

ANÁLISIS 2.0 ENCUESTA MIPYME - SECRETARÍA GENERAL IBEROAMERICANA

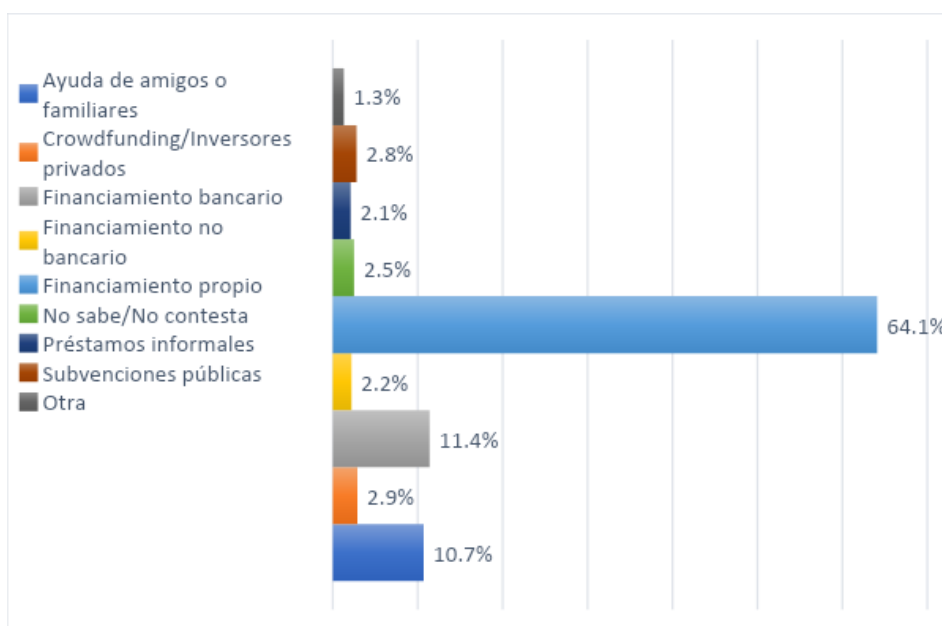
EJE - GÉNERO

Introducción

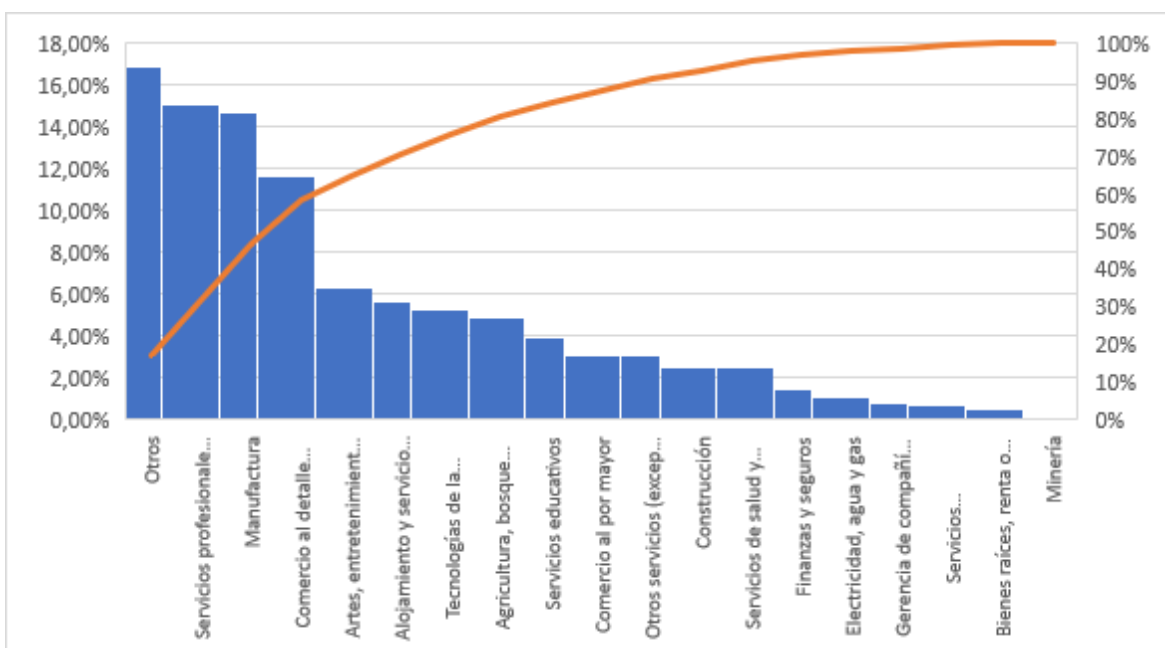
Sobre los datos obtenidos con la encuesta MIPYME, hemos realizado un análisis con perspectiva de género, enfocado en visibilizar el importante papel que tienen las mujeres en la composición del tejido empresarial iberoamericano, sus rasgos de competitividad y también, sus principales desafíos. A continuación se abordan cuáles son los principales retos que enfrentan las Mipymes creadas por mujeres, cuál es la magnitud de la brecha de acceso al capital para crear una Mipyme, en qué países se acentúa, y una mirada comparativa a las pymes creadas por mujeres y por hombres, con el objetivo de poner en relieve los principales aspectos en los que la brecha de género se materializa. Adicionalmente, hemos querido evidenciar algunos rasgos de oportunidad, como en dónde se concentra el liderazgo femenino a nivel empresarial y en qué sectores es más fácil para ellas acceder a financiación.

1) Brechas de género a la hora de crear una MIPYME:

Se encontró que la principal fuente de financiamiento de las empresas lideradas por mujeres, son los recursos propios; destaca el limitado acceso a financiamiento bancario o subvenciones públicas.

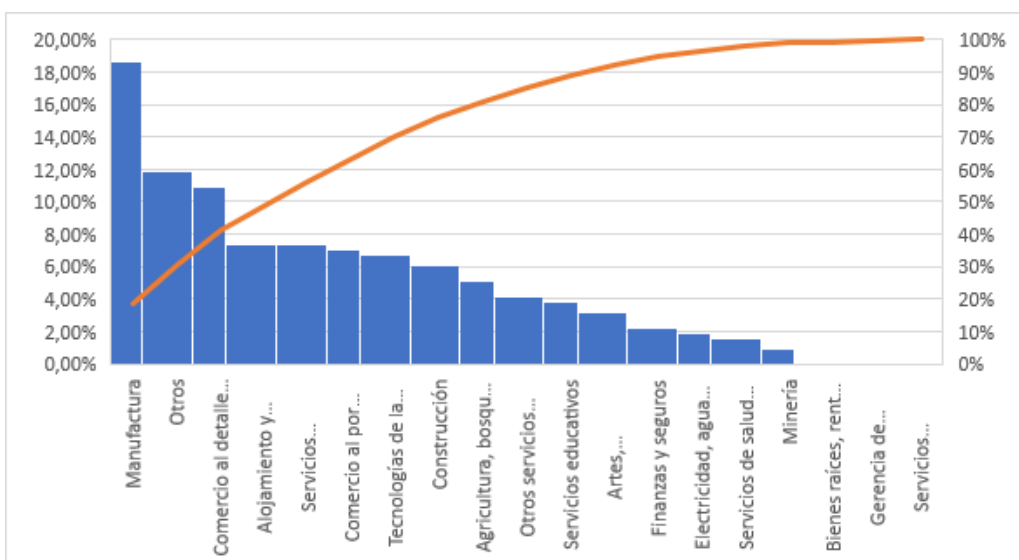


2) ¿En qué sectores se concentran las empresas lideradas por mujeres?



Se observa mayoritariamente la categoría “otros”, en la que se agrupan actividades como artesanías, emprendimientos locales, estética, cosmética, entre otros, seguido por servicios profesionales y manufacturas. En seguida veremos si estos sectores son atractivos para las entidades bancarias o si por el contrario puede ser esa la causa del limitado acceso a estas formas de financiación.

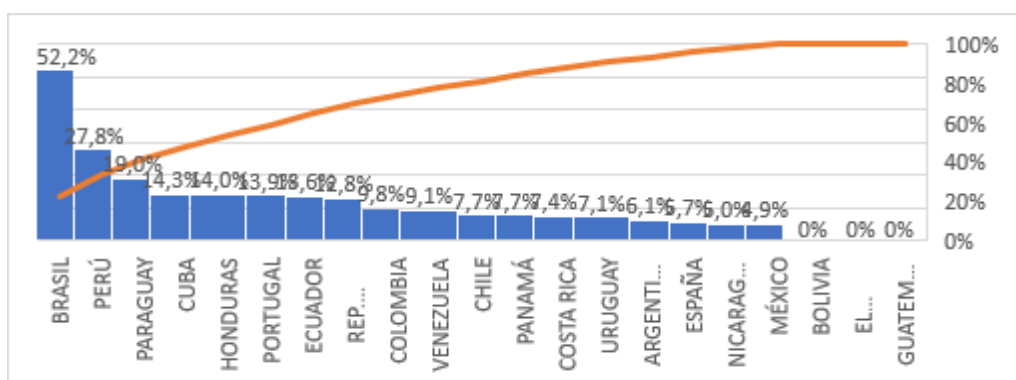
3) ¿En estos sectores, es más fácil el acceso a créditos bancarios?



Se observa que el acceso a financiación bancaria se da de manera preferente a sectores muy similares a los que se dedican las mujeres. Por lo tanto, la dificultad de acceso a financiamiento bancario debe obedecer a otros factores que contribuyen a ampliar la brecha de género, tales como una menor preparación académica, emprendimientos de pequeña escala, marginalidad entre otros.

4) ¿En qué país se identifica una mayor dificultad a la hora de acceder a financiación?

Los países en los que las mujeres que lideran una MIPYME, no accedieron a financiación bancaria fueron Guatemala, El Salvador y Bolivia. Por el contrario, en Brasil, el 52,2% obtuvieron financiación bancaria para poner en marcha su empresa. Los países restantes, el acceso a financiación bancaria no alcanzan el 30%.



A continuación, se analizan dos cuestiones que podrían explicar el escaso acceso a financiación bancaria por parte de las MIPYMEs lideradas por mujeres, teniendo en cuenta los sectores en los que se concentran en comparación con los sectores que más apoyo reciben de las entidades bancarias:

5) Principales dificultades de las MIPYMEs dirigidas por mujeres

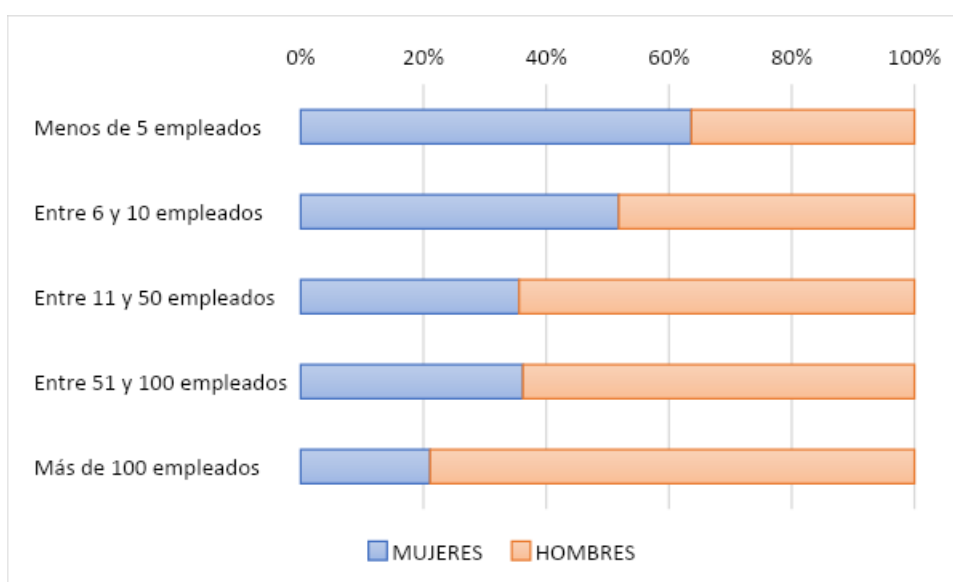


Como consecuencia de los factores detallados anteriormente, se encuentra que la inflación y la falta de financiamiento son las principales dificultades identificadas por las mujeres que lideran una MIPYME.

6) Una mirada comparativa a las pymes creadas por mujeres y por hombres

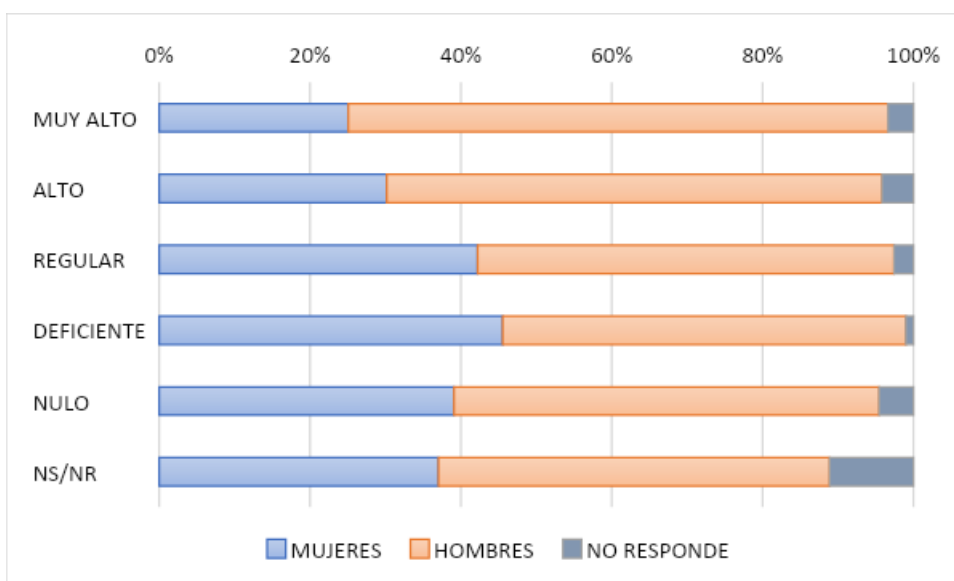
Con el fin de identificar las brechas que aún persisten entre hombres y mujeres a la hora de iniciar y liderar una MIPYME, se realizó un análisis comparativo de los datos recogidos en la muestra, relacionados con los siguientes aspectos:

TAMAÑO DE LAS MIPYME



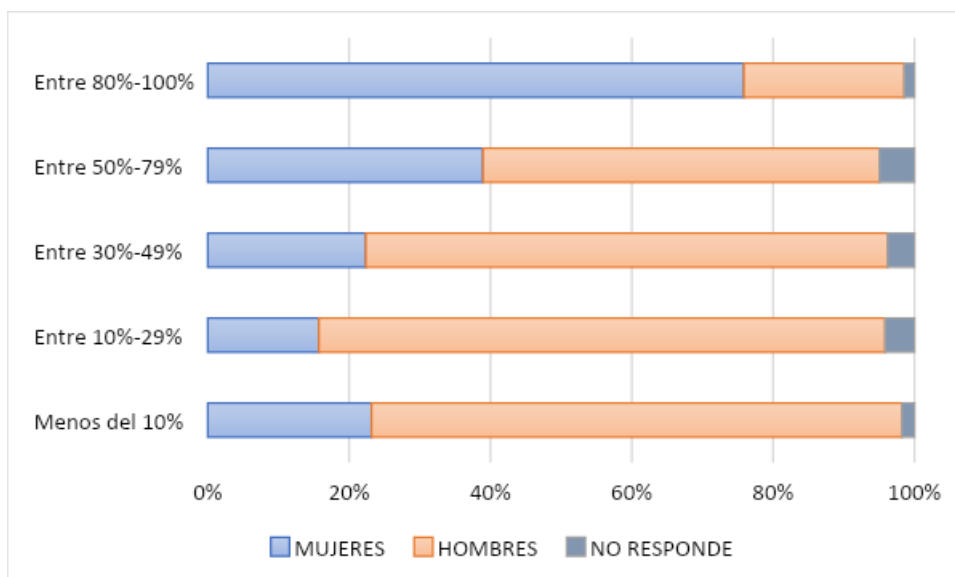
Se observa que una alta proporción de las MIPYMES lideradas por mujeres tienen un tamaño menor a los 10 empleados. Destaca que sólo un 13% de las empresas con más de 100 empleados son lideradas por mujeres, lo que corrobora que aspectos como falta de recursos y la dificultad en el acceso a financiación pueden afectar la consolidación y crecimiento de estas MIPYMES.

NIVEL DE DIGITALIZACIÓN



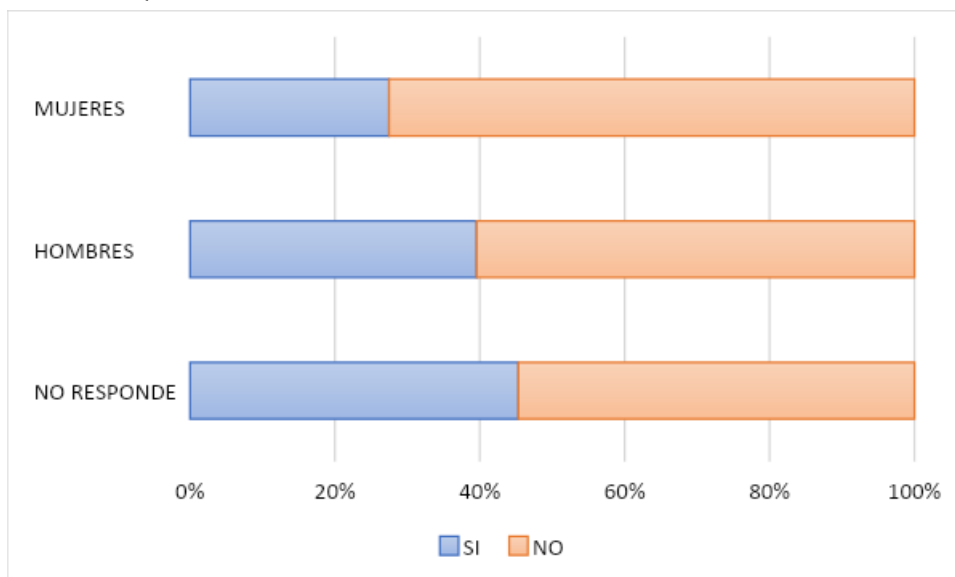
En este aspecto también se identifica una brecha en el nivel de digitalización que alcanza un mayor porcentaje en las empresas lideradas por hombres.

PORCENTAJE DE MUJERES EMPLEADAS



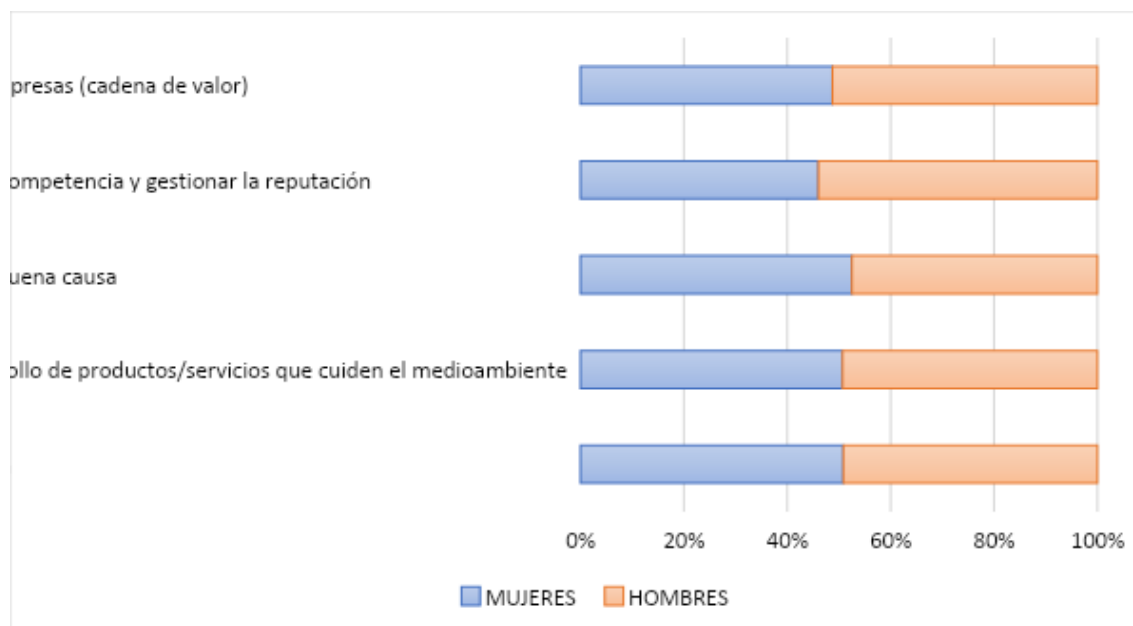
En este gráfico se evidencia que un 35% de las empresas lideradas por mujeres cuentan un porcentaje mayor al 80% de personal femenino y un 31% ese porcentaje se encuentra entre el 50% y el 79%. Se puede decir de esta forma que para las mujeres líderes una forma de equilibrar esta brecha es privilegiar la contratación de otras mujeres en un 66%.

MIPYMES QUE EXPORTAN



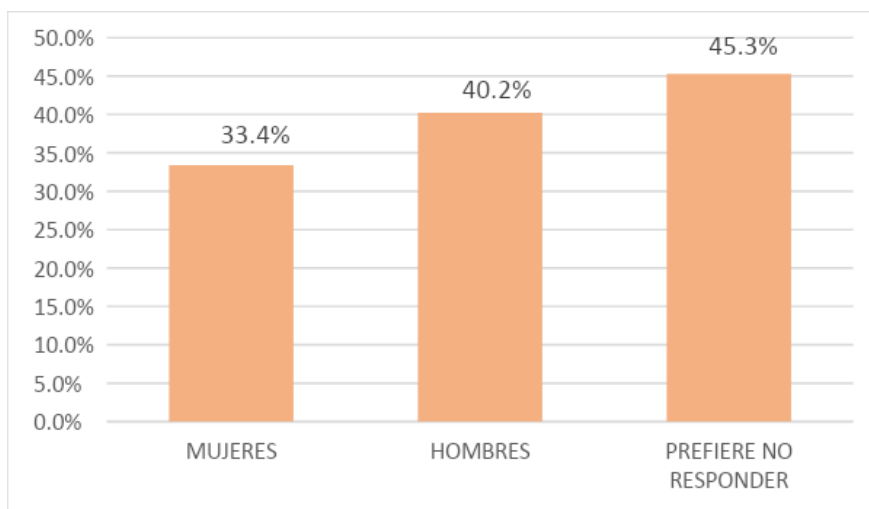
Se observa un porcentaje mayor en las exportaciones realizadas por MIPYME lideradas por hombres que alcanza un 39,57% frente a la cifra de 27,48% de las MIPYME lideradas por mujeres. Es importante acotar que, de las 75 empresas lideradas por una persona no binaria, 45,33% tienen actividades de exportación.

Motivaciones de las MIPYME de apostar por un plan de sostenibilidad



Los datos arrojados al cruzar estas variables, indican que no hay mayor variación en las motivaciones que llevan a las MIPYME lideradas por mujeres a implementar un plan de sostenibilidad, con respecto a las que lideran los hombres. Se observa un porcentaje ligeramente mayor en aspectos ambientales como el ahorro de energía y agua (23,1% en mujeres frente a un 22,3% en hombres); Implementar el desarrollo de productos/servicios que cuiden el medioambiente (30,4% en mujeres frente a un 29,6% en hombres); y Formar parte de una buena causa (19,8% en mujeres frente a un 17,9% en hombres). Por el contrario, aquellos aspectos relacionados con el valor agregado que estos planes de sostenibilidad brindan a las empresas como Estar a la altura de la competencia y gestionar la reputación o Exigencias de otras empresas (cadena de valor), generan un interés levemente mayor en los hombres.

Empresas con protocolo de atención de acoso/abuso sexual por género de líder



En cuanto a las empresas lideradas por mujeres que cuentan con protocolo de atención en casos de acoso/abuso sexual, se encontró que, de 757 empresas lideradas por mujeres, solo el 33,4% cuentan con este instrumento, porcentaje que aumenta a 40,2% en las empresas lideradas por hombres y que llega al 45,3% en las empresas que son lideradas por personas que prefieren no identificarse con uno u otro género.