1%	71,9%

Proporcionalmente más mujeres que fundaron su empresa han participado en programas de capacitación empresarial para mujeres empresarias, mientras que quienes continuaron con una empresa que ya existía no lo hicieron.

\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente.  
Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

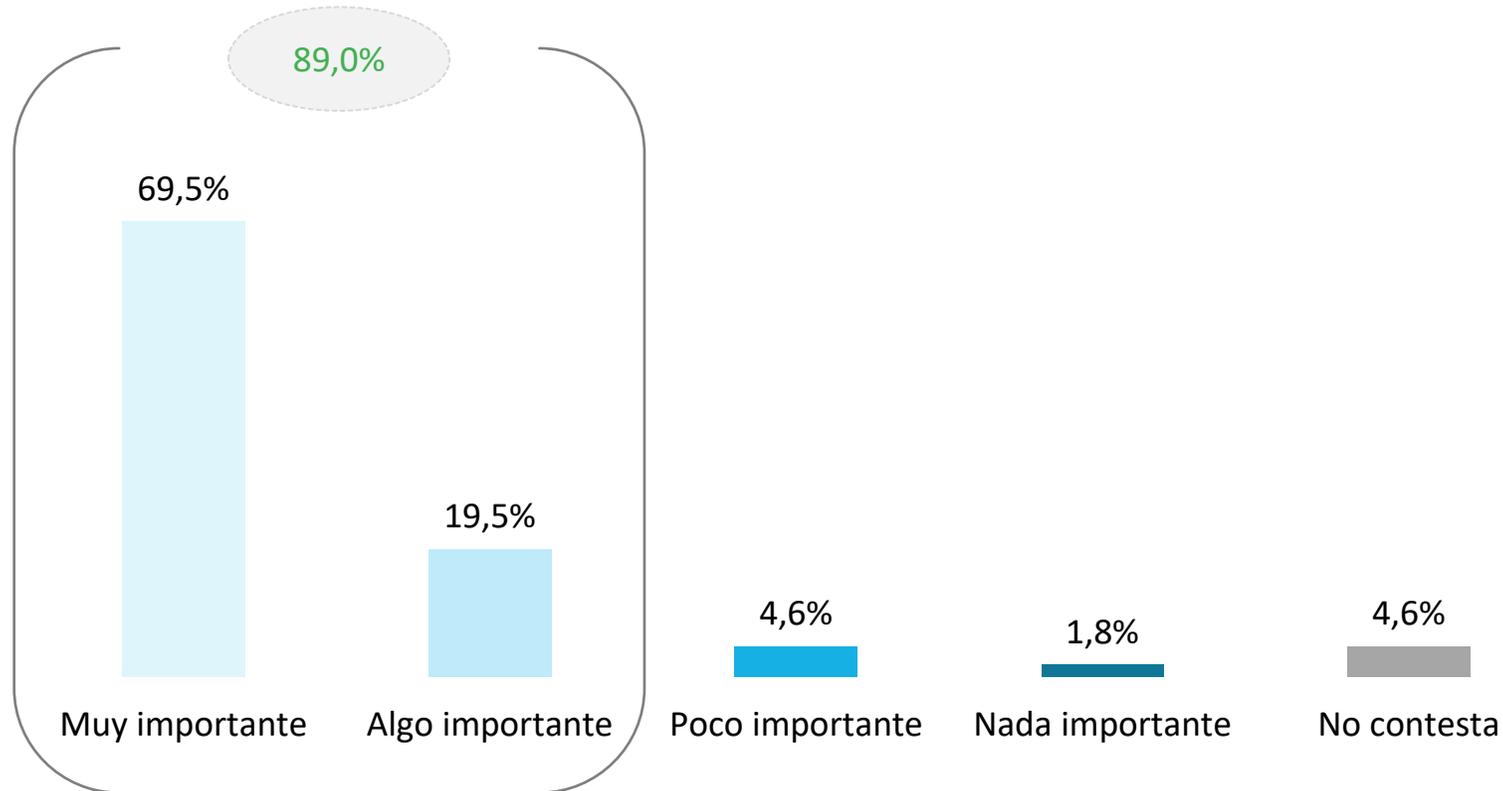
### EMPRESAS DE MAYOR TAMAÑO SON LIDERADAS POR MUJERES CON MAYOR PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS O SERVICIOS DE APOYO EMPRESARIAL

	Sí	No
1 a 5	16,8%	83,2%
6 a 15	15,9%	84,1%
16 a 50	12,0%	88,0%
Más de 50	32,3%	67,7%

Proporcionalmente más mujeres con empresas de más de 50 empleados han participado en programas de orientación empresarial o tutorías para mujeres empresarias.

## GENERAL

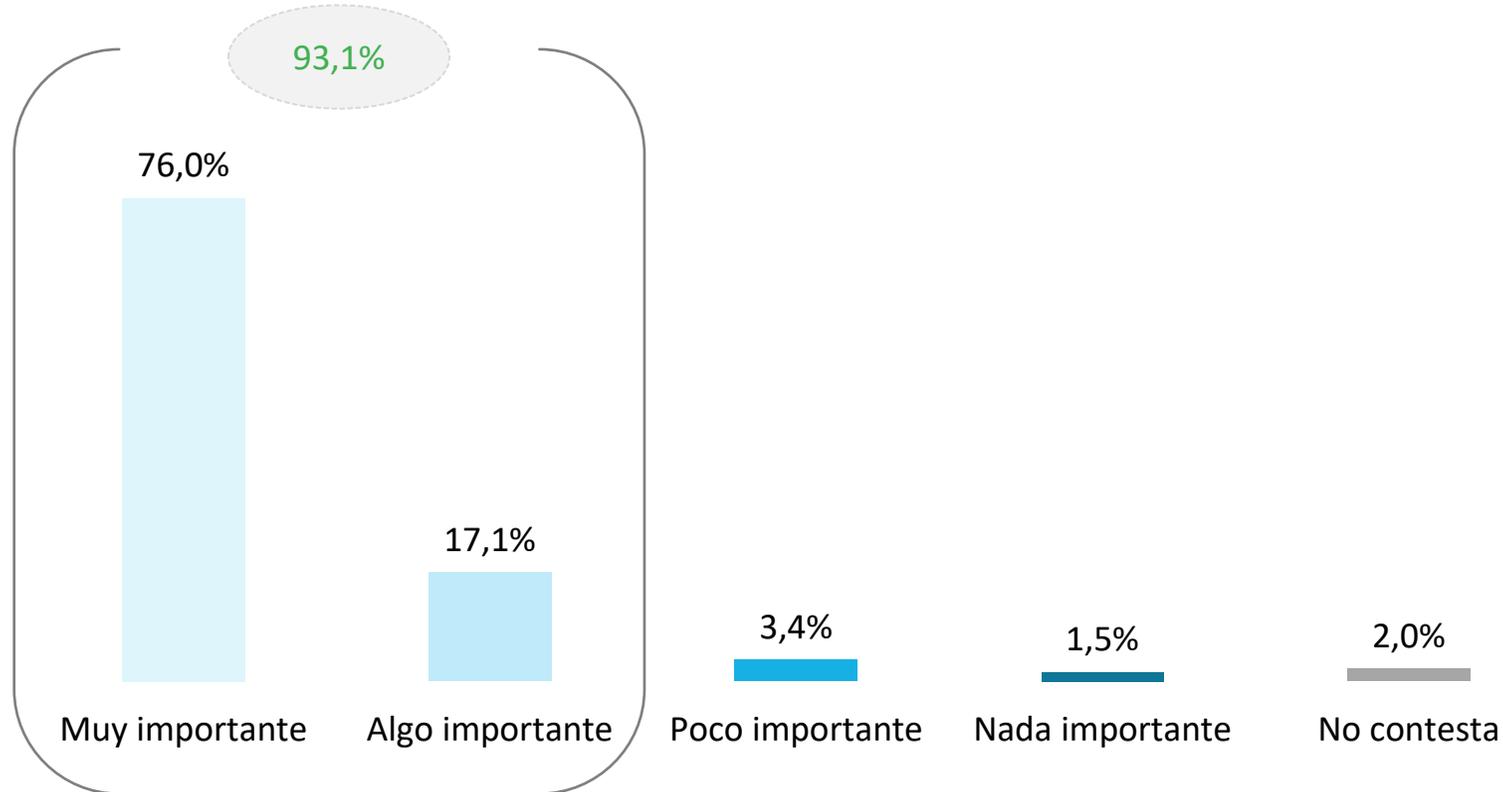
¿Qué tan importante considera que es el desarrollo de capacitaciones en temas de género en las empresas?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿Qué tan importante considera que es el desarrollo de capacitaciones en temas de género en las empresas?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

### EL INICIO EN EL ROL EMPRESARIO SE VINCULA CON UNA VALORACIÓN SUPERIOR DEL DESARROLLO DE CAPACITACIONES EN TEMAS DE GÉNERO EN LAS EMPRESAS

	Muy importante	Algo, poco a nada importante
Continuadora	61,2%	38,8%
Fundadora	83,5%	16,5%

Proporcionalmente más mujeres empresarias que son fundadoras de su empresa consideran muy importante la capacitación en temas de género, mientras que proporcionalmente más continuadoras consideran que es menos importante.

\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente.  
Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

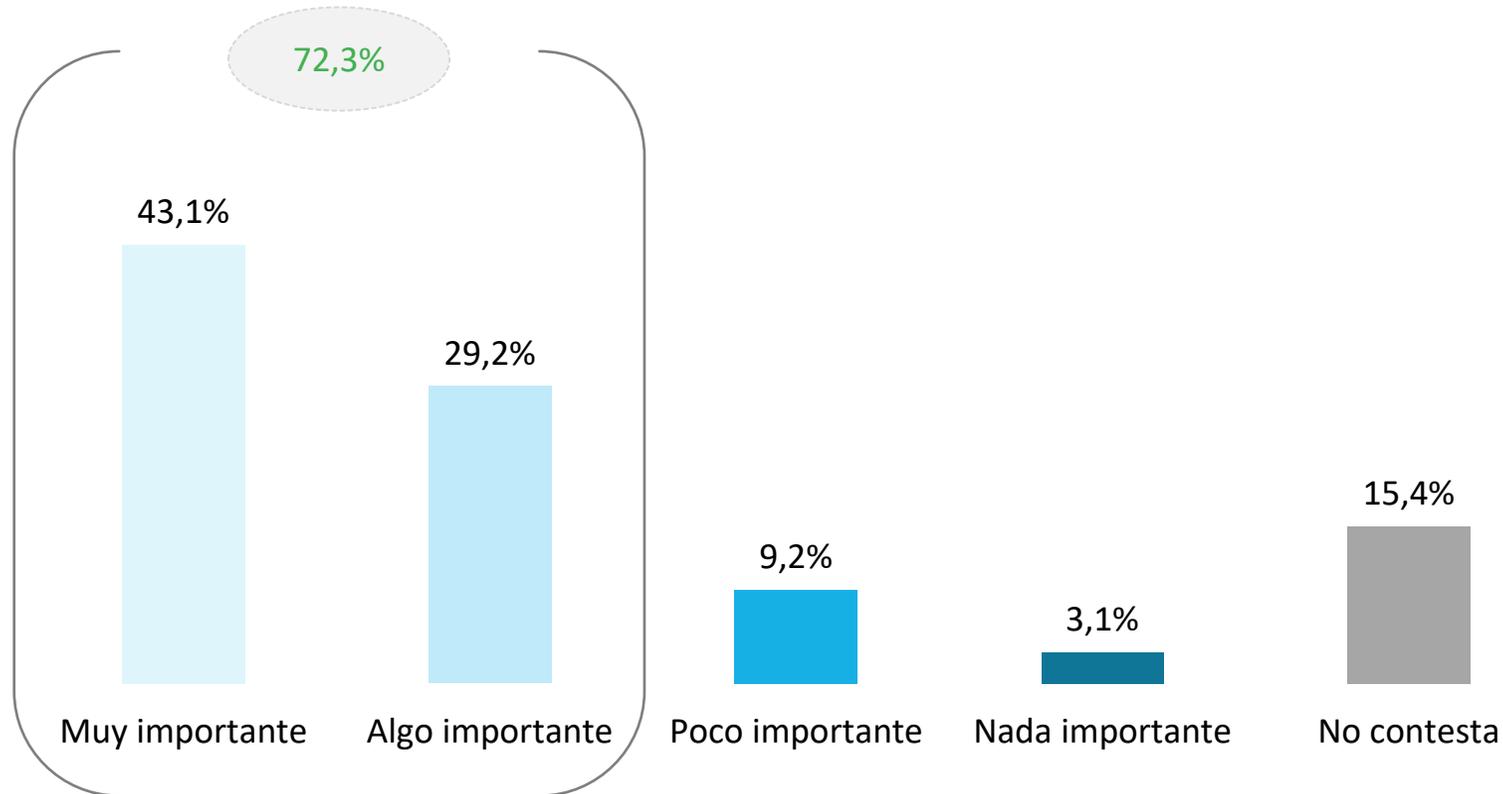
### EN EMPRESAS UNIPERSONALES LA MUJER EMPRESARIA CONSIDERA DE MAYOR IMPORTANCIA EL DESARROLLO DE CAPACITACIONES EN TEMAS DE GÉNERO

	Muy importante	Algo, poco a nada importante
<b>Sin socios</b>	87,6%	12,4%
<b>Con socios</b>	71,4%	28,6%

Proporcionalmente más mujeres empresarias que no cuentan con socios consideran muy importante la capacitación en temas de género.

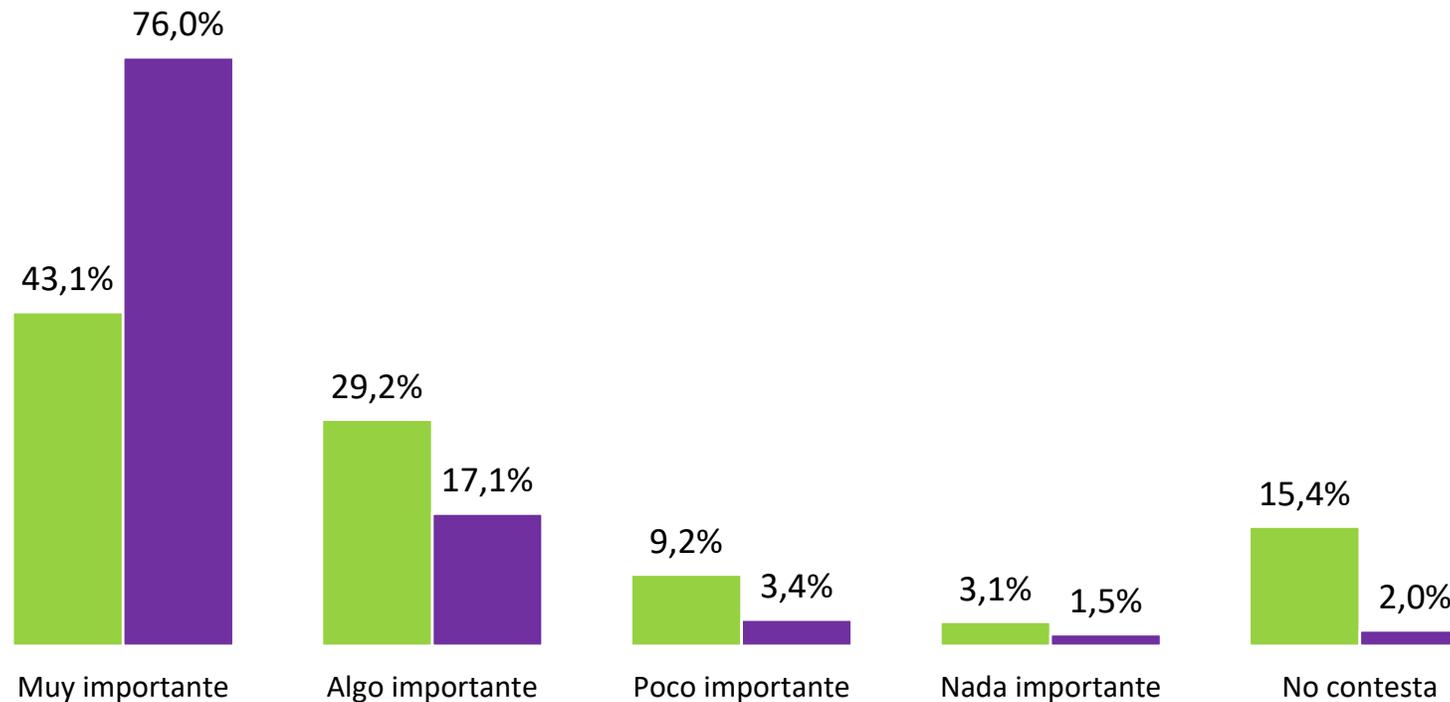
## VARONES

¿Qué tan importante considera que es el desarrollo de capacitaciones en temas de género en las empresas?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

## ¿Qué tan importante considera que es el desarrollo de capacitaciones en temas de género en las empresas?\*



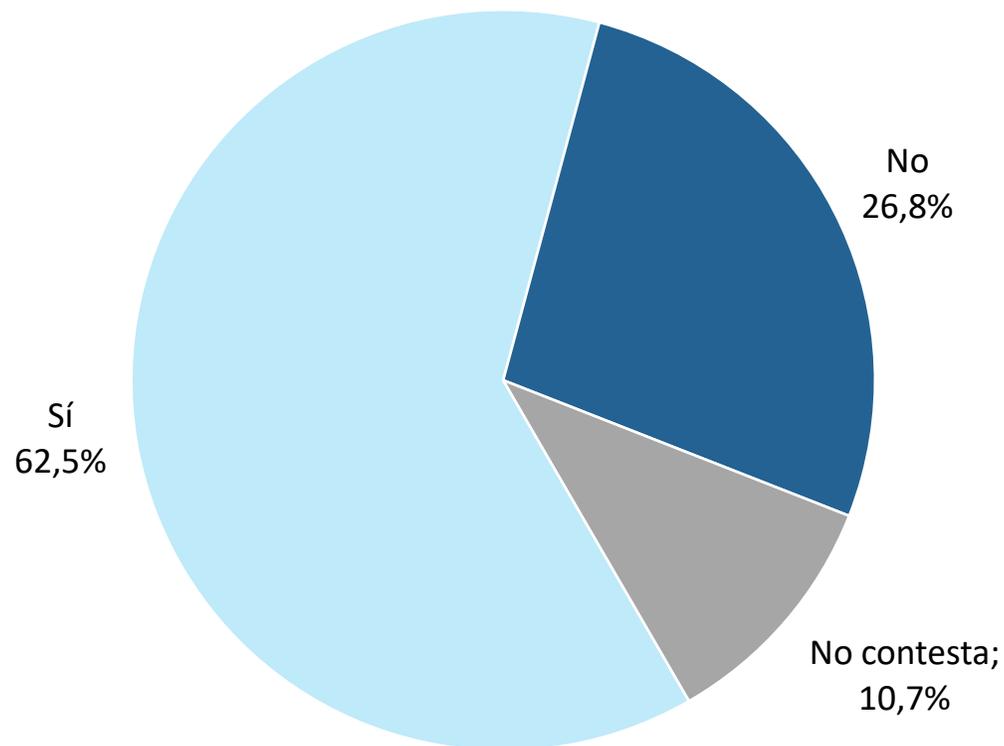
VARONES

MUJERES

La diferencia en la importancia asignada a la capacitación en temas de género en las empresas muestra la necesidad de seguir promoviendo la equidad de géneros y el cambio cultural que ello implica.

## GENERAL

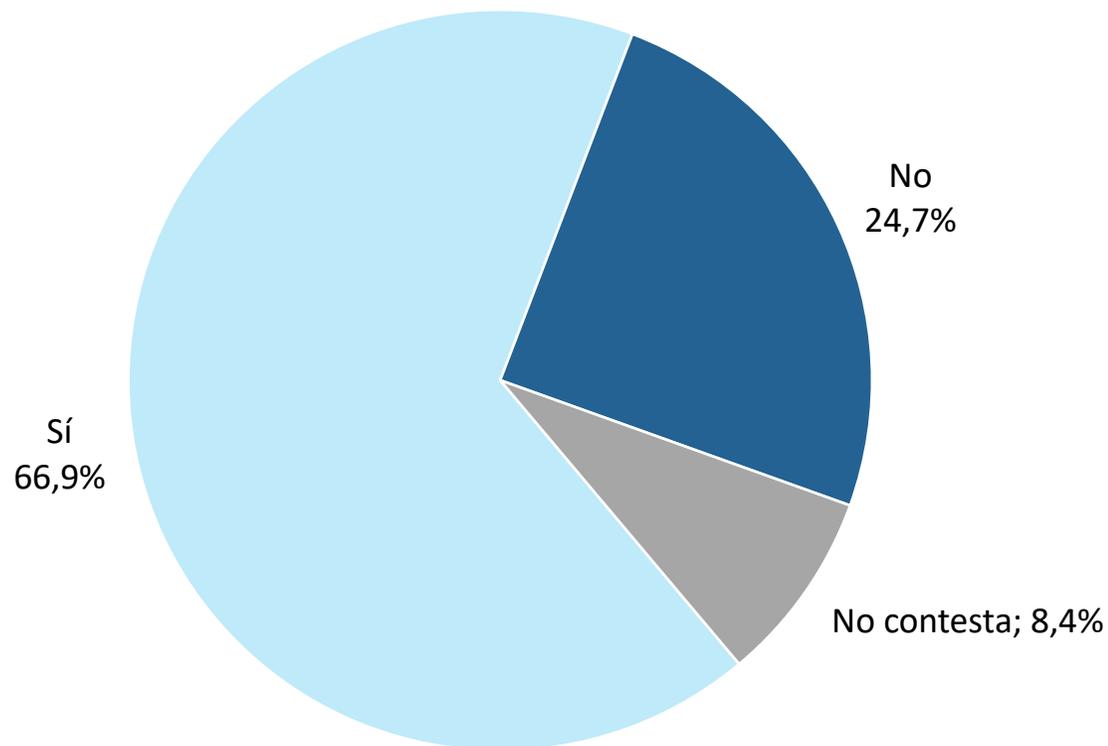
¿Considera que es necesario que su organización realice acciones que promuevan el enfoque de género dentro de ésta?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿Considera que es necesario que su organización realice acciones que promuevan el enfoque de género dentro de ésta?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

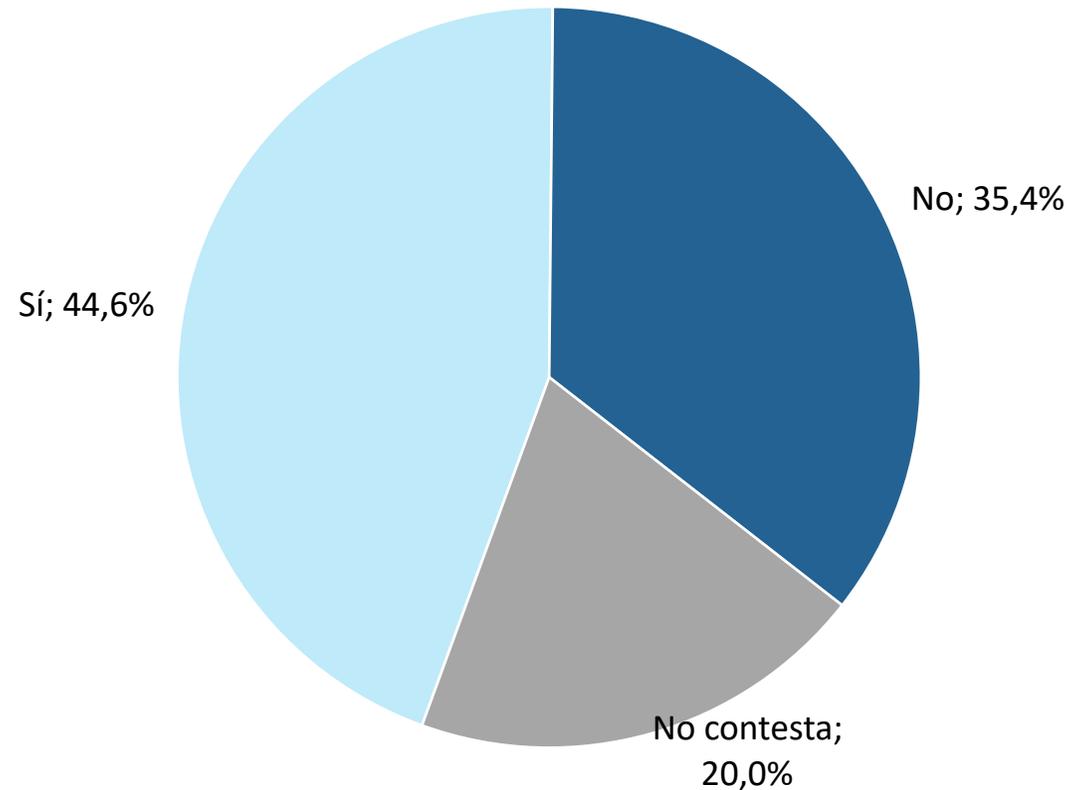
### LA EDAD DE LA EMPRESARIA IMPACTA EN LA VALORACIÓN DEL DESARROLLO DE ACCIONES QUE PROMUEVAN EL ENFOQUE DE GÉNERO EN SU EMPRESA

	Sí	No	No contesta
<b>24 a 49 años</b>	71,3%	20,4%	8,3%
<b>50 a 75 años</b>	60,4%	31,1%	8,5%

Proporcionalmente más mujeres empresarias menores de 50 años consideran necesarias acciones que promuevan el enfoque de género, mientras que más mayores de 50 años consideran que no lo es.

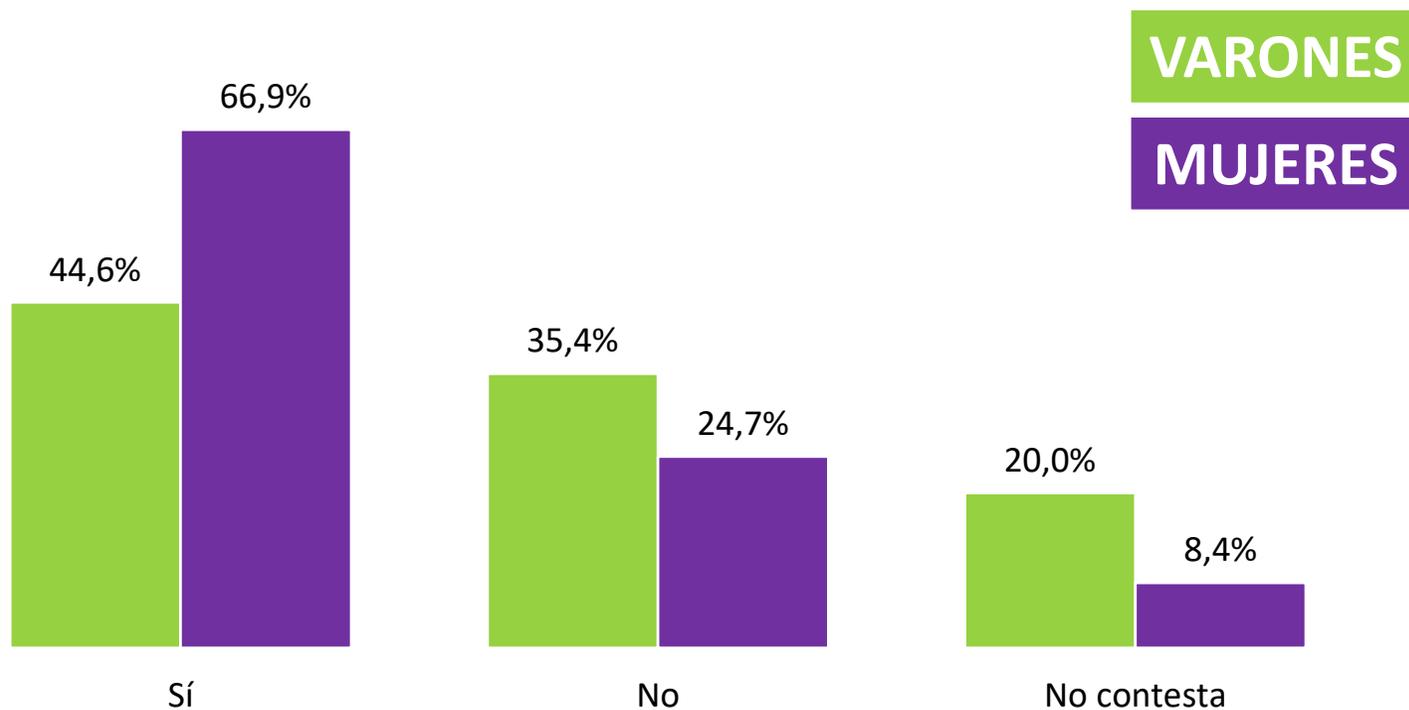
## VARONES

¿Considera que es necesario que su organización realice acciones que promuevan el enfoque de género dentro de ésta?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

¿Considera que es necesario que su organización realice acciones que promuevan el enfoque de género dentro de ésta?\*



En sintonía con lo observado previamente respecto de la menor importancia que asignan los varones empresarios a la capacitación en temas de género también difiere la percepción relativa a la necesidad de realizar acciones que promuevan el enfoque de género, dejando en evidencia la importancia de construir colaborativamente las acciones que promuevan esta equidad en el ámbito de la empresa.

SECCIÓN INICIAL: DATOS DEMOGRÁFICOS

SECCIÓN A: EXPERIENCIA E HISTORIAL DE PROPIEDAD EMPRESARIAL

SECCIÓN B: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA ACTUAL

SECCIÓN C: DESAFÍOS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA. ACCESO AL FINANCIAMIENTO

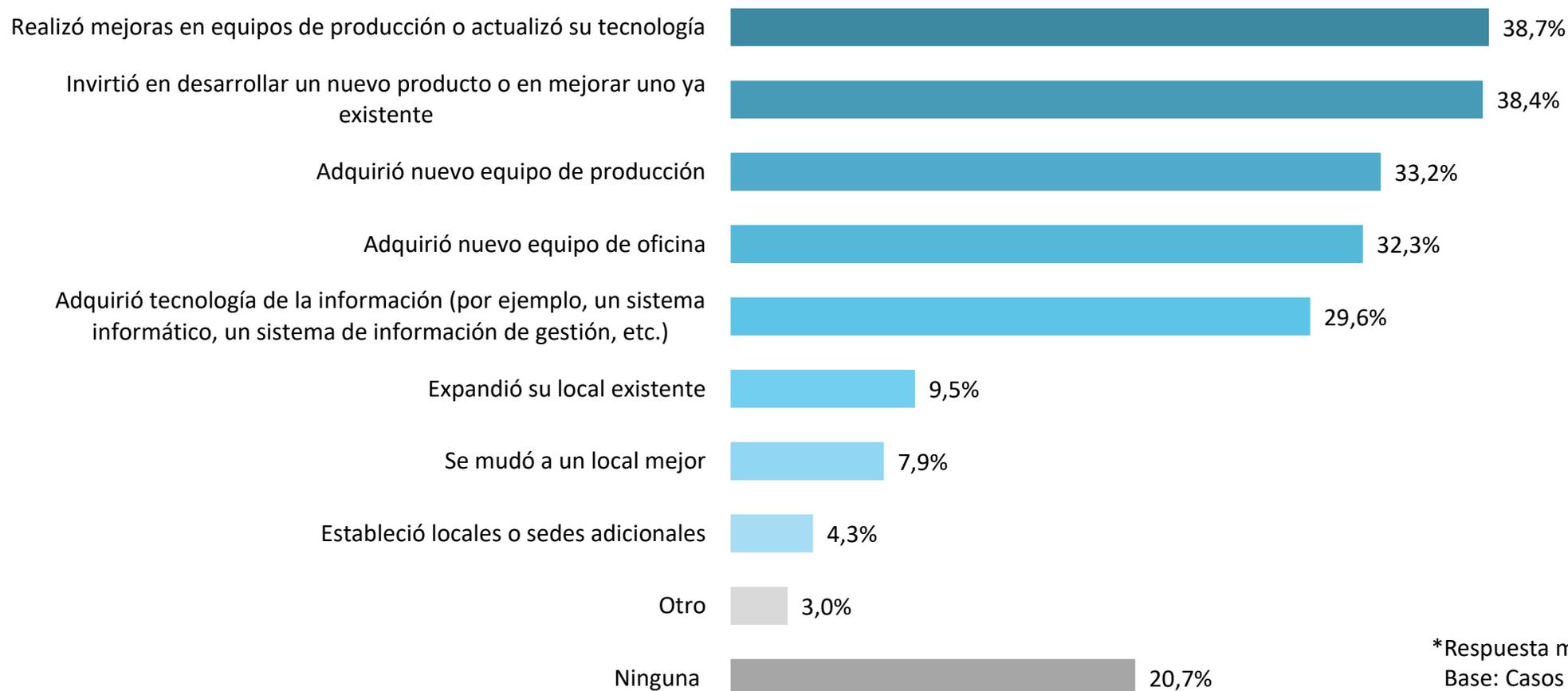
SECCIÓN D: ACCESO A INFORMACIÓN, MERCADOS Y SERVICIOS DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL

SECCIÓN E: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA EMPRESA: PRINCIPALES DESAFÍOS

SECCIÓN F: CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LA MUJER

## GENERAL

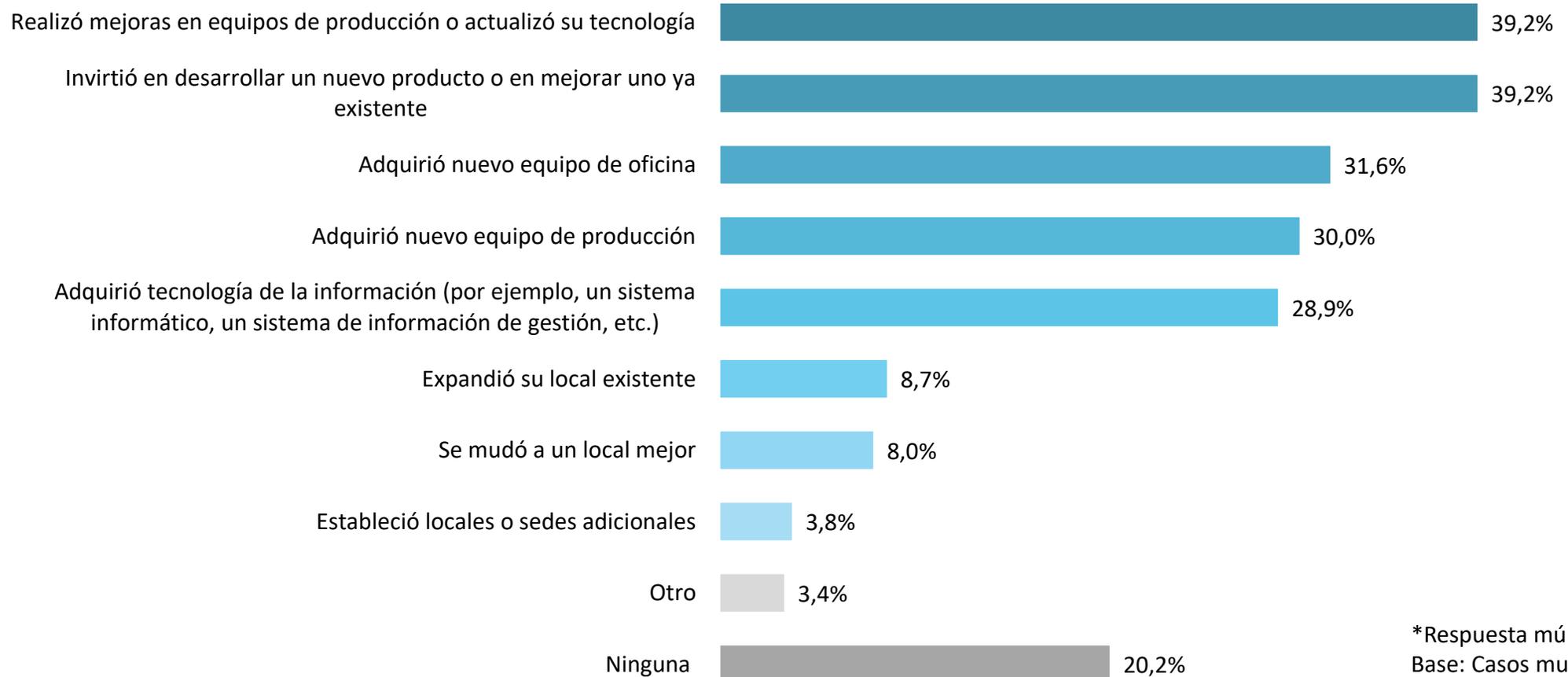
¿En algún momento durante el último año ha realizado alguna de las siguientes inversiones en su empresa?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos totales

## MUJERES

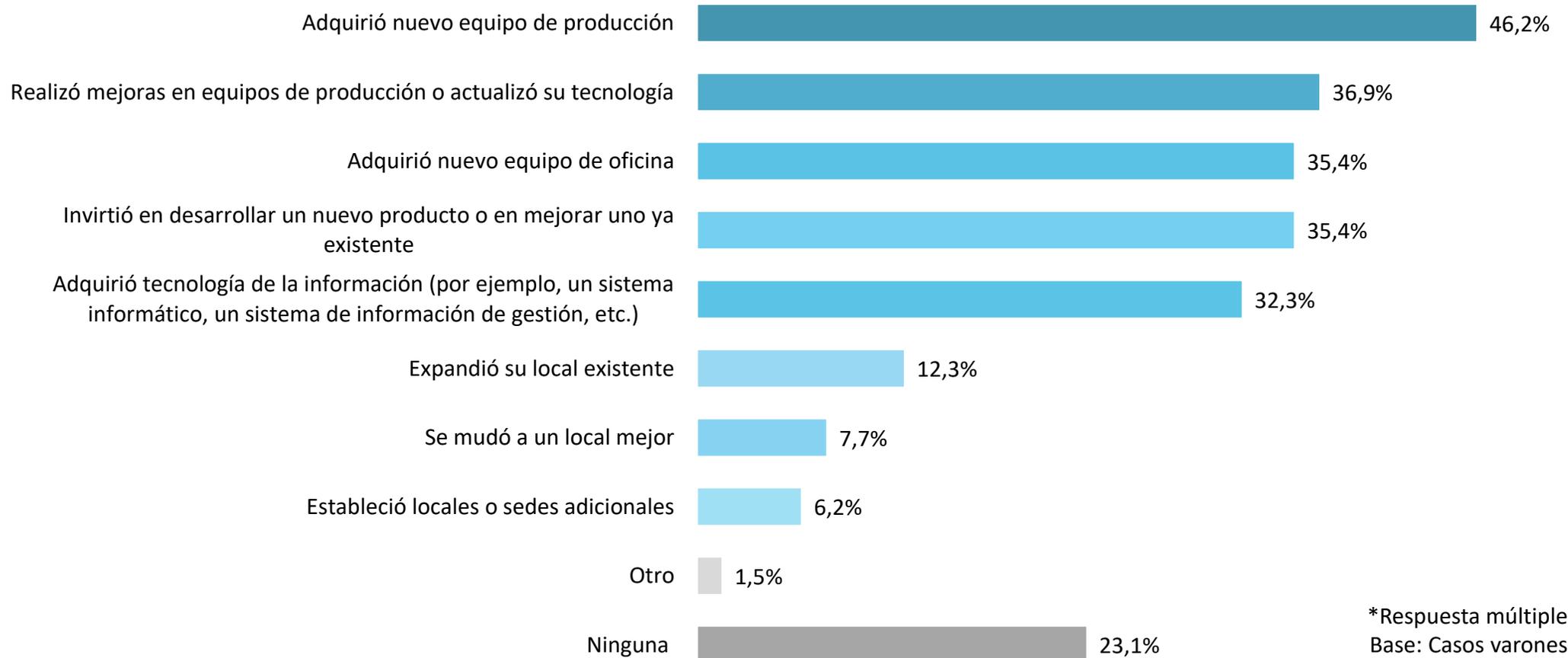
¿En algún momento durante el último año ha realizado alguna de las siguientes inversiones en su empresa?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos mujeres

## VARONES

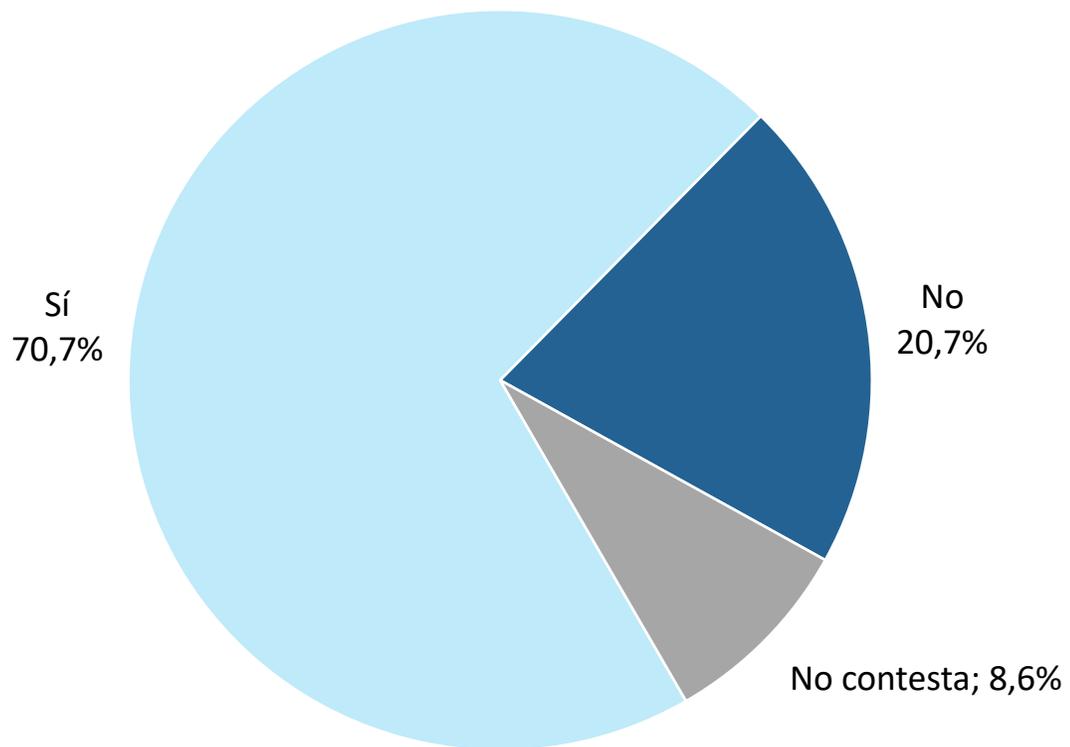
¿En algún momento durante el último año ha realizado alguna de las siguientes inversiones en su empresa?\*



\*Respuesta múltiple  
Base: Casos varones

## GENERAL

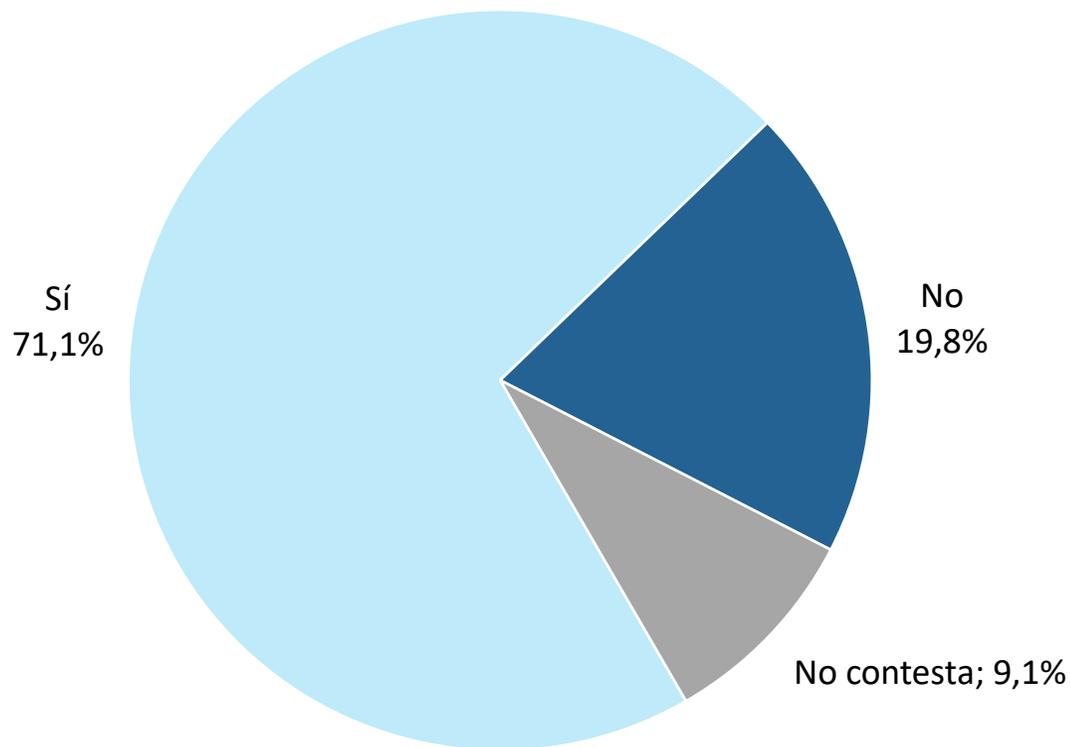
¿Tiene planificado realizar alguna inversión para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿Tiene planificado realizar alguna inversión para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## MUJERES

### LA PLANIFICACIÓN DE UNA INVERSIÓN DURANTE EL 2020 SE VINCULA CON EL GRUPO ETARIO A QUE PERTENECE LA EMPRESARIA

	Sí	No	No contesta
<b>24 a 49 años</b>	75,8%	13,4%	10,8%
<b>50 a 75 años</b>	64,2%	29,2%	6,6%

Proporcionalmente más mujeres empresarias menores de 50 años planean invertir durante el 2020, mientras que más mayores de 50 años afirman lo contrario.

## MUJERES

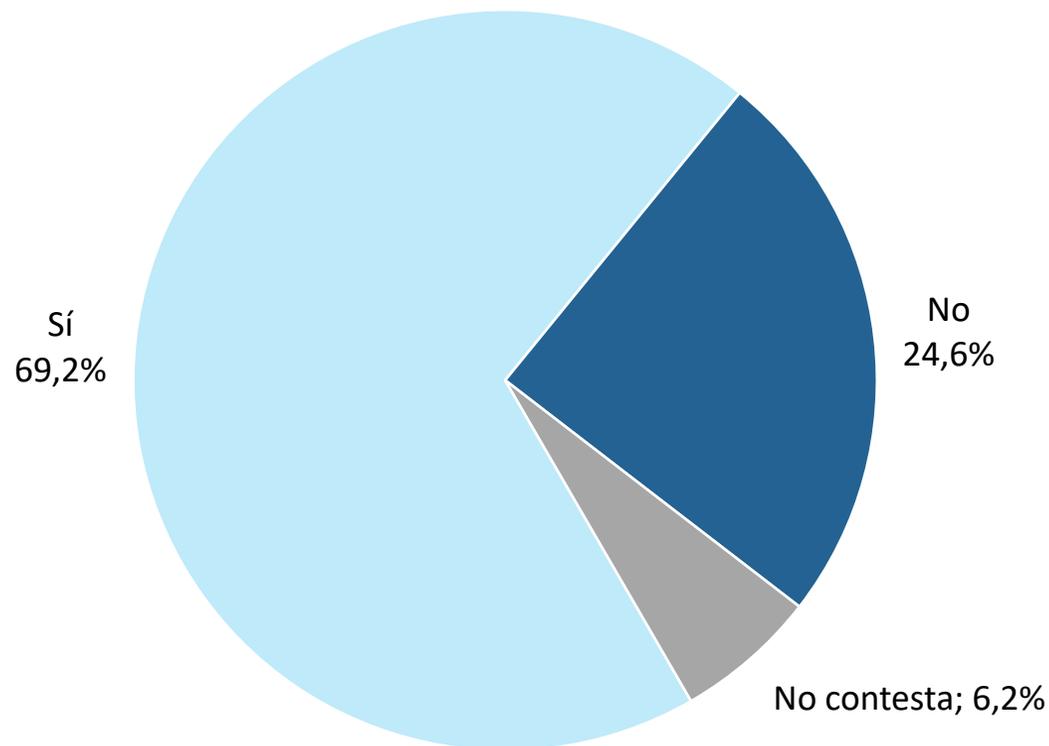
### EL DESARROLLO DE INVERSIONES EN EL PRÓXIMO AÑO SE ASOCIA EN MAYOR PROPORCIÓN CON EMPRESAS DE MAYOR TAMAÑO

	Sí	No	No contesta
<b>1 a 5</b>	64,7%	26,9%	8,4%
<b>6 a 15</b>	61,9%	23,8%	14,3%
<b>16 a 50</b>	82,0%	8,0%	10,0%
<b>Más de 50</b>	96,8%	3,2%	0,0%

Proporcionalmente más mujeres con empresas de más de 16 empleados planean invertir durante el 2020, mientras que más con empresas de 1 a 5 empleados afirman lo contrario.

## VARONES

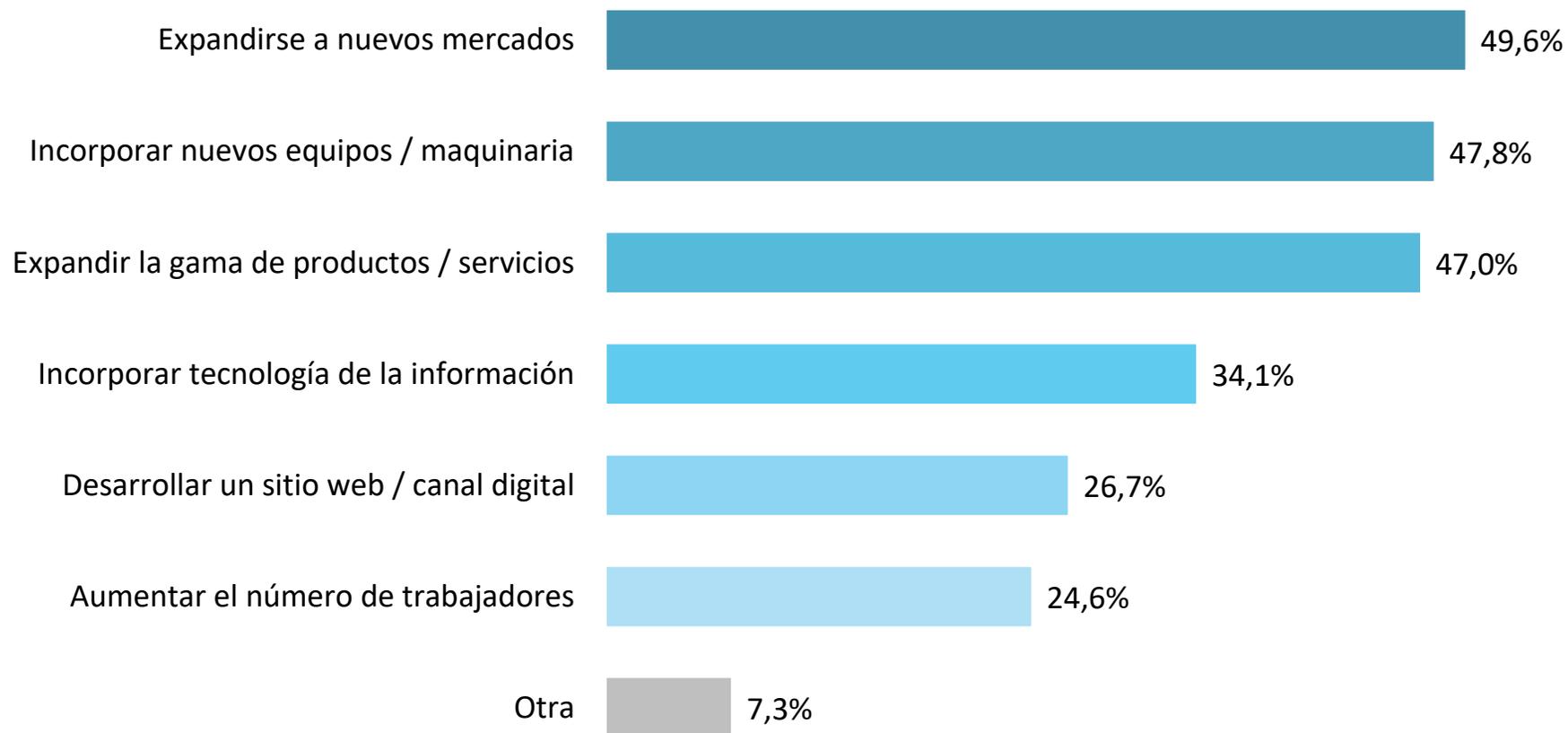
¿Tiene planificado realizar alguna inversión para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

Solo para quienes tienen planificado realizar alguna inversión para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año

### ¿Qué tipo de inversión planea desarrollar durante el próximo año?\*

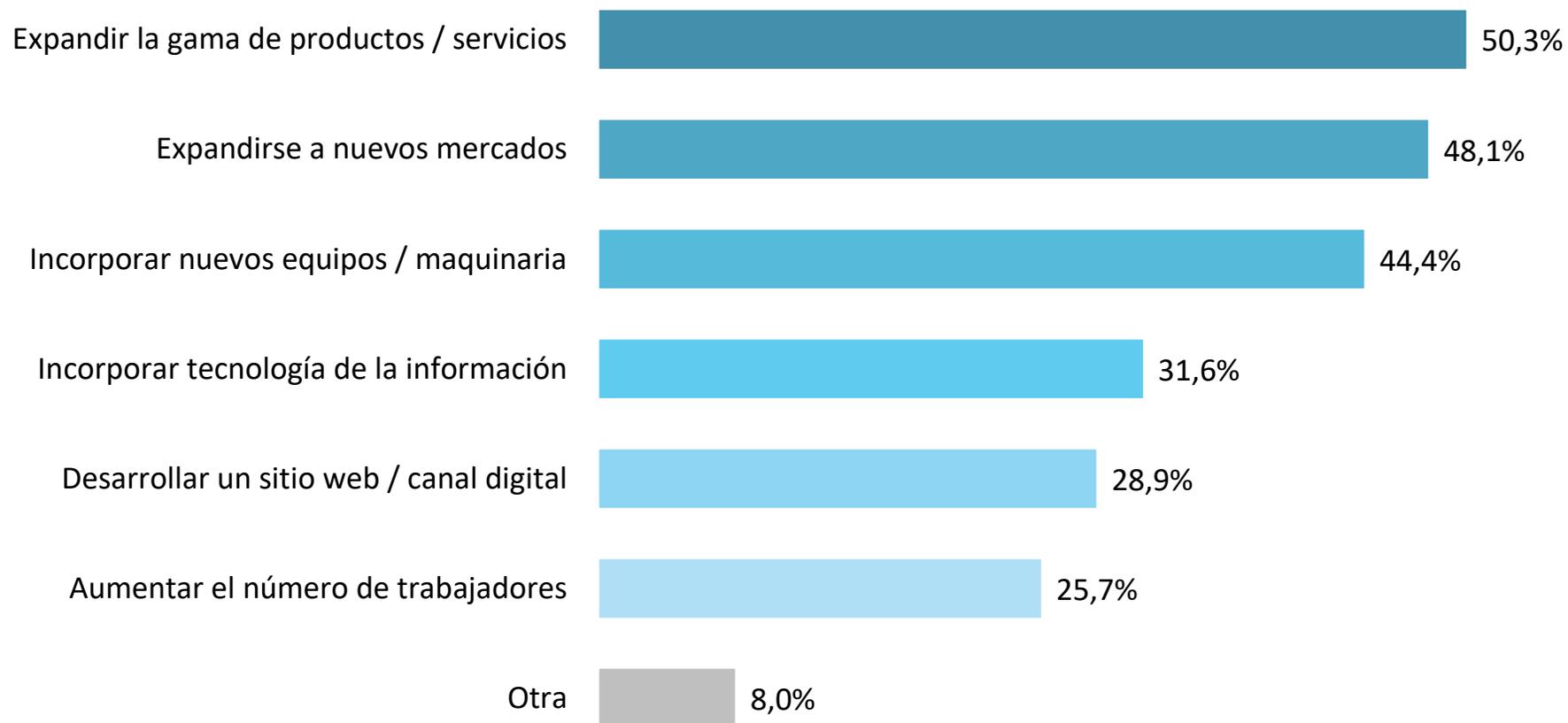


\*Respuesta múltiple

Base: 232 casos

Solo para quienes tienen planificado realizar alguna inversión para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año

### ¿Qué tipo de inversión planea desarrollar durante el próximo año?\*



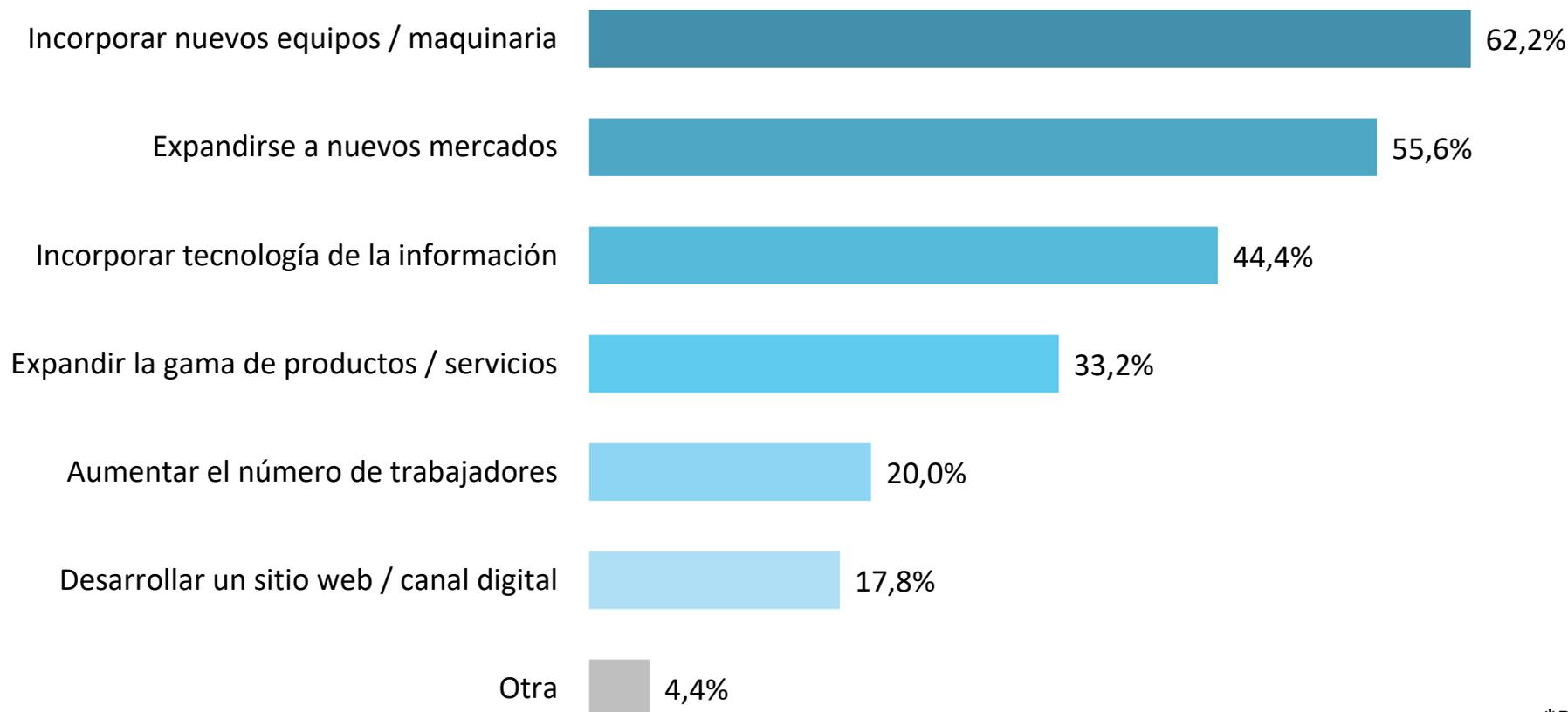
\*Respuesta múltiple  
Base: 187 casos

# Estrategia de desarrollo de la empresa: principales desafíos

VARONES

Solo para quienes tienen planificado realizar alguna inversión para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año

## ¿Qué tipo de inversión planea desarrollar durante el próximo año?\*

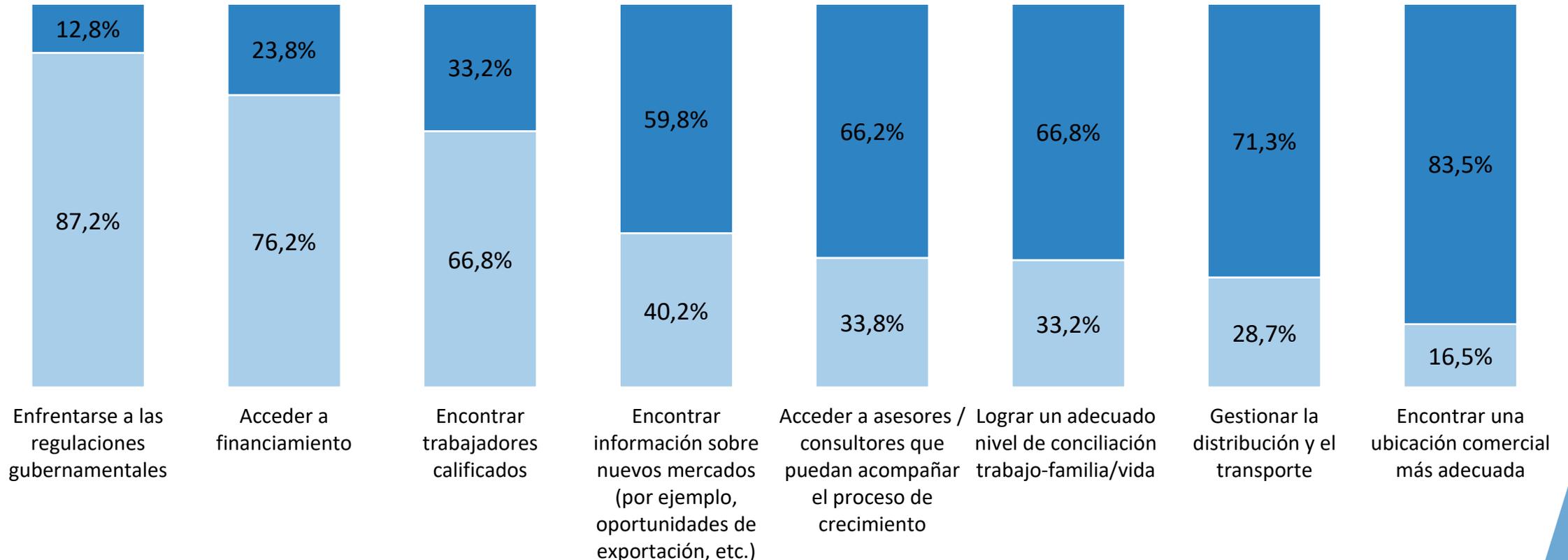


\*Respuesta múltiple

Base: 45 casos

## GENERAL

¿Podría indicar cuáles de los siguientes aspectos probablemente sean o no problemas para hacer crecer su empresa en los próximos dos años?\*



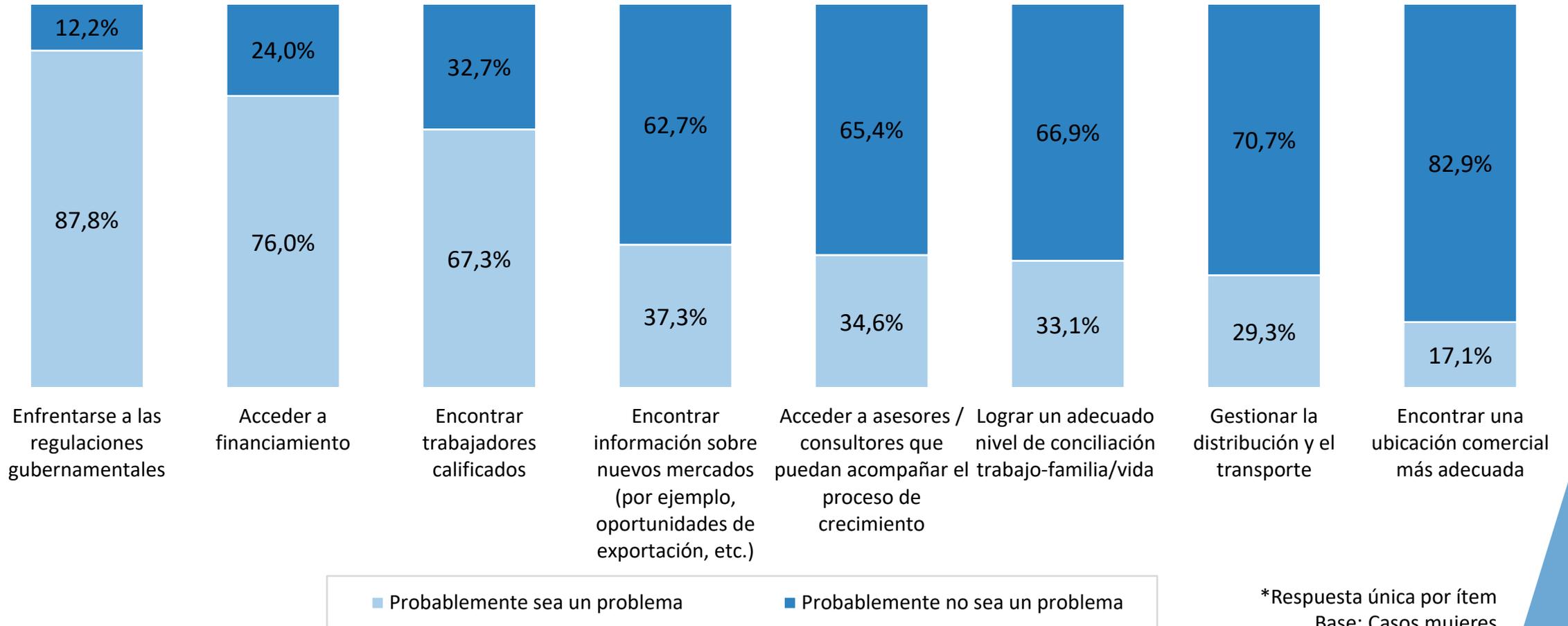
■ Probablemente sea un problema

■ Probablemente no sea un problema

\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos totales

## MUJERES

¿Podría indicar cuáles de los siguientes aspectos probablemente sean o no problemas para hacer crecer su empresa en los próximos dos años?\*



\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos mujeres

### LAS PERCEPCIONES SOBRE EL ACCESO A FINANCIAMIENTO DIFIEREN POR LA EXPERIENCIA PREVIA DE LA EMPRESARIA

	Probablemente sea un problema	Probablemente no sea un problema
Sin experiencia empresaria	70,4%	29,6%
Con experiencia empresaria	81,2%	18,8%

El mayor optimismo de las empresarias sin experiencia previa las hace percibir el acceso al crédito como una tarea más sencilla que para aquellas que ya lo han intentado en otras ocasiones, siendo que proporcionalmente más mujeres empresarias sin experiencia empresarial previa consideran que acceder a financiamiento probablemente no sea un problema, mientras que aquellas que poseen experiencia consideran que probablemente sí lo sea.

\*recodificación a partir de la posesión de empresas en el pasado: Ninguna (sin experiencia empresarial) y más de una (con experiencia empresarial).

## MUJERES

### LA PERCEPCIÓN SOBRE LA DIFICULTAD DE ENCONTRAR TRABAJADORES CALIFICADOS TIENE MAYOR PRESENCIA EN EMPRESARIAS CON EMPRENDIMIENTOS DE MAYOR TAMAÑO

	Probablemente sea un problema	Probablemente no sea un problema
1 a 5	56,3%	43,7%
6 a 15	68,3%	31,7%
16 a 50	82,0%	18,0%
Más de 50	83,9%	16,1%

Proporcionalmente más mujeres con empresas de más de 16 empleados consideran que encontrar trabajadores calificados probablemente sea un problema, mientras que aquellas con empresas de hasta 5 empleados consideran que probablemente no lo sea.

## MUJERES

### ACCEDER A INFORMACIÓN SOBRE NUEVOS MERCADOS SE PERCIBE MÁS COMO POTENCIAL PROBLEMA EN EMPRESAS MÁS JÓVENES

	Probablemente sea un problema	Probablemente no sea un problema
<b>Anterior a 1990</b>	20,0%	80,0%
<b>1990 a 1999</b>	31,0%	69,0%
<b>2000 a 2009</b>	39,5%	60,5%
<b>A partir de 2010</b>	45,3%	54,7%

Proporcionalmente más mujeres empresarias a partir de 2010 consideran que acceder a información sobre nuevos mercados probablemente sea un problema para hacer crecer su empresa en los próximos dos años, mientras que aquellas con empresas creadas antes de 1990 consideran que probablemente no lo sea.

## MUJERES

### ACCEDER A ASESORES/CONSULTORES SE PERCIBE COMO POTENCIAL PROBLEMA EN EMPRESAS DE MENOR TAMAÑO

	Probablemente sea un problema	Probablemente no sea un problema
<b>1 a 5</b>	42,0%	58,0%
<b>6 a 15</b>	31,7%	68,3%
<b>16 a 50</b>	30,0%	70,0%
<b>Más de 50</b>	19,4%	80,6%

Proporcionalmente más mujeres con empresas de hasta 5 empleados consideran que acceder a asesores/consultores que puedan acompañar el proceso de crecimiento probablemente sea un problema, mientras que aquellas con empresas de más de 50 empleados consideran que probablemente no lo sea.

## MUJERES

### EL ROL DE INICIO EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIA SE VINCULA CON LA PERCEPCIÓN COMO POTENCIAL PROBLEMA DEL LOGRO DE UN ADECUADO NIVEL DE CONCILIACIÓN TRABAJO – FAMILIA/VIDA

	Probablemente sea un problema	Probablemente no sea un problema
<b>Continuadora</b>	42,0%	58,0%
<b>Fundadora</b>	29,3%	70,7%

Proporcionalmente más mujeres empresarias que continuaron con una empresa existente consideran que lograr un adecuado nivel de conciliación entre el trabajo y la familia probablemente sea un problema para hacer crecer su empresa, mientras que aquellas que fundaron su empresa consideran que probablemente no lo sea.

\*Recodificación - Continuadora: Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar, Heredé la empresa y Compré sola/o o con mis socios una empresa existente.  
Fundadora: Fundé la empresa por mi propia iniciativa y Fundé la empresa junto a mis socios

## MUJERES

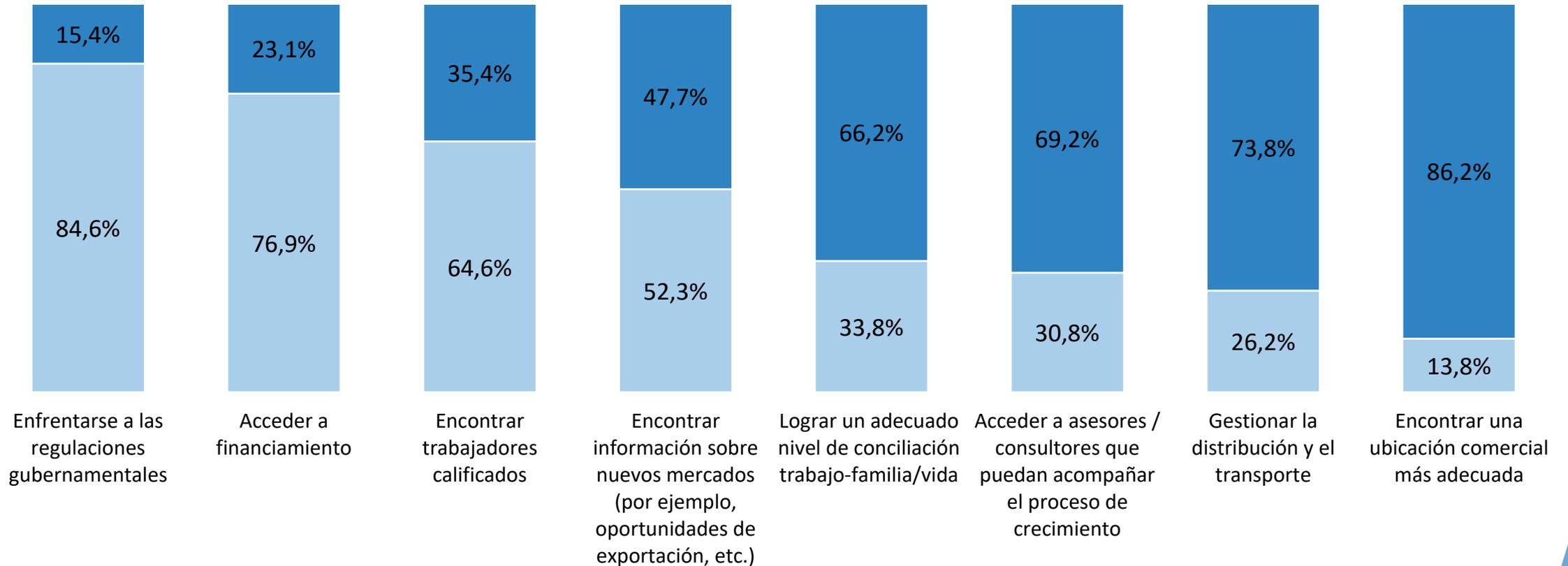
### EMPRESARIAS CON EMPRENDIMIENTOS UNIPERSONALES NO PERCIBEN COMO POTENCIAL PROBLEMA EL LOGRO DE UN ADECUADO NIVEL DE CONCILIACIÓN TRABAJO – FAMILIA/VIDA

	Probablemente sea un problema	Probablemente no sea un problema
<b>Sin socios</b>	25,8%	74,2%
<b>Con socios</b>	37,3%	62,7%

Proporcionalmente más mujeres empresarias que forman parte de una sociedad consideran que lograr un adecuado nivel de conciliación entre el trabajo y la familia probablemente sea un problema, mientras que aquellas que no cuentan con socios consideran que probablemente no lo sea.

## VARONES

¿Podría indicar cuáles de los siguientes aspectos probablemente sean o no problemas para hacer crecer su empresa en los próximos dos años?\*



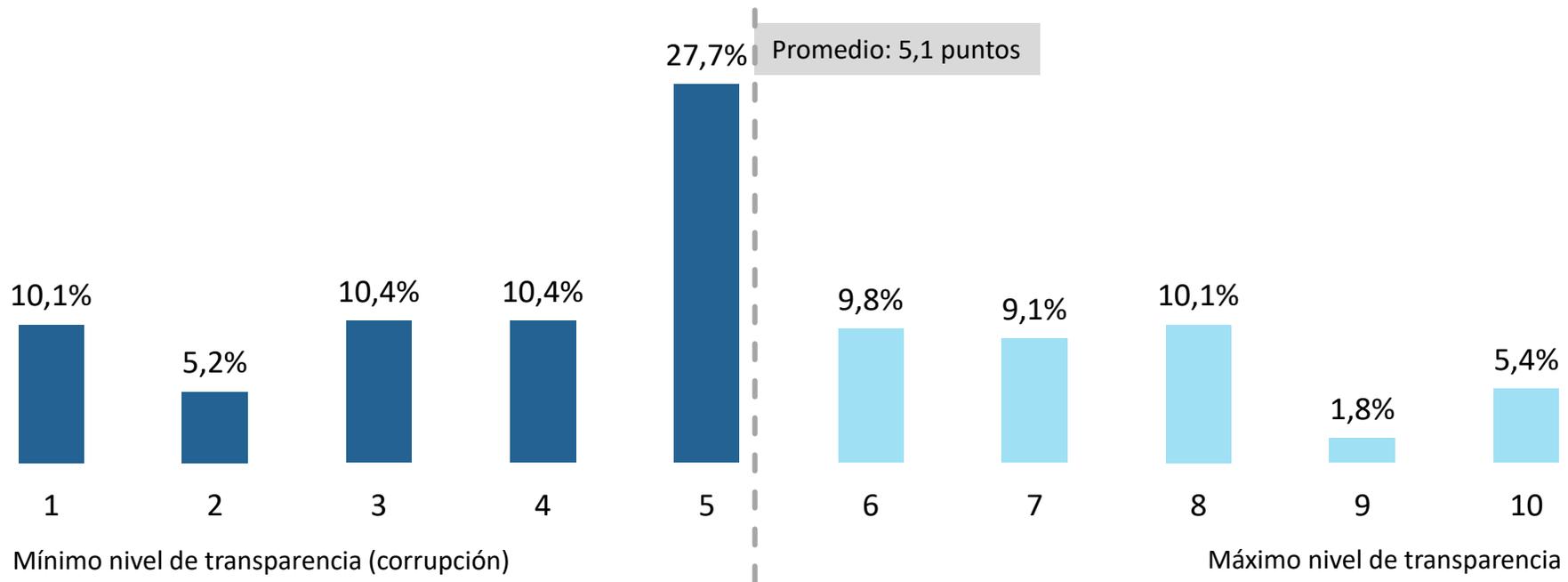
■ Probablemente sea un problema

■ Probablemente no sea un problema

\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos varones

## GENERAL

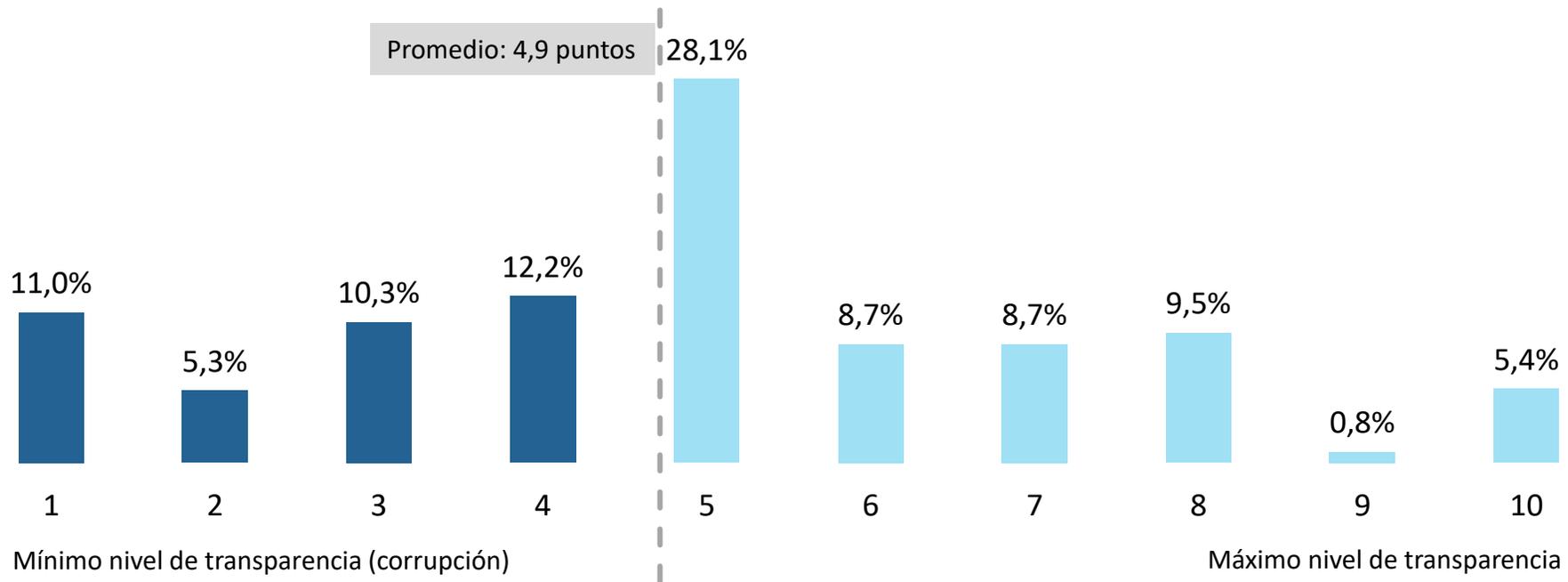
### ¿Qué calificación otorgaría a la transparencia en el vínculo Empresa-Estado en la Provincia de Buenos Aires?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos totales

## MUJERES

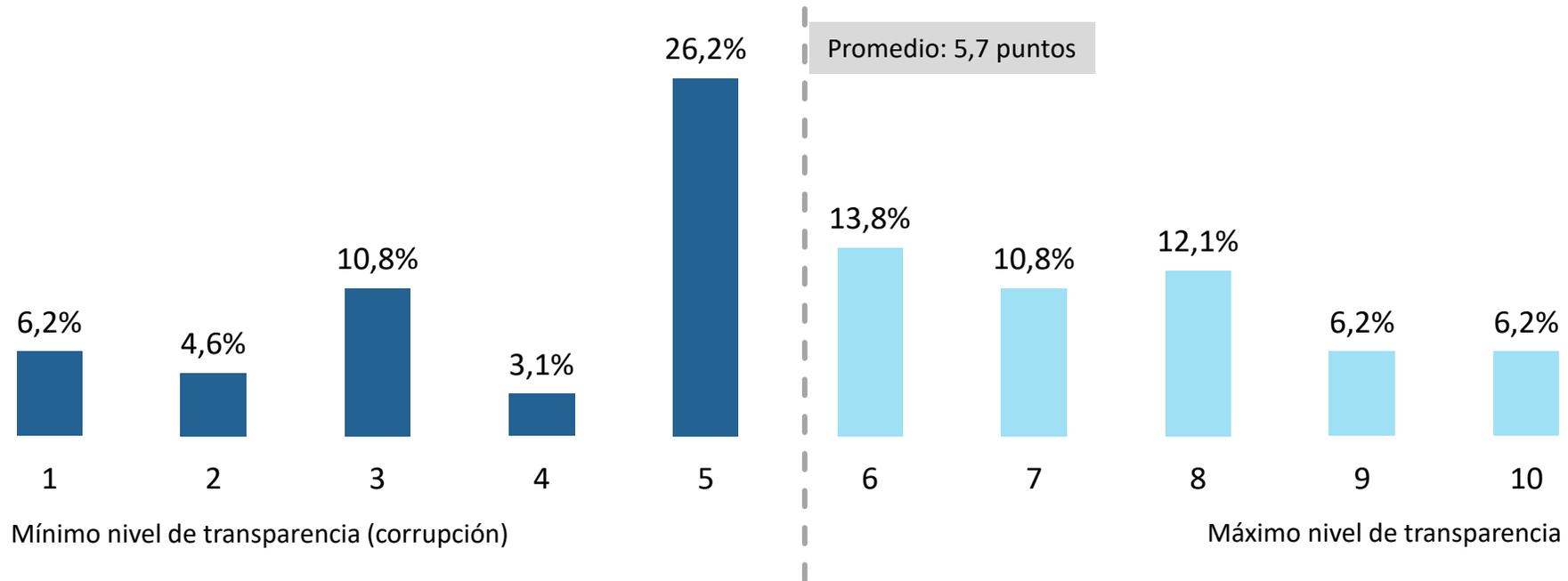
### ¿Qué calificación otorgaría a la transparencia en el vínculo Empresa-Estado en la Provincia de Buenos Aires?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos mujeres

## VARONES

### ¿Qué calificación otorgaría a la transparencia en el vínculo Empresa-Estado en la Provincia de Buenos Aires?\*



\*Respuesta única  
Base: Casos varones

SECCIÓN INICIAL: DATOS DEMOGRÁFICOS

SECCIÓN A: EXPERIENCIA E HISTORIAL DE PROPIEDAD EMPRESARIAL

SECCIÓN B: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA ACTUAL

SECCIÓN C: DESAFÍOS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y DESARROLLO DE LA EMPRESA. ACCESO AL FINANCIAMIENTO

SECCIÓN D: ACCESO A INFORMACIÓN, MERCADOS Y SERVICIOS DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL

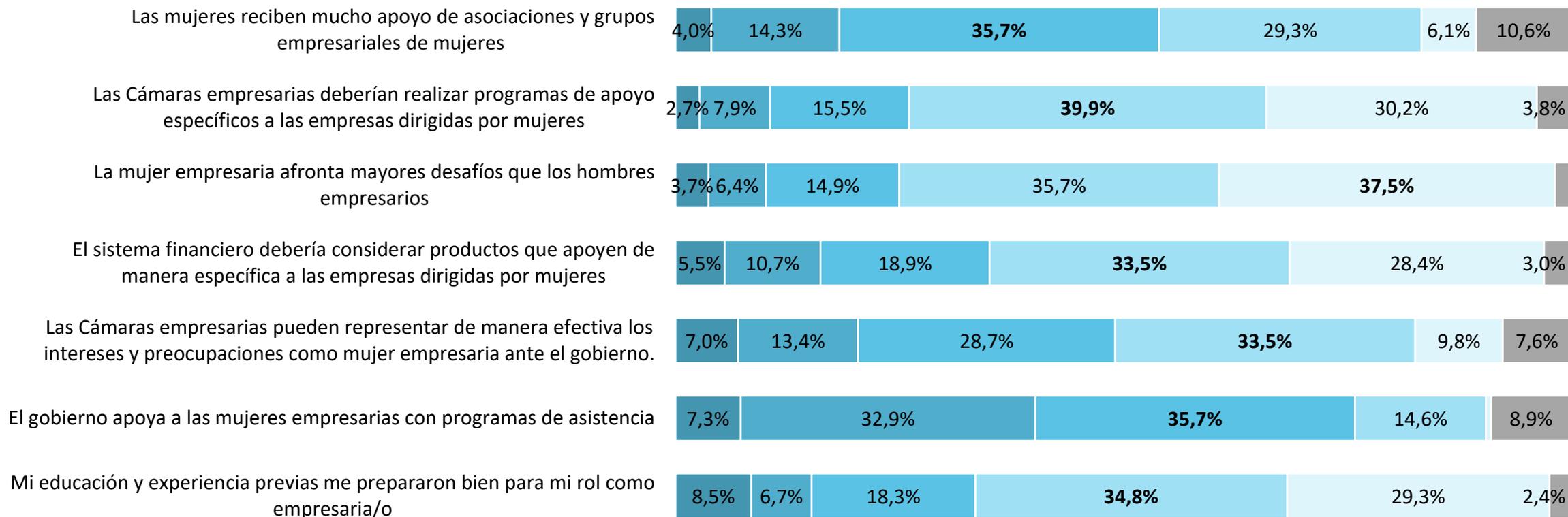
SECCIÓN E: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA EMPRESA: PRINCIPALES DESAFÍOS

SECCIÓN F: CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LA MUJER

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

## GENERAL

### ¿Cuán de acuerdo se encuentra Ud. con las siguientes frases.....?\*

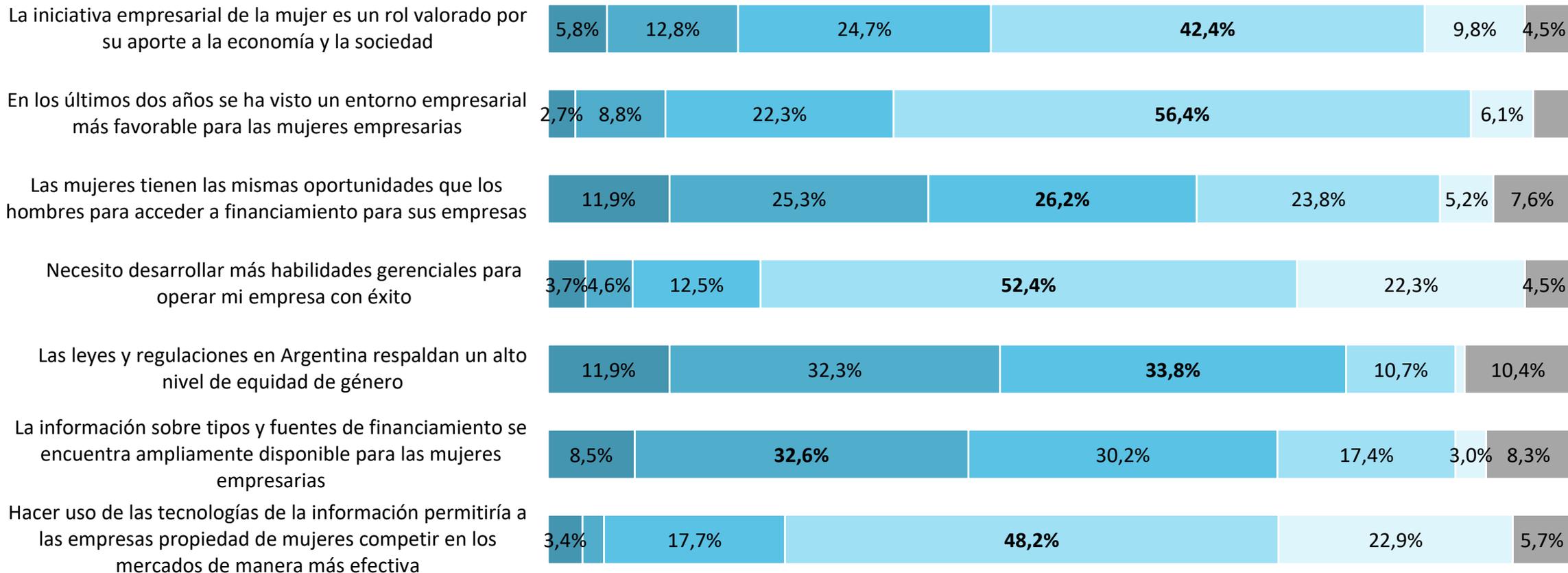


■ Totalmente en desacuerdo     
 ■ En desacuerdo     
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
■ De acuerdo     
 ■ Totalmente de acuerdo     
 ■ No contesta

\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos totales

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

## GENERAL



■ Totalmente en desacuerdo     
 ■ En desacuerdo     
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
■ De acuerdo     
 ■ Totalmente de acuerdo     
 ■ No contesta

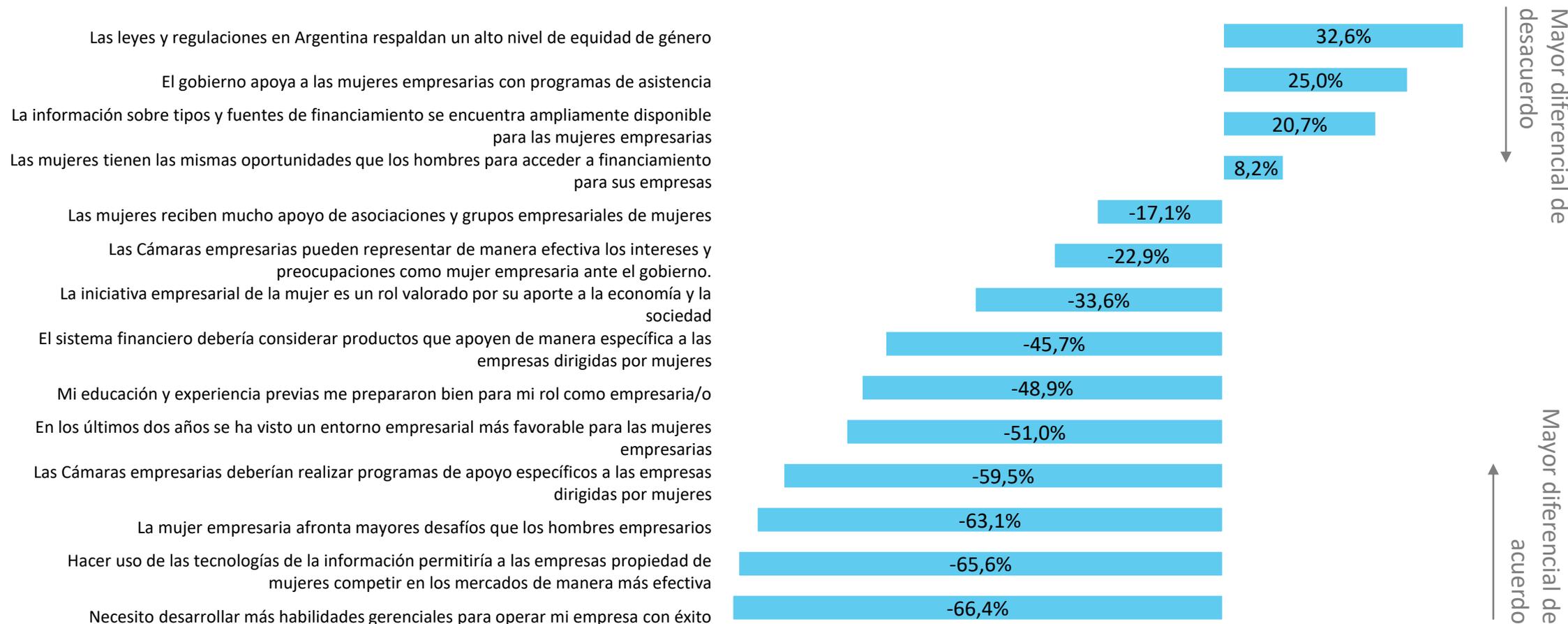
\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos totales

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

## GENERAL

¿Cuán de acuerdo se encuentra Ud. con las siguientes frases.....?

### RANKING DE DIFERENCIALES\*



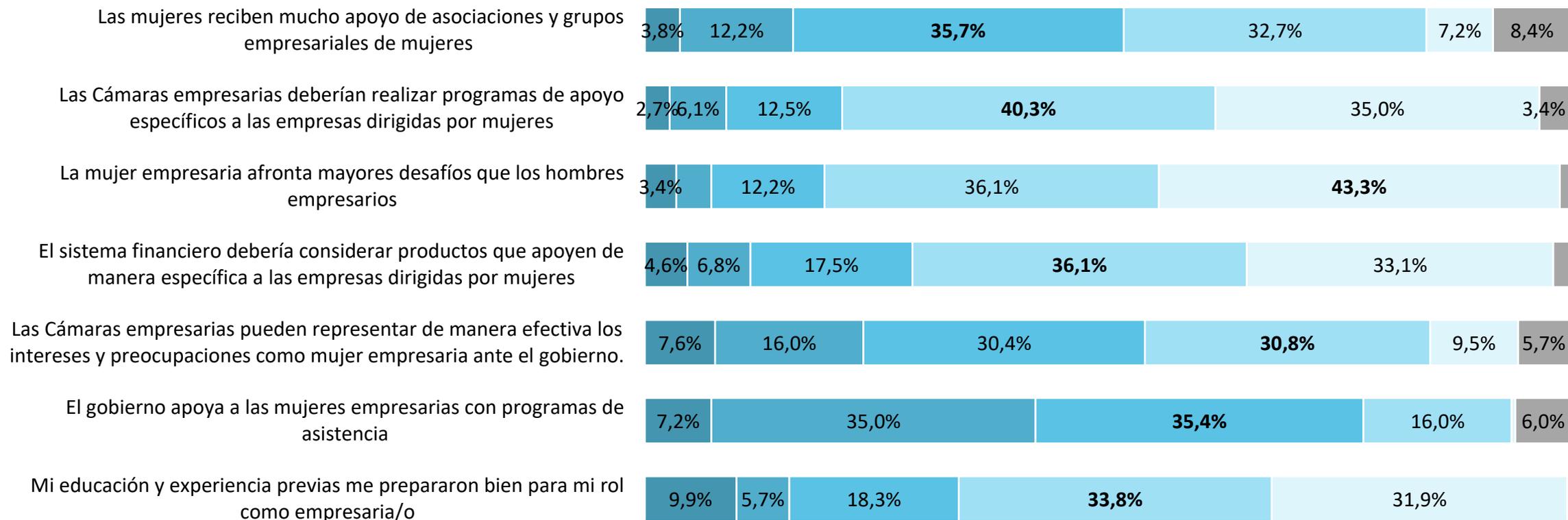
\*Diferencial: (Totalmente en desacuerdo + En desacuerdo) – (De acuerdo + Totalmente de acuerdo)

Base: Casos totales

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

## MUJERES

¿Cuán de acuerdo se encuentra Ud. con las siguientes frases.....?\*

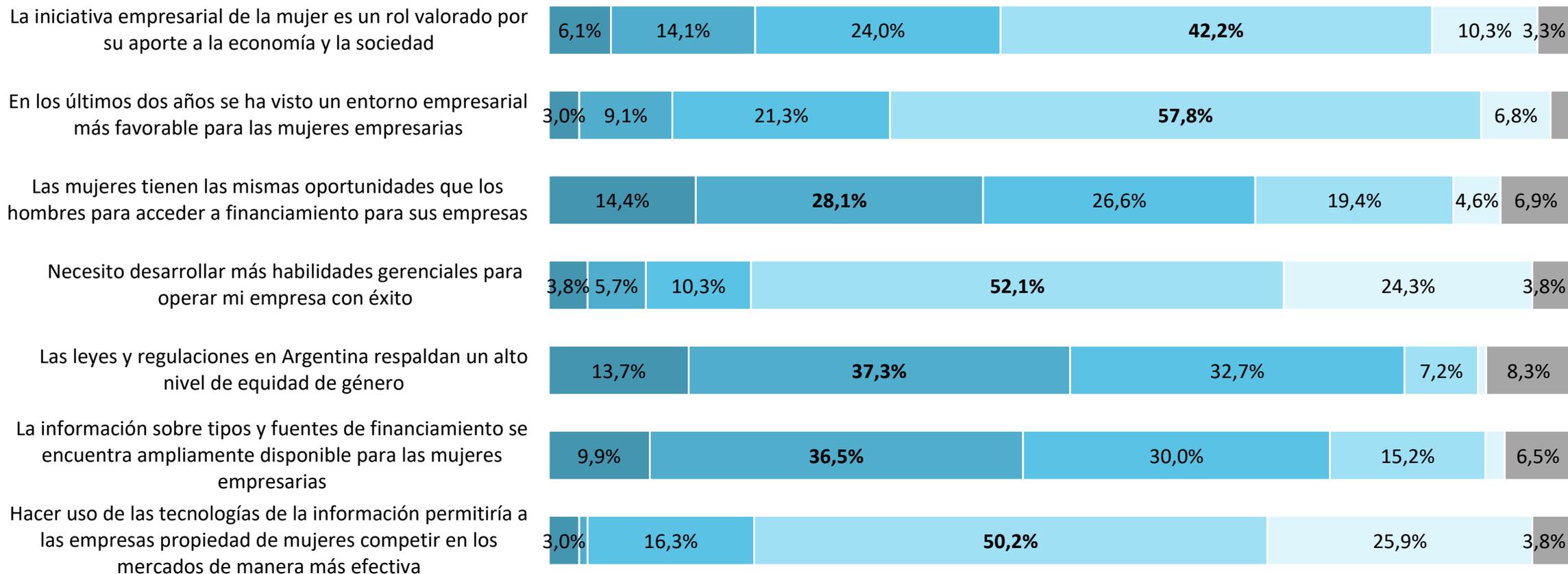


■ Totalmente en desacuerdo     
 ■ En desacuerdo     
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
■ De acuerdo     
 ■ Totalmente de acuerdo     
 ■ No contesta

\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos mujeres

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

## MUJERES



■ Totalmente en desacuerdo     
 ■ En desacuerdo     
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
■ De acuerdo     
 ■ Totalmente de acuerdo     
 ■ No contesta

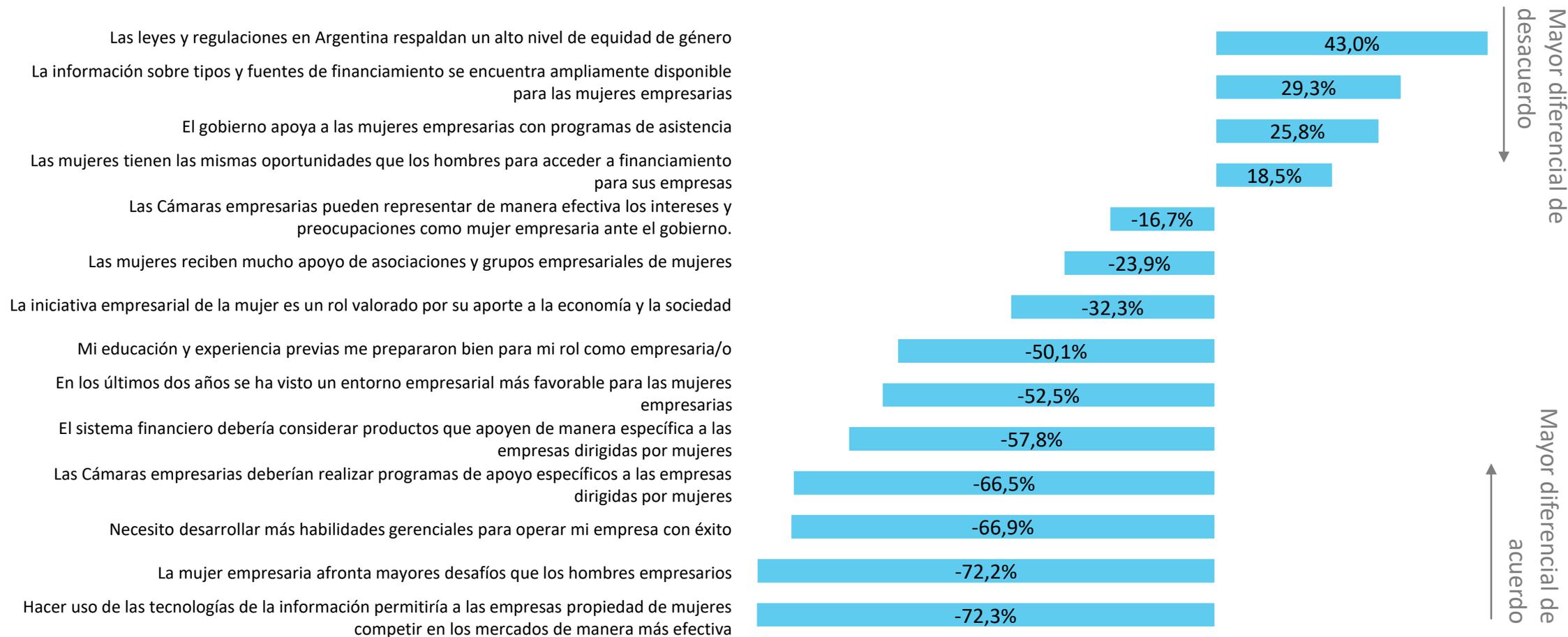
\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos mujeres

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

## MUJERES

¿Cuán de acuerdo se encuentra Ud. con las siguientes frases.....?

### RANKING DE DIFERENCIALES\*



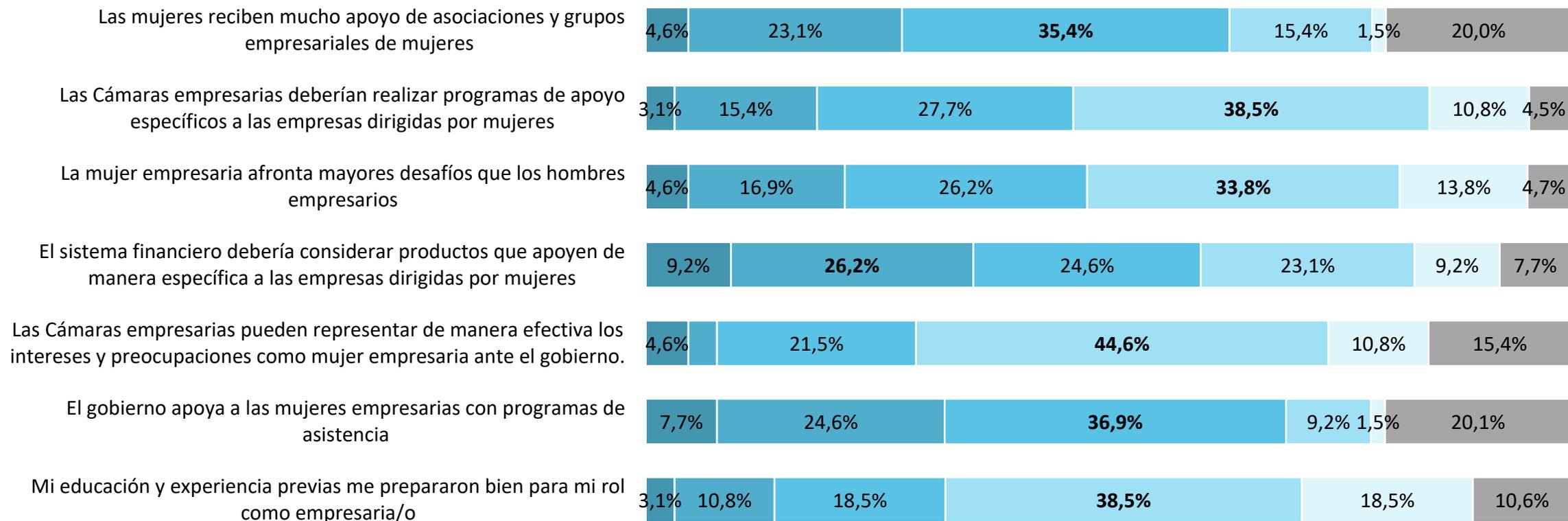
\*Diferencial: (Totalmente en desacuerdo + En desacuerdo) – (De acuerdo + Totalmente de acuerdo)

Base: Casos mujeres

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

## VARONES

¿Cuán de acuerdo se encuentra Ud. con las siguientes frases.....?\*

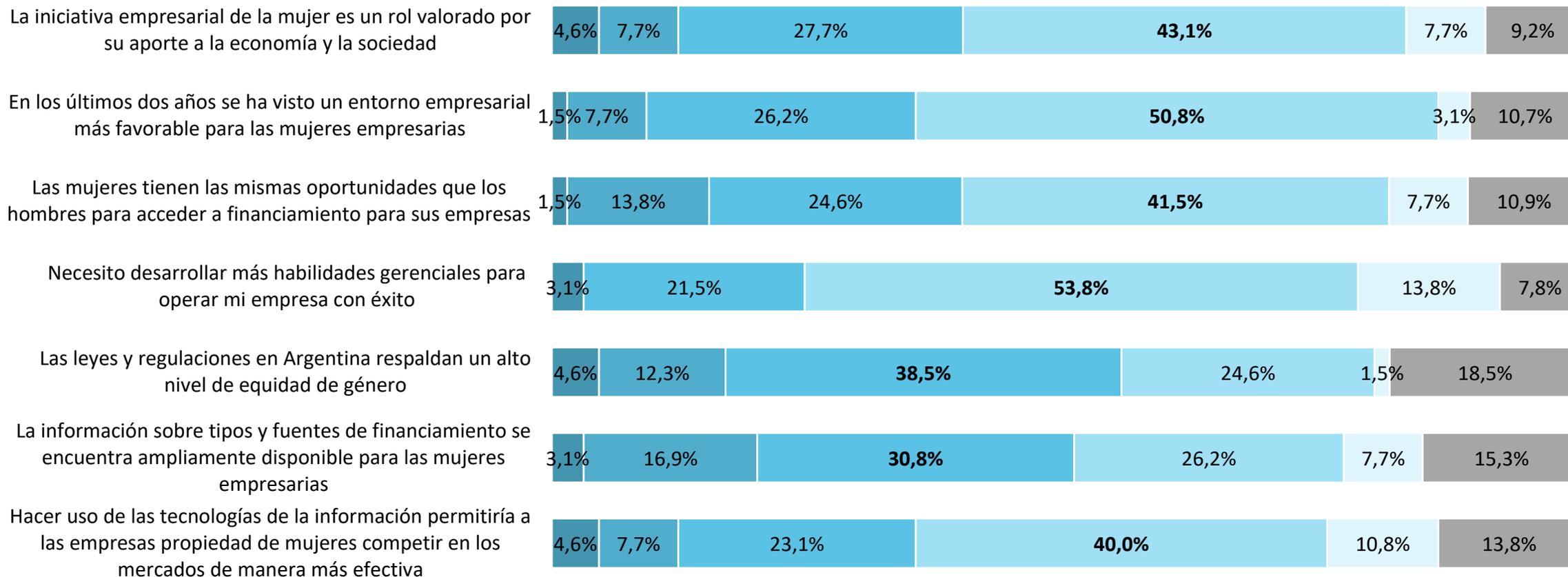


■ Totalmente en desacuerdo     
 ■ En desacuerdo     
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
■ De acuerdo     
 ■ Totalmente de acuerdo     
 ■ No contesta

\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos varones

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

## VARONES



■ Totalmente en desacuerdo     
 ■ En desacuerdo     
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
■ De acuerdo     
 ■ Totalmente de acuerdo     
 ■ No contesta

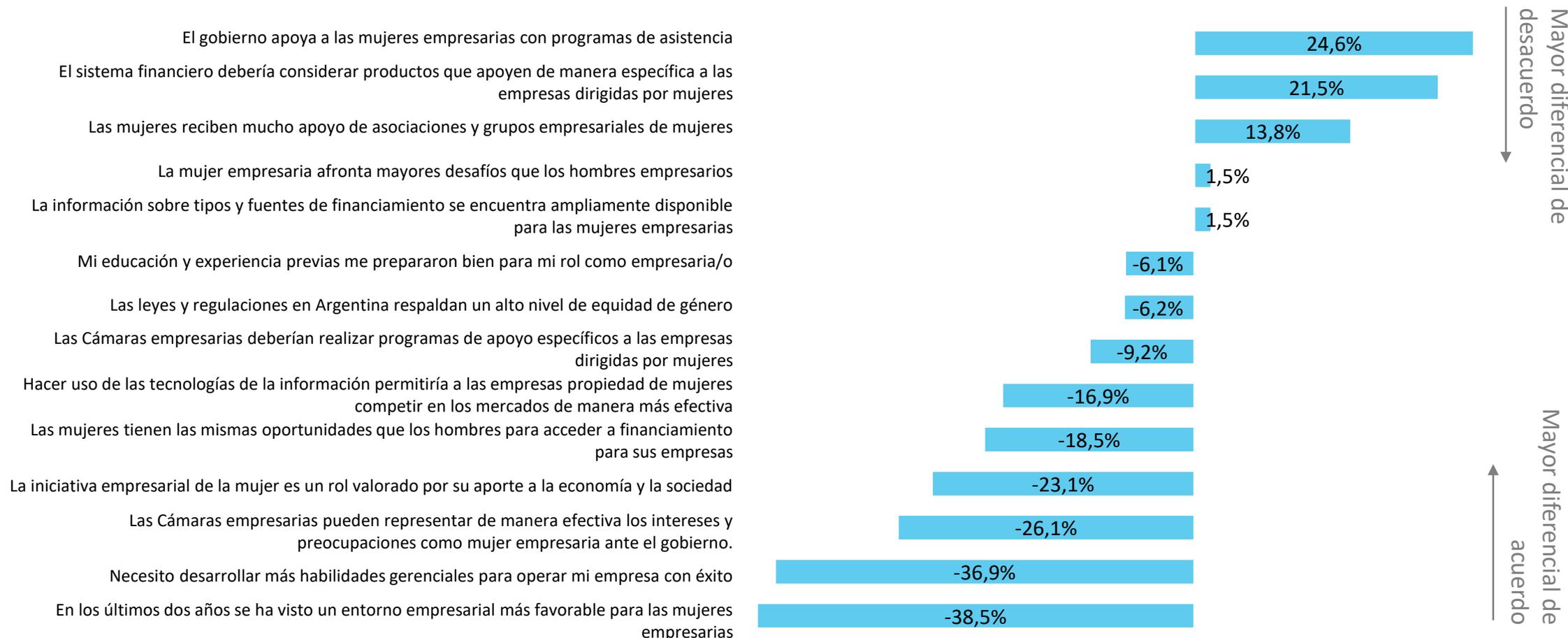
\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos varones

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

VARONES

¿Cuán de acuerdo se encuentra Ud. con las siguientes frases.....?

## RANKING DE DIFERENCIALES\*

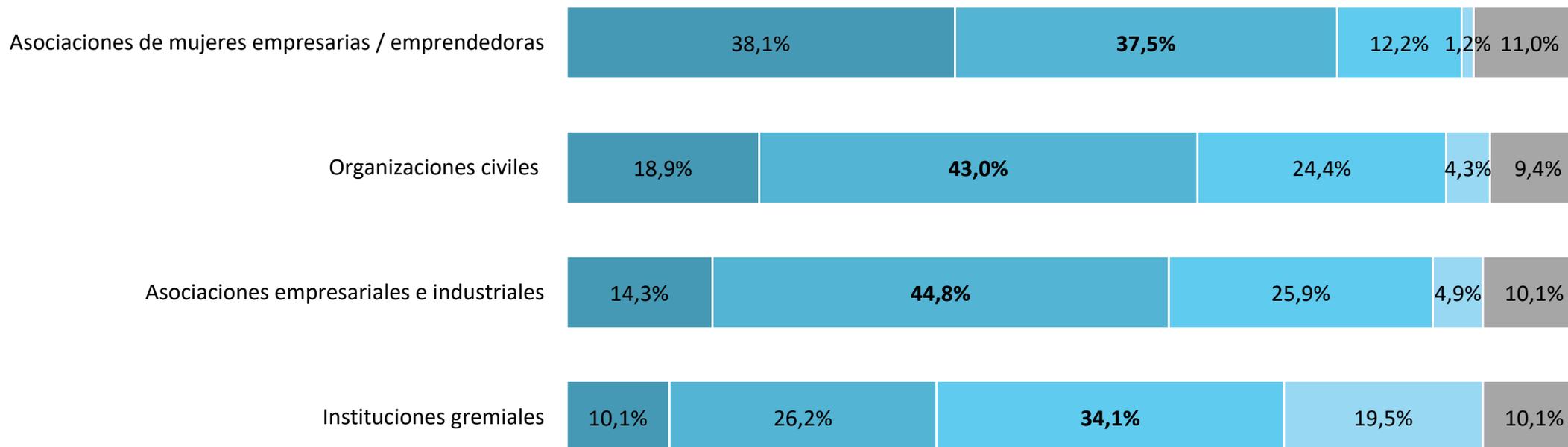


\*Diferencial: (Totalmente en desacuerdo + En desacuerdo) – (De acuerdo + Totalmente de acuerdo)

Base: Casos varones

## GENERAL

Según su percepción, ¿Cuál es el grado de influencia sobre las políticas públicas referidas al desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer que tienen los siguientes actores:\*

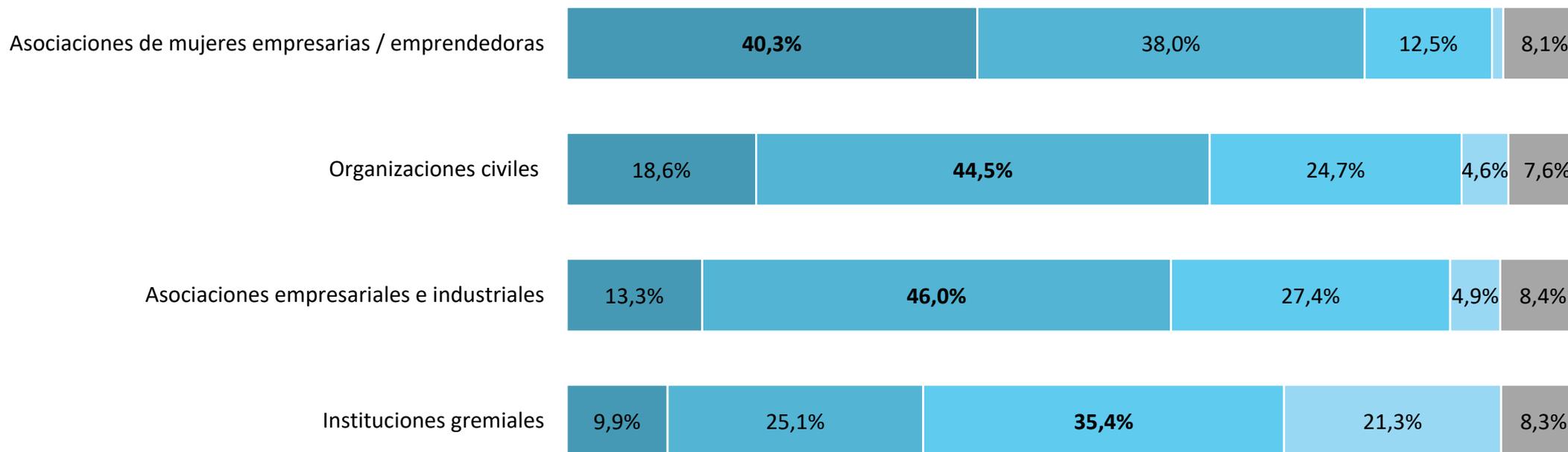


■ Mucha influencia  
 ■ Relativa influencia  
 ■ Baja influencia  
 ■ Ninguna influencia  
 ■ No contesta

\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos totales

## MUJERES

Según su percepción, ¿Cuál es el grado de influencia sobre las políticas públicas referidas al desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer que tienen los siguientes actores:\*



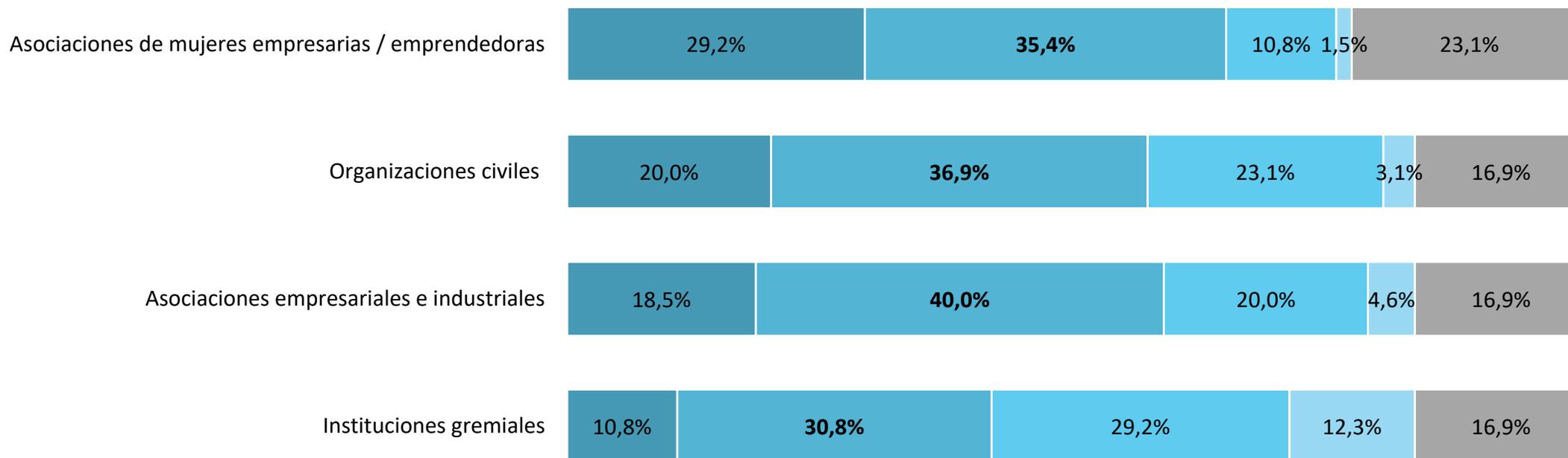
■ Mucha influencia   
 ■ Relativa influencia   
 ■ Baja influencia   
 ■ Ninguna influencia   
 ■ No contesta

\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos mujeres

# Condiciones para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer

## VARONES

Según su percepción, ¿Cuál es el grado de influencia sobre las políticas públicas referidas al desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer que tienen los siguientes actores:\*



■ Mucha influencia ■ Relativa influencia ■ Baja influencia ■ Ninguna influencia ■ No contesta

\*Respuesta única por ítem  
Base: Casos varones



Financiado por la Unión Europea



**“Esta publicación ha sido producida con el apoyo financiero de la Unión Europea. Sus contenidos son responsabilidad exclusiva del equipo de consultores y no reflejan necesariamente las opiniones de la Unión Europea.”**