

Situación de las Mipymes en Uruguay:

Emprendimiento femenino y digitalización

Organiza: **Unidad Mypes – Departamento de Desarrollo Económico de la IM.**

Exponen:

María Messina

Ricardo Castro

Adriana Rivas Sellanes



Intendencia
Montevideo



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

- **¿EMPRENDE MENOS LAS MUJERES QUE LOS HOMBRES?**

- **Expositores:**

- Messina Scolaro, María,
- Castro Silva, Ricardo,
- Rivas Sellanes, Adriana.

Datos

- Las mujeres representan en torno a la mitad de la población mundial
- Sólo el 16% de los fundadores de start-ups son mujeres

OECD, 2017

DATOS

- Las inversiones en start-up que cuentan con al menos una mujer en el equipo fundador tuvieron un rendimiento un **63% superior** a las lideradas solo por hombres

First Round, de Silicon Valley

Datos

- **Emprendedoras, en general, operan negocios más pequeños dentro de sectores menos rentables financieramente y con un menor crecimiento que las empresas de sus homólogos masculinos**

Datos

- **Los hombres** suelen **emprender en ámbitos de contenido tecnológico** que presentan más escalabilidad e inmediatez en el retorno de la inversión a diferencia de las mujeres

(Buckland y Cordobés, 2017)

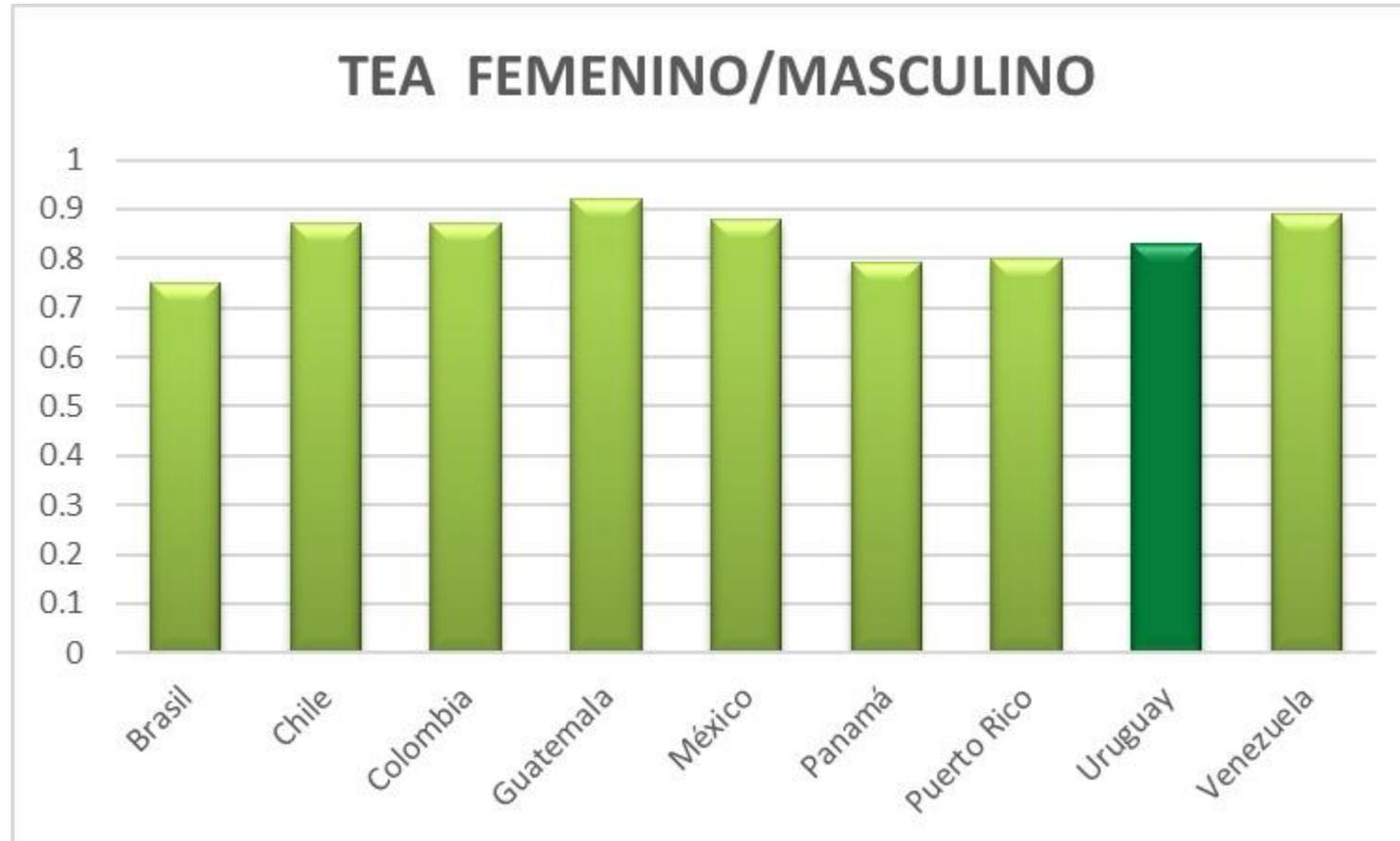
Datos

GEM Mujeres 2021/2022 a nivel mundial:

- actividad de inicio Mujeres: 2 de cada 5 personas emprendedoras
- emprendedores de alto crecimiento: Mujeres 1 de 3
- emprendedores de innovación: Mujeres 1 de 3.

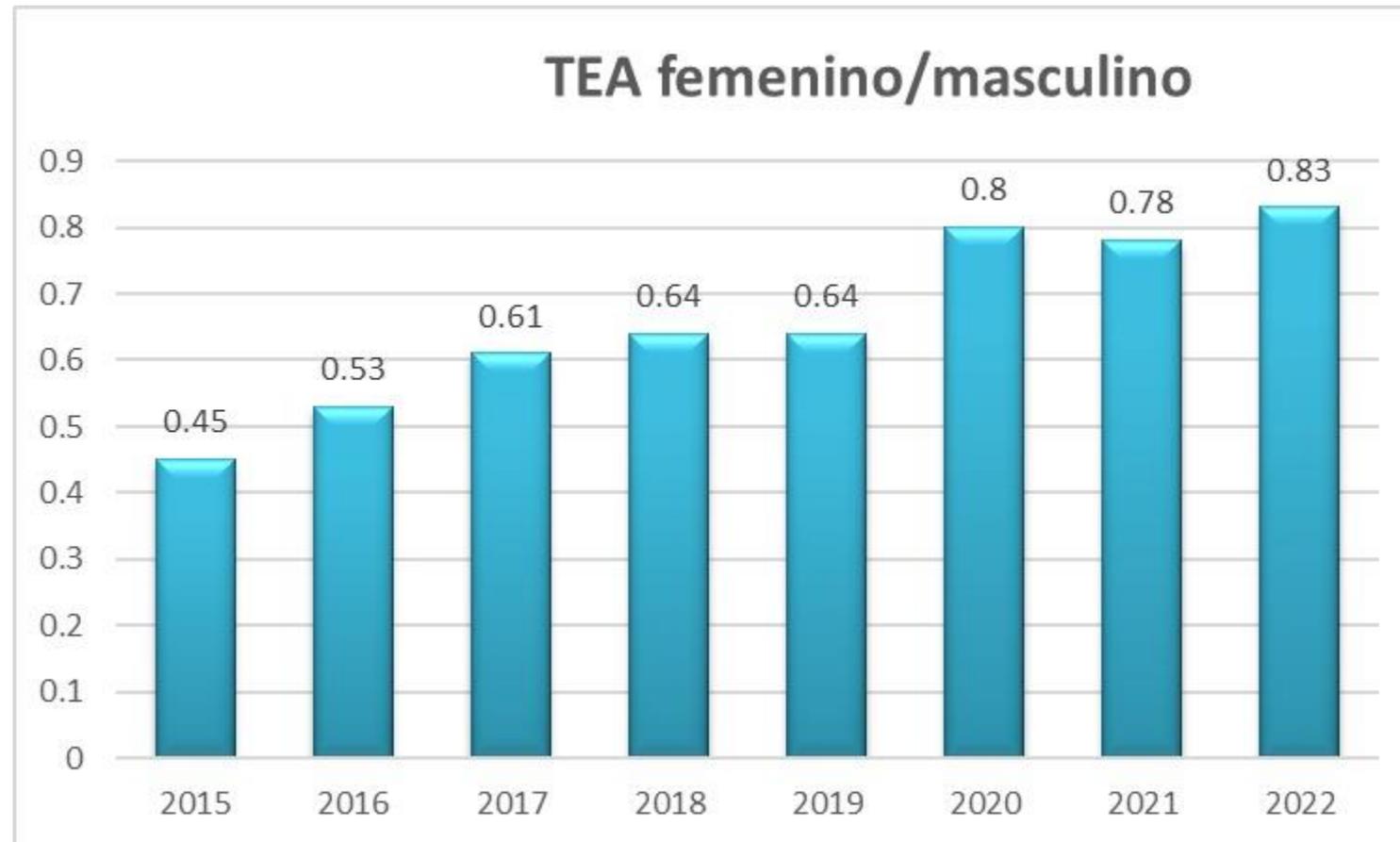
Datos

- GEM Regional 2022:



Datos

- Evolución GEM Uruguay



Datos

Nuestra percepción de la realidad:

- 51 % mujeres
- 70-80% mujeres en programas de habilidades blandas
- 25 % mujeres en emprendimientos exitosos.

Causas

- Las debilidades para las mujeres emprender identificadas en diferentes estudios, llevan a considerar **tres causas importantes** por las cuales las mujeres emprenden menos que los hombres:
 - ***Fuentes de financiamiento***
 - ***Importancia de las redes***
 - ***Factores institucionales del ecosistema emprendedor***

Causas

Fuentes de financiamiento

- **Las mujeres emprendedoras tienden a financiarse con recursos personales, familiares y amigos.**
- **Tienen pocas y no diversificadas fuentes de financiación**
- **Escasa confianza en inversores privados y redes empresariales**

Causas

Importancia de las redes

- Las mujeres emprendedoras en América Latina en el 80% tienen hijos y el equilibrio entre la vida familiar y profesional es su principal desafío.
- Las redes en que participan son en general más pequeñas comparado con los hombres.
- En relación a la composición son relaciones sociales y familiares con fuertes lazos que las caracterizan como más homogéneas.

Causas

Factores institucionales del ecosistema emprendedor

- Falta desarrollar normas culturales que contemplen al sector femenino de los emprendimientos.
- Reciente implementación de factores de desarrollo específicos para las mujeres emprendedoras.

Recomendaciones

Se deberían generar:

- Fuentes de financiamiento que prioricen a las mujeres y trabajar en el desarrollo de la cultura financiera en mujeres.
- Promover programas e instrumentos que permitan mejorar las redes de contacto que contemplen sistemas de cuidados familiares.
- Desarrollar los factores institucionales de los ecosistemas emprendedores que afectan el desarrollo emprendedor femenino.

Nuestras acciones

Red Mujer[ES] Mujeres Emprendedoras Sociales:

- Proyecto integral, inter-organizacional y regional sobre emprendedurismo y género cuyo objetivo es desarrollar competencias emprendedoras sociales en población de mujeres de Argentina, Brasil, Colombia, Nicaragua, Paraguay y Uruguay (6 Nodos).
- **Naciones Unidas 2018-2020. (6 países). Mujeres líderes de proyectos universitarios**
- **CYTED 2021-2024.(11 países): Colombia emprendimientos artesanas, Brasil mujeres en el carnaval).**

• DIGITALIZACIÓN DE LA PYME EN URUGUAY

Expositores:

- Messina Scolaro, María
- Castro Silva, Ricardo
- Rivas Sellanes, Adriana

Justificación

Digitalización:

- Oportunidad – amenaza

Transformación digital:

- Desafío estratégico
- Mipymes, están requiriendo apoyarse cada vez más en las tecnologías de la información y las comunicaciones

La transformación digital , como dicen muchos especialistas, se emerge como la *cuarta revolución industrial* (Larroze, 2019)

El mundo está encontrando una *nueva forma de conocer su realidad y de transformarla* a través del uso de las nuevas herramientas tecnológicas

Objetivo

- Analizar el grado de digitalización de la pyme, considerando sus estrategias y las barreras que señalan los gerentes a la hora de desarrollar la digitalización en su empresa.

Metodología

- Muestreo estratificado
- Encuesta en una plataforma online
- Muestra de 315 empresas uruguayas
- Distribución por:
 - Actividad Económica,
 - Tamaño de la Empresa y
 - Departamento

Resultados

- El grado de digitalización viene determinado por el equipamiento tecnológico
- Tecnologías básicas y avanzadas.

Resultados

TECNOLOGÍAS BÁSICAS

Página web propia

Hacemos ventas en portal propio de comercio electrón

Comercio electrónico en Marketplace (Amazon o equiva

Redes sociales con fines comerciales

Banca digital

Teletrabajo

TECNOLOGÍAS AVANZADAS

ERPs (sistemas integrados de gestión)

Intranet corporativa

Servicios para cubrir la ciberseguridad

Big data y software de análisis de datos

Robotización, sensorización

Localización, Internet de las cosas

Resultados

- *Tecnologías básicas*
- Adoptadas por prácticamente más de la mitad de las empresas.
- El primer grupo lo conforman las tecnologías adoptadas por prácticamente más de la mitad de las empresas. Sobre todas destacan las redes sociales con fines comerciales (87,3%).
- El menor grado de desarrollo se asocia al comercio electrónico en Marketplace (22,1%)

Resultados

- Tecnologías avanzadas.
- Adoptadas como máximo por un tercio de las empresas
- Un 35,5% utiliza dispositivos de localización.
- Un 26,8% cuentan con sistemas integrados de gestión.

Resultados

- Las empresas de servicios son las más digitalizadas, especialmente destacan en redes sociales, intranet y banca digital.
- Cuando analizamos entre tamaño y adopción de tecnologías, se da que *a mayor tamaño menor adopción de tecnología*. Las mayores diferencias residen en redes sociales con fines comerciales y en web propia.
- Si observamos entre digitalización y antigüedad de la se plantea que las que *adoptan más tecnologías son las empresas jóvenes frente a las más maduras*, existiendo diferencias notorias.

Resultados

Motivadores para la digitalización:

- *El principal motivador de la digitalización es el conocimiento de sus posibilidades y ventajas.*
- *El sector servicios valora por encima del resto la importancia de los distintos impulsores a la digitalización*

Barreras a la digitalización:

De la serie de barreras presentadas son las más relevantes

- falta de financiación,
 - altos costes de inversión y
 - falta de personal cualificado.
-
- La menor importancia se sitúa el mal recibimiento por los trabajadores y la ciberseguridad.

Conclusiones

- El análisis de datos revela una relación entre nivel de uso y satisfacción con las diferentes tecnologías digitales. En general, como tecnologías más utilizadas redes sociales con fines comerciales, página web propia y la banca digital
- En cuanto a las tecnologías avanzadas la diferencia con el sector de construcción es mayor, dado que no aplica tecnologías de avanzadas, salvo en el tema de localización, lo cual es entendible por las actividades que desarrollan.
- Impulsores/motivadores de la digitalización son el conocimiento de posibilidades y ventajas y la formación directiva en digitalización. La menor importancia es la formación en general y la automatización de procesos.
- Las principales barreras son la falta de financiación, los altos costos de inversión y la falta de personal cualificado las que reciben una puntuación mayor. Las de menor importancia se sitúa el mal recibimiento por los trabajadores y la ciberseguridad.

Observatorio Iberoamericano de la MIPYME

- 2021, analizamos el Impacto Económico de la crisis COVID-19 en las MIPYMES de Uruguay.
- 2022, nos enfocamos en la **Digitalización y el Desarrollo Sostenible de las MIPYMES en Uruguay.**
- 2023, nos centramos en las Estrategias para mejorar la competitividad de la MIPyME en Uruguay.

Gracias

- investigacion.emprendedurismo@fcea.edu.uy
- maria.messina@fcea.edu.uy