

2024

Mujeres

Relevamiento de participación de la mujer en las Pymes

Apartado metodológico



El informe se realizó en base a 3 relevamientos **en 23 provincias** del territorio nacional. En total, se relevaron 2.161 casos.

Las empresarias fueron relevadas en las siguientes fechas:

- Industrias - 8/2 al 17/2: 400 casos
- Comercios - 26/2 al 1/3: 1.254 casos
- General - 16/1 al 27/2: 507 casos

Las industrias fueron encuestadas en el marco del Índice de Producción Industrial Pyme (IPIP). Los comercios fueron consultados durante el relevamiento correspondiente al Índice de Ventas minoristas (IVM), ambos elaborados por la Confederación Argentina de la Mediana Empresa. Por último, el relevamiento general se realizó por separado por el sector de Mujeres Empresarias.

Apartado metodológico



Las **regiones** se encuentran conformadas de la siguiente manera:

- Buenos Aires
- CABA
- Centro: Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe
- Cuyo: Mendoza, San Juan y San Luis
- NEA: Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones
- NOA: Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán
- Patagonia: Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego



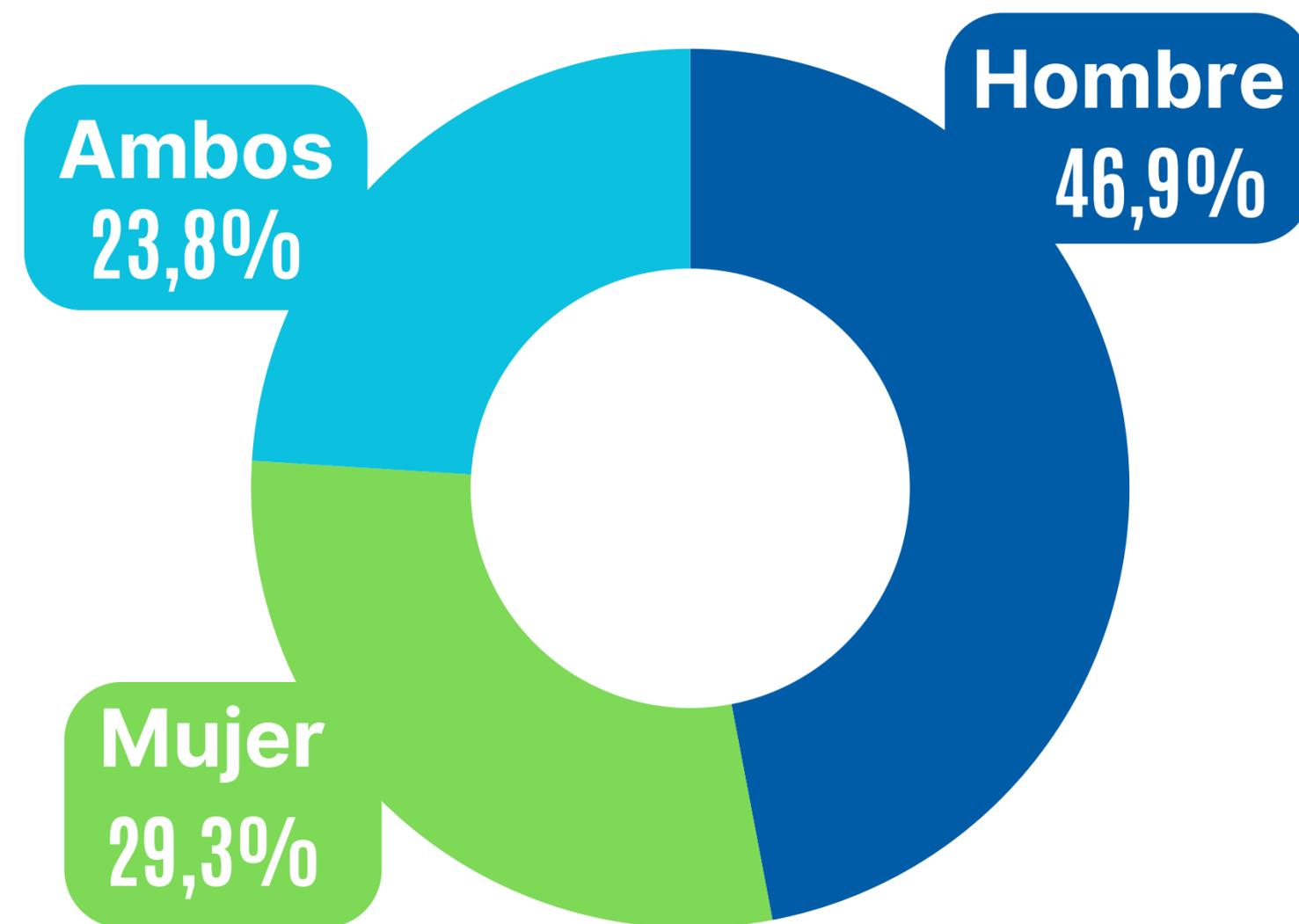
2024

Comercio

Propiedad del comercio

53,1%

Del total de comercios encuestados son **propiedad de mujeres**, ya sea como propietaria única (29,3%) o compartida con un hombre (23,8%)



Propiedad del comercio por RUBRO

Sumando la propiedad de **mujeres** y de **ambos**

Los **más** representados



Perfumería

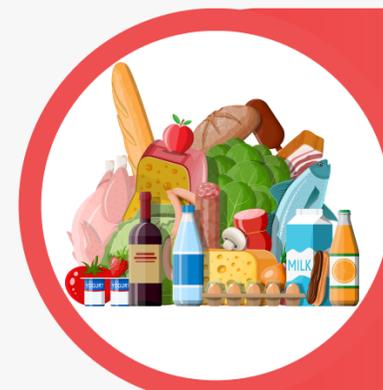
71,7%



Calzado y marroquinería

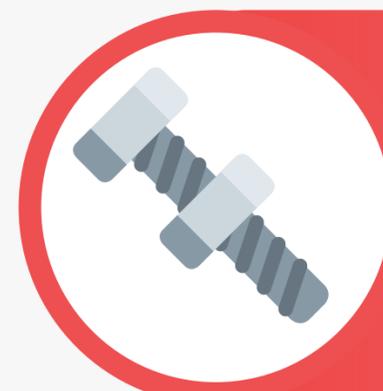
61,3%

Los **menos** representados



Alimentos y bebidas

48,9%



Ferretería y materiales eléctricos y de la construcción

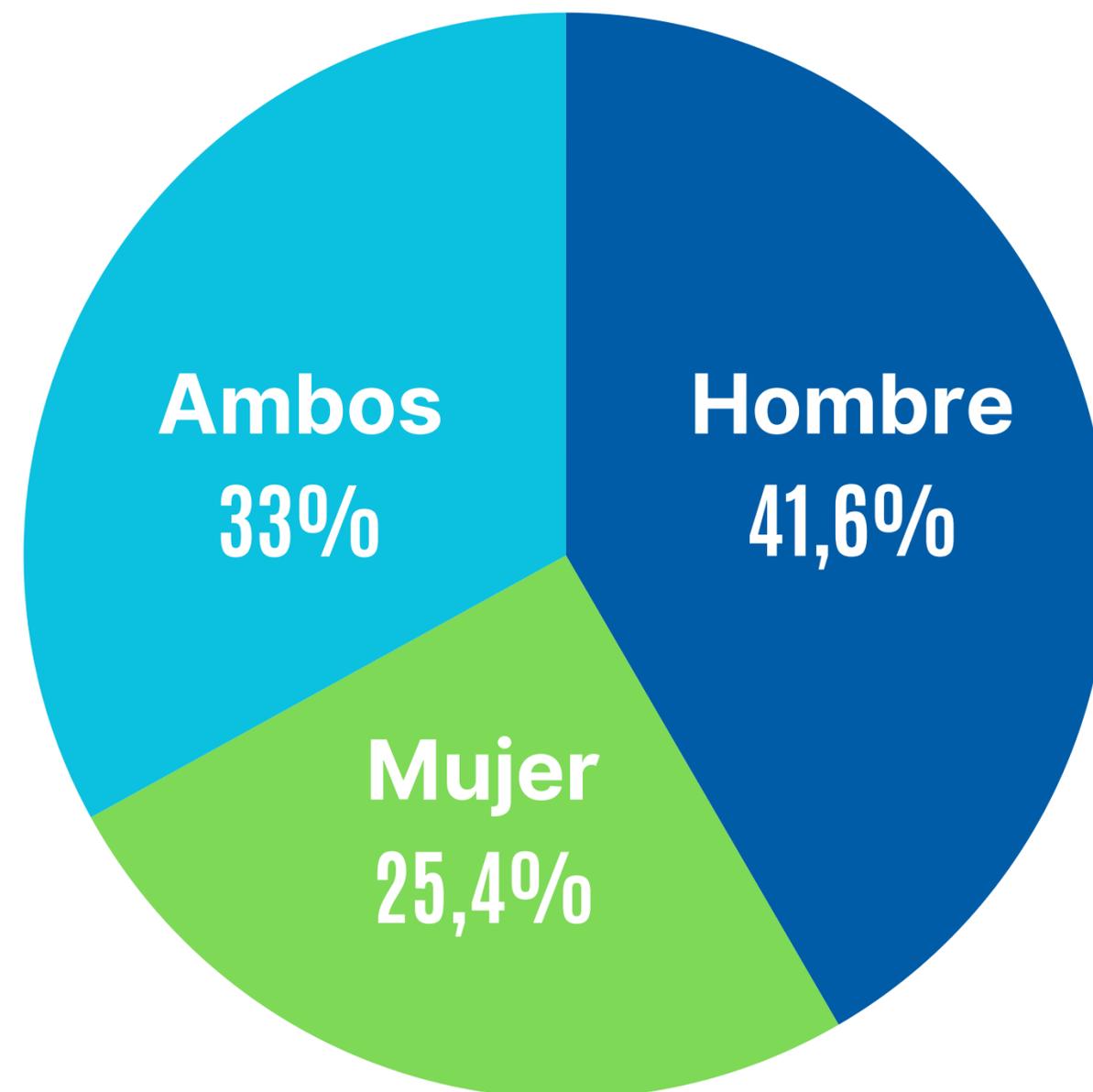
33,5%

Toma de decisiones en el comercio

En el

58,4%

de los comercios encuestados, las **decisiones las toman mujeres**, ya sea como propietaria única (25,4%) o compartida con un hombre (33%)



Toma de decisiones en el comercio por RUBRO

Sumando la toma de decisiones de **mujeres** y de **ambos**



Perfumería

75,5%



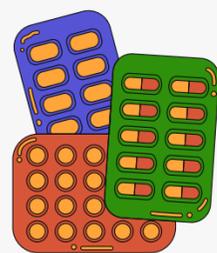
Textil e indumentaria

66,3%



Calzado y marroquinería

64,5%



Farmacia

59,4%



Alimentos y bebidas

57,1%



Bazar, decoración y muebles

55,8%



Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción

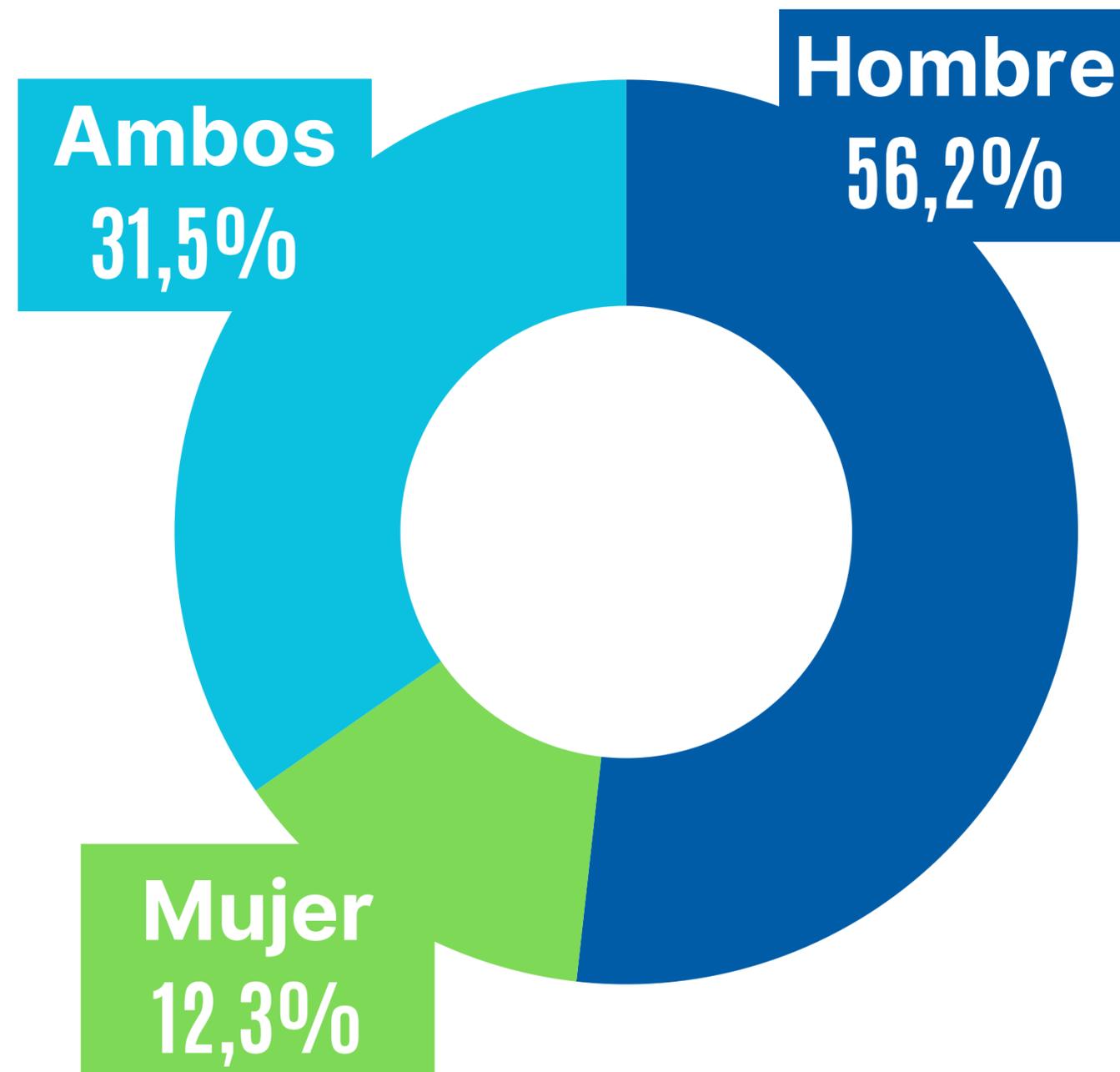
38,7%

Industria

Propiedad de la industria

43,8%

Del total de las industrias encuestadas son **propiedad de mujeres**, ya sea como propietaria única (12,3%) o compartida con un hombre (31,5%)



Porcentaje de mujeres propietarias por rubro

Sumando la propiedad de **mujeres** y de **ambos**

Los **más** representados



Alimentos y bebidas

53%



Textil e indumentaria

49%

Los **menos** representados



Metal, maquinaria y equipo, y material de transporte

39,8%



Papel e impresiones

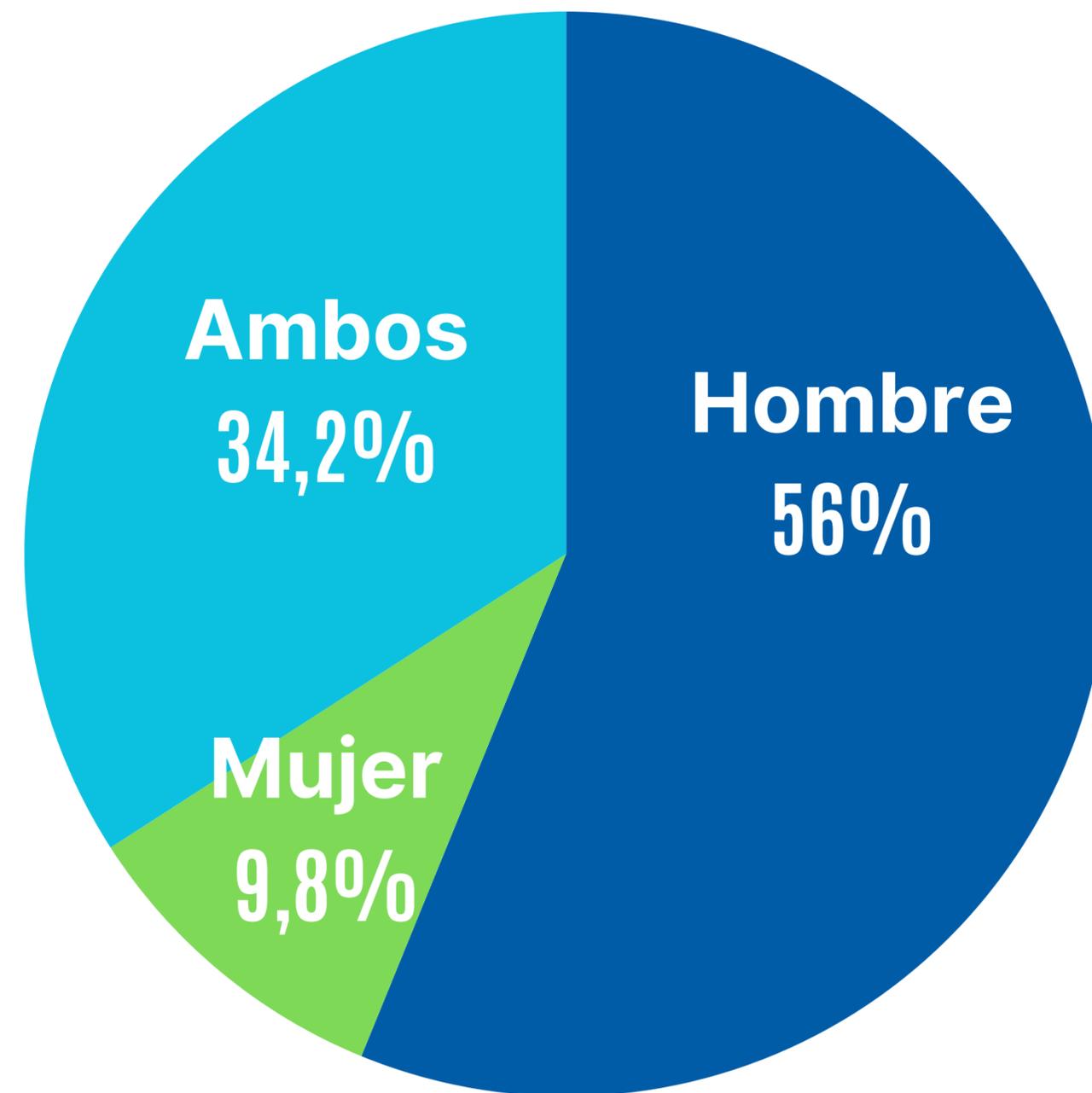
36,5%

Toma de decisiones en la industria

En el

44%

de las industrias encuestadas, las **decisiones las toman mujeres**, ya sea como propietaria única (9,8%) o compartida con un hombre (34,2%)



Toma de decisiones en la industria por RUBRO

Sumando la toma de decisiones de **mujeres** y de **ambos**



Alimentos y bebidas

49,4%



Textil e indumentaria

47,1%



Madera y muebles

46,4%



Químicos

46,2%



Maquinaria y equipo

38,7%



Papel e impresiones

36,5%

Two thick blue lines frame the text. One line starts at the top left, curves down and then right, ending above the text. The other line starts at the bottom right, curves up and then left, ending below the text.

Relevamiento cualitativo

¿Considera que su género implicó algún obstáculo para su desarrollo?

37,70%

de las mujeres encuestadas consideran que **su género implicó un desafío** u obstáculo a la hora de desarrollarse profesionalmente.

¿Cree que, debido a su condición de mujer, tuvo inconvenientes al momento de establecer redes de contactos en el ámbito empresarial?

26,80%

de las mujeres encuestadas enfrentaron obstáculos en conexiones empresariales.

Principales desafíos que han enfrentado las empresarias:



Dificultades para conciliar la vida laboral y familiar debido a expectativas sociales tradicionales.

36,5%



Falta de reconocimiento y valoración de mis capacidades debido a prejuicios de género.

26%



Limitaciones en el acceso a oportunidades de capacitación o formación específicas para mujeres líderes.

12,2%



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

