



SELLO

EMPRESA PROPIEDAD DE MUJERES DE LA PROVINCIA DE SANTA FE

INFORME FINAL - DICIEMBRE 2021

**Woman-Owned Business Enterprise (WBE)
stamp in the Province of Santa Fe**

FINAL REPORT - DECEMBER 2021

AUTORIDADES

Omar Perotti

Gobernador de la Provincia de Santa Fe

Celia Arena

Ministra de Igualdad, Género y Diversidad

Julieta De San Felix

Secretaria de Cooperación Internacional e Integración Regional

Nicolas Cabó

Presidente de la Agencia para el Desarrollo de Santa Fe y su Región (ADER)

Maria de los Angeles Moyano

Secretaria de la Mujer, Género y Diversidad - ADER

COLABORACIÓN TÉCNICA

Maria Eva Bellini

Subsecretaria de Planificación, Evaluación y Cooperación Estratégica de Políticas de Igualdad

Emilia Di Filippo

Asesora Técnica de ADER

Florencia Ojea

Asesora externa

ÍNDICE

RESUMEN	3
ABSTRACT	3
FUNDAMENTACIÓN	4
METODOLOGÍA DE TRABAJO	6
Desarrollo del Marco Normativo del programa	6
Relevamiento de las Empresas Propiedad de Mujeres (EPM)	7
RESULTADOS ALCANZADOS	9
Aspectos técnicos del relevamiento	9
Resultados de las empresas solicitantes	9
Perfil de las personas solicitantes	10
Perfil de las empresas	11
Sobre la participación de mujeres	11
Políticas de promoción de igualdad de género en las empresas	11
Contexto de COVID - 19	12
Empresas lideradas por mujeres	12
REFLEXIONES FINALES	13

RESUMEN

El presente informe tiene como objetivo dar cuenta del trabajo realizado entre el Ministerio de Igualdad, Género y Diversidad de la Provincia de Santa Fe y la Agencia para el Desarrollo de Santa Fe y su Región (ADER) a partir de la implementación del Sello de Empresa Propiedad de Mujeres, financiado en esta etapa primaria de implementación por la Embajada Británica.

En primer lugar, se realiza la fundamentación que permite evidenciar la importancia de la implementación del Sello Empresa Propiedad de Mujeres en la provincia de Santa Fe; luego se da cuenta del proceso metodológico de formulación e implementación; en tercer lugar se exponen los resultados logrados en los dos meses de inscripción al sello habilitados, y por último, exponemos las reflexiones finales.

ABSTRACT

The objective of this report is to give an account of the work carried out between the Ministry of Equality, Gender and Diversity of the Province of Santa Fe and the Agency for the Development of Santa Fe and its Region (ADER) from the implementation of the Company Seal Owned by Women, funded in this primary stage of implementation by the British Embassy.

In the first place, the foundation is made that allows to demonstrate the importance of the implementation of the Women Owned Business Stamp in the province of Santa Fe; then he realizes the methodological process of formulation and implementation; thirdly, the results achieved in the two months of registration for the authorized stamp are presented, and finally, we present the final reflections.

FUNDAMENTACIÓN

La transversalización de la perspectiva de género en las políticas públicas constituye una estrategia fundamental para disminuir las desigualdades estructurales que existen entre varones, mujeres y diversidades de la provincia de Santa Fe. Promover la autonomía económica de las mujeres, supone no sólo garantizar la capacidad de generar ingresos y recursos propios, sino que su crecimiento dentro de las unidades productivas las ubica en un rol clave en la recuperación económica.

Ese ejercicio requiere de políticas públicas transversales, institucionalizadas y territoriales que se coordinen con otros ministerios y organismos competentes, y que garanticen una articulación público-privada convocando a todos los actores que conforman el ecosistema social.

En este marco, la creciente y masiva inserción laboral de la mujer ha sido uno de los sucesos de mayor relevancia social y económica de la última mitad de siglo y tanto la Argentina como la provincia de Santa Fe no han sido la excepción. Sin embargo, aun cuando logran sortear los obstáculos e insertarse laboralmente, las mujeres registran una mayor tasa de desempleo e informalidad, se concentran en sectores menos dinámicos y en puestos de trabajo de menor jerarquía lo cual alimenta la brecha salarial entre varones y mujeres. Así, pese a los avances en la igualdad de género, hay aún brechas existentes que impiden el goce efectivo de los derechos de las mujeres.

Denominamos “brecha de género” a la construcción analítica que mide la variación de una variable en relación al género o sexo. Puede verse en la participación, acceso, permanencia, remuneración, liderazgo, etc. entre varones y mujeres o entre varones, mujeres y diversidades. En esta oportunidad se busca abordar el acceso a la propiedad y a los puestos de alta decisión de las mujeres en las empresas santafesinas.

Es decir, se busca poner de manifiesto lo que se conoce como “techo de cristal”, el cual refiere a las barreras invisibles que impiden el ascenso de las mujeres hacia puestos de alta dirección en empresas y otras organi-

zaciones. Es invisible porque no existen normas que impongan una limitación explícita en la carrera laboral de ninguna persona pero opera como una construcción social que establece los roles esperables de las mujeres en relación con el espacio público y el privado

Algunos datos nos ayudan a ejemplificar la magnitud de estas desigualdades:

- Los niveles de desempleo en las mujeres alcanza un 10% para el tercer trimestre del año 2020 según la EPH, tienen mayores niveles de informalidad (36% versus 34,2%), y tal como mostró la pandemia, tiene una recuperación más lenta de sus tasas de actividad que los varones; la mitad de quienes no consiguen empleo son jóvenes de hasta 29 años y, entre estas personas, son las mujeres quienes enfrentan las tasas más altas de desocupación de toda la economía con un 23%.

- Las brechas de ingresos entre varones y mujeres rondan un 29%, brecha que se amplía para las asalariadas informales, alcanzando un 35,6%; si tenemos en cuenta nuestros aportes jubilatorios, el 85% de las trabajadoras tienen que recurrir a moratorias previsionales para poder jubilarse. Es interesante ver cómo durante la pandemia no sólo se incrementó el desempleo sino que en el caso de las mujeres se elevaron las tasas de “inactividad” superando los 15 pp respecto a los varones (38% para mujeres frente al 23% de los varones), este hecho se explica en función de la sobrecarga de tareas reproductivas hacia las mujeres.

- Cuando se habla de la feminización de las tareas de cuidado y del hogar, esto supone la necesidad de su corresponsabilidad, porque las horas que las mujeres dedican a ello, son horas que sacan de su actividad laboral, trayectorias profesionales y fuentes de ingresos sin ningún tipo de contraprestación. Las mujeres realizan el 76% de las tareas domésticas no remuneradas y el 89% dedica a este tipo de labores un promedio de 6,4 horas semanales. La presencia de niños y niñas en el hogar amplía la brecha en la distribución del trabajo no remunerado: las mujeres sin niños/niñas menores de 6 años a cargo realizan el 72,7% de estas tareas, mientras que quienes tienen 2 o más se hacen cargo del 77,8% de ellas.

- Apuntar a la igualdad de género está estrechamente vinculado al empoderamiento económico de la mujer y su desarrollo. Así lo afirma el Foro Económico Mundial al destacar una correlación positiva entre la igualdad de género y la competitividad de un país y su PBI.

- Por otra parte, en cuanto al liderazgo de las mujeres en sus empresas, un estudio de la OIT (2019) mostró que solo el 6,9% de las grandes empresas, el 4,7% de las medianas y el 9,5% de las pequeñas son comandadas por mujeres, según este organismo y sobre la base de datos del Banco Mundial.

- En el contexto nacional, el Indicador de Participación de la Mujer en las Pymes que analiza la participación en la propiedad y toma de decisiones en las pequeñas y medianas empresas muestra que, en los años de pandemia, la presencia de mujeres ha disminuido. De 2019 a 2021 se puede observar una disminución del 4% en Pymes comerciales y del 9% en industriales.

En ese sentido, en la provincia de Santa Fe no hay datos disponibles sobre la participación real de mujeres en las empresas, como tampoco existen estudios que reflejan las dificultades que atraviesan las mujeres de la región en el desarrollo de sus actividades productivas y comerciales en el territorio provincial. A partir de este escenario es que resulta imprescindible alimentar y enriquecer la agenda de género con información fehaciente para elaborar políticas que disminuyan la brecha de desigualdad que retrasa, dificulta y en algunos casos impide el desarrollo y crecimiento de la autonomía económica de las mujeres.

Según los datos del Ministerio de Trabajo de la Nación, a partir del Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial, el último dato disponible para el año 2019 evidenciaba que en la provincia de Santa Fe existen unas 54 mil unidades productivas, de las cuales no se tiene registro cuales tienen como titulares a mujeres. Este dato podría llegar a estar en el censo económico que se realiza cada cinco años, pero sin embargo, aún no se incluyen en los cuestionarios sobre la titularidad y el género de cada una de las

personas propietarias de las unidades productivas.

Por todo ello, desde la provincia de Santa Fe creemos que es importante conocer, identificar y potenciar a las mujeres líderes de sus unidades productivas. Este sello es pensado en una primera etapa con el objetivo de identificarlas, y obtener un perfil socioproductivo de las empresas propiedad de mujeres en la provincia de Santa Fe, en cuanto a su ubicación, tamaño, rubros de especialización, dificultades entre otras cuestiones. Contar con indicadores de base nos permitirá en una segunda etapa orientar una serie de medidas concretas que busquen potenciar específicamente las oportunidades de este sector.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El trabajo realizado tanto por ADER y el MIGyD se planificó en tres etapas principales, de las cuales se propuso obtener: el Marco Normativo del programa Sello Empresa Propiedad de Mujeres (EPM), ejecutar el Relevamiento de las Empresas Propiedad de Mujeres (EPM), y por último desarrollar el informe diagnóstico de las Empresas Propiedad de Mujeres en la provincia de Santa Fe.

DESARROLLO DEL MARCO NORMATIVO DEL PROGRAMA

Esta etapa tuvo como objetivo la elaboración del marco normativo del Sello, es decir la determinación de los criterios metodológicos para la identificación de una empresa como propiedad de mujer, y el diseño de los instrumentos necesarios para la ejecución del programa (modalidad de convocatoria, formularios de inscripción web, documentación respaldatoria, entre otras)

Inicialmente consistió en un proceso de investigación de antecedentes nacionales e internacionales sobre estrategias similares de reconocimiento de la propiedad de mujeres en el ámbito productivo.

Así, en nuestro país se encuentra la experiencia implementada por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, denominado Sello Empresa de Mujer¹, anclado en el área de compras y contrataciones públicas, principalmente orientado a la distribución de las compras públicas desde una perspectiva de género. A nivel internacional, uno de los países pioneros es Chile, que también cuenta con un Sello de Empresa Mujer, vinculado al acceso en las compras públicas como forma de distribuir los recursos estatales y favorecer a la autonomía económica.

Las Organización de las Naciones Unidas (ONU) en su comisión de mujeres, define como empresa propiedad de mujeres a “una entidad jurídica de cualquier ámbito cuya propiedad, gestión y control recae en más del 51 por ciento en una o más mujeres”. Fue el concepto

adoptado por ONU Mujeres que se tomó para determinar el criterio de propiedad de una unidad productiva, a su vez se contemplaron las diferentes formas jurídicas según las existentes en nuestro país y criterios que permitan identificar a la empresa como residente en la provincia de Santa Fe.

Bajo la idea de poder conocer y caracterizar a las unidades productivas lideradas por mujeres, se consideró oportuno no sólo solicitar la documentación básica que pueda dar cuenta del nivel de propiedad según el criterio de ONU Mujeres, sino poder obtener información sobre características particulares de este tipo de firmas. Es así que se realizó, como modo de solicitud del sello, un formulario de inscripción, disponible en la página web del Ministerio de Igualdad Género y Diversidad². La estructura del formulario consiste en dos dimensiones de análisis: perfil de la persona solicitante, y caracterización de la empresa, alcanzando un total de 40 preguntas con carácter de declaración jurada³. La herramienta contempla los siguientes aspectos:

Perfil de la persona solicitante: Datos personales: Apellido, nombre, CUIL, correo electrónico y cargo o función en la empresa, franja etaria, estado civil, realización de actividad laboral remunerada, nivel máximo de estudios, hijos y/o personas a cargo: toma de licencia por maternidad e inversión en tareas de cuidado, asociativismo y cooperación: participación en organizaciones gremiales empresarias y/o grupos de pertenencia de acuerdo al rubro de actividad.

Caracterización de la empresa:

- 1- Identificación de la empresa: razón social, sitio web, redes sociales. Año de inicio, CUIT. Categoría de la empresa (Según clasificación SEPYME)
- 2- Clasificación de persona: tipo de sociedad para personas jurídicas. Inscripción impositiva.
- 3- Sector productivo y rubro. Exportación.
- 4- Participación de mujeres: trabajadores de la empresa, propiedad del capital social, control y administración del negocio. Proveedores mujeres.
- 5- Asociativismo de la empresa: pertenencia a una entidad u organización. Acceso a la información y oportunidades. Proveedor.

1. Para más información consultar en: https://buenosairescompras.gob.ar/Repositorio/Documentacion/Pautas_para_la_obtenci%C3%B3n_del_Sello_Empresa_Mujer.pdf

2. Para más información consultar en: <https://www.santafe.gob.ar/index.php/web/content/view/full/240964#:~:text=El%20sello%20EPM%20%22Empresa%20Propiedad,mujeres%20en%20la%20econom%C3%ADa%20y>

3. Ver para mayor detalle Res MIGyD 073/2021: <https://drive.google.com/file/d/14fQmhztNICOY2JmWb1EWvdOavFPp50S/view?usp=sharing>

6- Contexto de COVID19: modalidad de trabajo, acceso a asistencia económica

7- Igualdad de género: políticas internas, áreas de aplicación.

8- Obstáculos para empresas lideradas por mujeres: características

Como forma de validar los requisitos básicos diseñados por el MIGyD y ADER, y de forma tal de construir una herramienta viable de aplicación, y su construcción participativa, en una instancia posterior a estas definiciones, se llevó adelante una mesa de diálogo, a la que se convocaron organizaciones e instituciones intermedias, a la presentación del proyecto. Se pretendía entonces, recabar información acerca del recibimiento de esta medida, como así también evaluar los requisitos previo a la formalización del marco normativo. De la misma surgieron propuestas que se consideraron en la elaboración del reglamento del sello.

Por otra parte se cumplimentaron los procedimientos jurídicos correspondientes para materializar la iniciativa por medio de una resolución ministerial RES 073/2021⁴. Una vez formalizado el Sello EPM, se avanzó con el diseño de piezas gráficas para la identificación de empresas, especificando en un breve video los objetivos, requisitos, destinatarios, beneficios e instructivo de inscripción⁵.

Durante el proceso de inscripción, una vez ya lanzada la solicitud del Sello Empresa Propiedad de Mujeres, se fue recolectando consideraciones no contempladas relacionadas principalmente al involucramiento de otras personas jurídicas de las unidades productivas como las Mutuales, y a su vez poder contemplar diferentes niveles de propiedad.

Esto último, se basa principalmente en la estructura característica del universo empresarial de la provincia de Santa Fe en donde el 67% de las unidades productivas al año 2019 (según informe de la OEDE) son micro empresas y un 22,5% Pequeñas empresas. En este sentido la mayoría de las firmas están vinculadas a un origen familiar, por ende en la propiedad se refleja necesariamente por orden de herederos independientemente del género que estos tengan.

En este sentido, se consideró “injusto” no contemplar niveles de propiedad para este tipo de empresas, dado que es importante visibilizar al menos la propiedad en niveles mínimos de mujeres dentro de firmas familiares, de no hacerlo existe un sesgo de representar masivamente, desde el sello, a unidades productivas unipersonales. Por ello, bajo la resolución ministerial RES 156/2021 se modificaron las bases y condiciones de acceso al Sello Empresa Propiedad de Mujeres, contemplando nuevas formas jurídicas, niveles de propiedad, y extendiendo el plazo de solicitud, es decir que sea de carácter permanente.

RELEVAMIENTO DE LAS EMPRESAS PROPIEDAD DE MUJERES (EPM)

Esta segunda etapa tuvo como propósito el diseño de las herramientas comunicacionales y construcción de imagen/marca para el lanzamiento del Sello Empresa Propiedad de Mujeres (logo del sello y pautas de diseño, campañas de comunicación, spot audiovisuales, avisos, placas y merchandising). Para ello, se trabajó en un proceso de naming, contemplando las investigaciones de experiencias en otras regiones. El sello debía reflejar concretamente que identifica empresas propiedad de mujeres, que se circunscriben en el territorio provincial. Después de considerar opciones como Sello Empresa Mujer Santafesina, Empresa Mujer Santa Fe, Empresa Mujeres Santa Fe, se optó finalmente por Sello Empresa Propiedad de Mujeres Santa Fe. Asimismo se establecieron criterios respecto a las piezas de aplicación de la identidad de marca.



Imagen para Twitter

4. Ver la Resoluciones Ministeriales que formalizan el programa: Res 073/2021 <https://drive.google.com/file/d/14fQmhztNICOY2JmvWb1EWvdOavFp50S/view?usp=sharing>
Res 156/2021: https://drive.google.com/file/d/1R8CZoDfSEp3H_PR77u9eHIKWWJYQO4Ly/view?usp=sharing

5. Piezas gráficas trabajadas: <https://drive.google.com/file/d/1V4bTVIAahuT4a5EMDT1npKHF8bfd3z3/view?usp=sharing>



Historia de Instagram

Luego, la ejecución propiamente dicha del programa consistió en la implementación de campañas para la difusión en la inscripción voluntaria, recepción de las inscripciones, respuestas a consultas por parte de las empresas, elaboración de la base de datos que permita la sistematización de las empresas seleccionadas que acceden al Sello, para el posterior procesamiento de datos, y además la realización de mesas de trabajo virtuales con entidades e instituciones de la sociedad civil interesadas (cámaras empresariales, federación de cooperativas, sindicatos, entre otras), con ministerios del Poder Ejecutivo Provincial (Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Ministerio de la Producción, Ciencia y Tecnología) y gobiernos locales de la provincia de Santa Fe.

En este sentido, el 28 de septiembre⁶, se realizó el lanzamiento de la iniciativa impulsada por el Ministerio de Igualdad, Género y Diversidad de Santa Fe; la presentación oficial contó con la participación de Celia Isabel Arena, Ministra de Igualdad, Género y Diversidad y un panel constituido por María de los Ángeles Moyano, Secretaria del área de Mujeres Género y

Diversidad – ADER; Yanina Agatiello, Presidenta de la comisión de Género y Diversidad en AIM; Gisela Wild, Vicepresidenta del Comité de género Cooperar; Daniel Costamagna, Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología de la Provincia de Santa Fe; Julieta de San Felix, Secretaria de Cooperación internacional e Integración Regional y Jorgelina Mudallel, Concejala por la Ciudad de Santa Fe.

El desafío de difundir el instrumento, se abordó con distintas instancias de presentación y difusión del Sello EPM, en las que se compartió de manera virtual y presencial, una reseña del mecanismo concientizando acerca de la relevancia de proveer información. Para ello se utilizaron las redes de contacto y organizaciones vinculadas con el Ministerio de Igualdad, Género y Diversidad⁷, el Ministerio de Producción, la Agencia para el Desarrollo⁸, con la intención de tener la mayor cobertura posible en el territorio provincial.

Para masificar la inscripción se utilizó tanto las relaciones institucionales con los diferentes registros dependientes de diversas áreas estatales de otras carteras ministeriales para multiplicar la difusión del programa, así se utilizó la base del Registro Único de Proveedores y Contratistas de la Provincia de Santa Fe, el listado de empresas pertenecientes a la Marca oficial Productos de Mi Tierra, a las empresas adheridas a Billetera Santa Fe, entre otras. Desde ambas instituciones, se enviaron correos electrónicos a bases de datos e instituciones intermedias, municipios y comunas, solicitando la máxima difusión, apelando al compromiso en reconocer a las mujeres y aportar al desarrollo de su autonomía económica en un marco de equidad.

De forma presencial se realizó la presentación del Sello Empresa Propiedad de Mujeres en las dos sedes de la Cámara Argentina de la Construcción (ciudad de Santa Fe y Rosario)⁹, en los Municipios de Reconquista¹⁰ y Villa Constitución¹¹, en el Comisión de Género del Consejo Provincial de Asociativismo y Economía Social¹², en el Primer Congreso Región Centro Asociativo de Mujeres¹³, y diferentes medios de comunicación.

6. Publicación oficial de presentación del Sello empresa Propiedad de Mujeres: https://www.instagram.com/p/CUaOLbzsD9h/?utm_medium=copy_link <https://twitter.com/GeneroSantaFe/status/1443231470047436803>

7. Publicaciones en redes sociales oficiales de inscripción al Sello Empresa Propiedad de Mujeres: https://www.instagram.com/p/CUx8XFqL8HI/?utm_medium=copy_link <https://twitter.com/GeneroSantaFe/status/1446919629947949065>

8. Publicaciones en redes sociales de ADER: <https://www.instagram.com/p/CUs5FSZrlyR/>

9. Presentación del SEPM en la Cámara Argentina de la Construcción Sede Rosario: https://www.instagram.com/p/CV2i3sJLiA/?utm_medium=copy_link

RESULTADOS ALCANZADOS

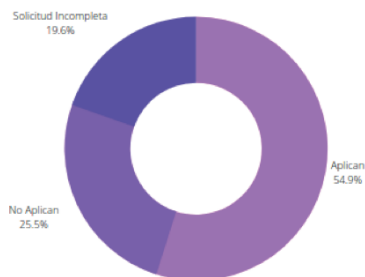
El siguiente apartado tiene como objetivo sintetizar el perfil de especialización de las empresas inscritas y solicitantes a acceder al Sello Empresa Propiedad de Mujeres del año 2021. Se pretende que los resultados permitan a las cámaras empresariales, ministerios intervinientes y gobiernos locales la formulación de políticas públicas específicas para el sector.

ASPECTOS TÉCNICOS DEL RELEVAMIENTO.

- **Población objeto de estudio:** Solicitantes del Sello Empresa Propiedad de Mujeres Santa Fe
- **Periodo de relevamiento:** entre el 28/9 y el 22/11 de 2021
- **Ámbito:** Provincia de Santa Fe
- **Instrumento de recolección de información:** cuestionario estructurado
- **Técnica de recolección de información:** cuestionario online
- **Tamaño de la población:** 102

RESULTADOS DE LAS EMPRESAS SOLICITANTES

De 102 solicitudes recibidas al 22 de noviembre de 2021, **56 (55%) cumplen con los requisitos establecidos** por la Resolución 156/221¹⁴ para otorgar el Sello Empresa Propiedad de Mujeres, en tanto que 26 (25%) no alcanzan los requerimientos. Las principales razones son la antigüedad menor a dos años y Códigos de Identificación Laboral (CUIL) no vigentes. 20 solicitantes no completaron en su totalidad el formulario, como tampoco cargaron la documentación respaldatoria solicitada. Durante el proceso ese número fue variando, dado que se contactó a cada una por correo electrónico, convocándolas a finalizar el procedimiento, logrando en algunos casos la calificación para acceder al Sello EPM.



10. Presentación del SEPM en Reconquista: https://www.instagram.com/p/CVnZNXpL2EY/?utm_medium=copy_link

11. Presentación del SEPM en Villa Constitución: https://www.instagram.com/p/CVyU6BPvTwh/?utm_medium=copy_link

PERFIL DE LAS PERSONAS SOLICITANTES.

El requerimiento de datos personales (Apellido, nombre, CUIL, correo electrónico y cargo o función en la empresa) tiene la finalidad de identificar a la mujer al frente de la empresa por la que solicitan el Sello EPM. Los mismos, se sostienen en el nivel de confidencialidad acordados en el formulario, bajo la modalidad de declaración jurada.

Respecto al **cargo o función**, el 39% de las solicitantes, completó con "ninguno", "no tengo puesto" o con el nombre de su empresa, el 23% se identificó en roles de administración y gerencia, el 22% como dueña o propietaria, el 10% señaló cargos de presidenta y vicepresidenta, y el 6% completó funciones referidas a la atención al público y la producción.

Es decir, que **solo 34 de las 102 mujeres, se reconocen e identifican a sí mismas como propietarias de una empresa.**



Más de la mitad (78%) tiene entre 30 y 60 años, concentrándose la mayoría de ellas en la etapa de los 41 a los 50 años de edad (30%). En relación al nivel de estudios, **hay una destacable concentración en estudios de posgrado, universitarios y terciarios completos, ascendiendo a un total de 56 mujeres**, cifra similar a las solicitudes que califican para acceder a la identificación Empresa Propiedad de Mujeres. Solo 3 acreditaron contar únicamente con estudios primarios, y 4 con estudios secundarios incompletos.

12. Presentación del SEPM en la Comisión de Género del Consejo Provincial de Asociativismo y Economía Social <https://www.instagram.com/p/CVN1CS8LeKF/>

13. Presentación del SEPM en el primer Congreso Región Centro Asociativo de Mujeres <https://www.instagram.com/p/CWwvdj1LYOU/>

14. Res 0156/2021 https://drive.google.com/file/d/1R8CZoDfSEp3H_PR77u9eHIKWWJYQO4Ly/view?usp=sharing

Respecto al **estado civil** de las empresarias, a simple vista, podríamos asegurar que la mayoría (42%) es casada. Sin embargo, la sumatoria de las categorías “divorciada”, “separada”, “soltera” y “viuda” se aproxima al 50%, por lo que no hay una tendencia hacia un estado civil en particular.

El 25% de la población realiza otras **actividades remuneradas** aparte de trabajar en su empresa, por lo que el 73% restante, tiene dedicación laboral exclusiva. Esto no contempla las tareas de cuidado; al ser consultadas sobre su **grupo familiar**, 58 de las empresarias que aportaron información señalaron tener hijos o contar con personas a su cuidado. En virtud de ello, se requirió información sobre la **inversión en tareas de cuidado** (niñera/o, cuidador/a de adultos, cocina, limpieza etc.) para poder dedicarse a su empresa: 45% eligió no contestar la pregunta, encontrándonos con sólo 36 que afirman invertir en dichos servicios. De la misma manera, se consultó si hacen uso del **derecho a la licencia por maternidad** o cuidado en su propia empresa: solo 17 afirmaron (de 58 que tienen hijos o personas a cargo) y 39 señalaron que no hacen, contemplando que son 44 las que no tienen hijos o personas a cargo.

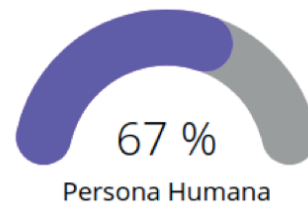
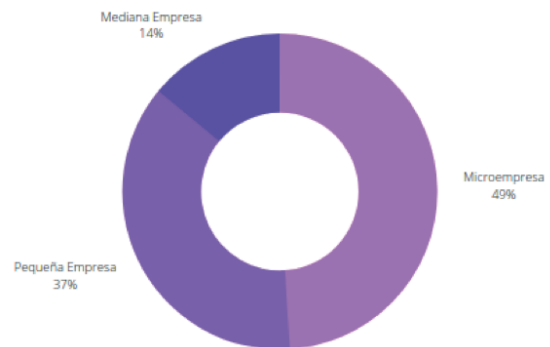


El 30% de las mujeres que tienen personas a cargo utilizan licencia de cuidados

Se preguntó además sobre la **participación de mujeres en organizaciones** gremiales empresarias y/o grupos de pertenencia de acuerdo al rubro de su actividad económica, obteniendo nuevamente una cantidad de respuestas afirmativas que se asemeja a la cantidad de aprobadas: 54(53%), donde 3 decidieron no contestar y el resto expresó no participar de ninguna manera.

PERFIL DE LAS EMPRESAS

El Registro de Empresas MiPyMES establece categorías, según las ventas totales anuales, la actividad declarada, el valor de los activos o la cantidad de empleados según rubro o sector de la empresa. De acuerdo a las mismas, las empresarias señalaron en su mayoría (49%) contar con una Microempresa, 37% indicó llevar adelante una pequeña empresa, y el 14% una Mediana Empresa. 85 de las 102 solicitantes completaron este campo.

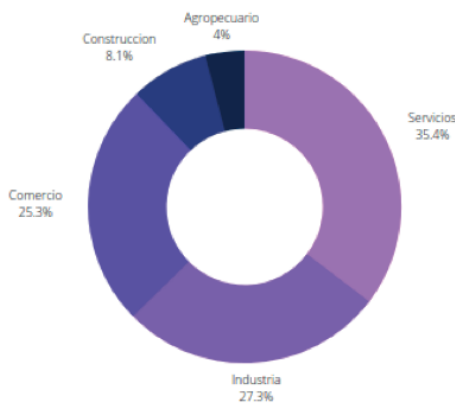


De modo similar, 87 identificaron la clasificación de persona: resultando el 67% personas humanas. Del 33% que se identificó como persona jurídica, se destaca la presencia de dos categorías en particular: Sociedad Anónima (11) y Sociedad de Responsabilidad Limitada (10) Se visualizaron 2 cooperativas, 3 Sociedad de Acciones Simplificadas y 2 Sociedades de Hecho.

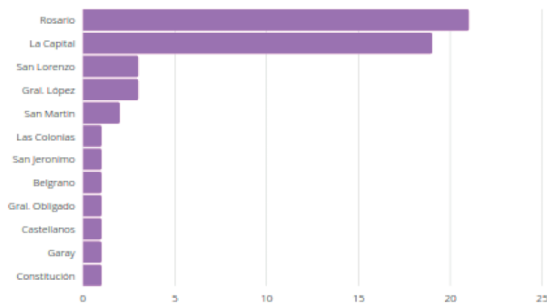
Sobre la **inscripción impositiva**, no todas las empresarias aportaron información: el 28% está registrada

como Responsable Inscripto y el 72% como monotributista: cifras que revelan una relación con la cantidad de personas humanas y jurídicas.

Entre las actividades principales predominan los sectores de Servicios (35%), Industria (27%) y comercio (25%). En menor medida, la construcción (8%) y el sector agropecuario (4%). El 85% completó esta información seguida del rubro, siendo Comercio, hoteles y restaurantes, Alimentos y bebidas, Industria, manufactura y minería, Construcción y Arte, recreación y entretenimiento los más elegidos. **Sólo el 14% de las empresas genera bienes o servicios de exportación.**



En cuanto a la localidad en la que las empresas desarrollan sus actividades, observamos una concentración en los Departamentos Rosario (38%) y Santa Fe (34%) y el resto atomizado en otros diez departamentos de la provincia. Si bien son regiones que concentran la población santafesina, resulta un interesante punto de análisis para evaluar si las oportunidades de desarrollo se circunscriben solo a las grandes ciudades.



SOBRE LA PARTICIPACIÓN DE MUJERES

El 50% de las solicitudes indica que entre el 76% y el 100% de los trabajadores de su empresa son mujeres. En la misma medida, resulta la presencia de mujeres como propietarias del capital social en el 66% de las empresas. El 34% evidenció que entre el 1% y 25% de su comunidad empresaria, hay proveedoras mujeres. Por otra parte, el funcionamiento del 19% de las empresas depende de otras que no son propiedad de mujeres.

Sobre la asociatividad y el cooperativismo entre empresas, el 36% está nucleada en alguna organización, vinculado al 40% que expresa tener acceso a información de oportunidades y posibilidades del sector público (convocatorias, licitaciones públicas, financiamiento, etc).

Sólo el 11% de las empresas que solicitaron ser identificadas como empresas propiedad de mujeres, son proveedoras del Estado Provincial.

POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE IGUALDAD DE GÉNERO EN LAS EMPRESAS¹⁵

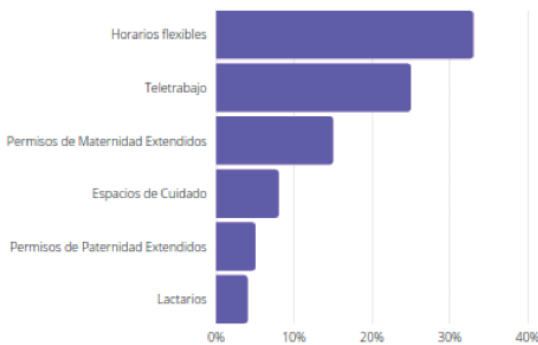
Al ser consultadas por **políticas de promoción de la igualdad de género**, 38% afirma no tener identificadas las mismas en sus empresas. Sólo el 31% las implementa, entre las que señalaron en la misma proporción orientarlas a remuneración equitativa (29%), contratación, retención y ascenso (26%) y formación profesional y ejecutiva (24%) . En menor medida, al interior de las empresas se implementan políticas de capacitaciones contra la violencia y acoso (9%) y cuotas en alta dirección (6%). Por otro lado el 17% expresó llevar adelante estrategias específicas con objetivos de diversidad/inclusión de género



Solo el 31% de las empresas solicitantes aplican políticas de igualdad

15. Cabe considerar en este apartado, que las cifras que representan las políticas de promoción de igualdad al interior de las empresas, se corresponden con la cantidad de empresas constituidas como personas jurídicas.

En cuanto a los **ámbitos de la corresponsabilidad de los cuidados del hogar** se aplican políticas para la promoción de la igualdad: horarios de trabajo flexibles para madres y padres (33%), trabajo a distancia o teletrabajo (25%), permisos de maternidad extendidos (15%), espacios de cuidado de menores (8%), permisos de paternidad extendidos (5%) y lactarios (4%). Ante la opción de incorporar otras alternativas sólo el 6% se manifestó y expuso no contar con empleados o “ser una empresa familiar”.



CONTEXTO DE COVID - 19

La **modalidad de teletrabajo**, fue una de las alternativas a las que se acudió para sostener las empresas en tiempos de pandemia. No todos estaban en condiciones de asumirla; para muchas implicaba duplicar el trabajo doméstico y presentaban condicionamientos tecnológicos y de conectividad. De las mujeres consultadas sólo el 33% indicó optar por esta modalidad, mientras que el 44% señaló no implementar el trabajo remoto. Un 23% no contestó esta consigna. También, el 32% señaló implementar teletrabajo entre sus empleados/as.

De las asistencias económicas en el ámbito nacional, la Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción fué la más señalada por quienes sí accedieron al beneficio. En el ámbito provincial sólo el 7% apuntó registrar asistencia.

Empresas lideradas por mujeres

Finalmente, en el formulario de solicitud, se pregunta a mujeres sobre las características que consideran que constituyen un **obstáculo para las empresas que lideran**; de ello surge como principal inconveniente la corresponsabilidad de la vida laboral - familiar (42%), seguida por la cultura al interior de la empresa- estereotipos de roles de género (28%), el acceso al crédito o financiamiento (28%), la falta de programas de apoyo/capacitaciones (27%), la dificultad para crecer en una empresa (techos de cristal) (26%), dificultad para iniciar una empresa (22%) y menor acceso a redes y mercados para sus productos (3%).



Frente a la oportunidad de aportar otras opciones mencionaron: *cultura exterior de la empresa, dificultad para crecer dentro del ecosistema emprendedor ya que fondos y aceleradoras no contemplan la igualdad de género y muchas están lideradas por hombres que toman las decisiones sobre cómo y a quién invertir. Dificultad para hacer valer el rol de la mujer, juicios laborales injustos por estigmatización con respecto al género, limitaciones que se imponen a las mujeres mismas.*

REFLEXIONES FINALES

El sello Empresa Propiedad de Mujeres se presentó en la Provincia de Santa Fe, en un escenario de significativo incremento de mecanismos virtuales, y ante la necesidad de visibilizar a las empresas lideradas por mujeres en la recuperación productiva post-pandemia.

La implementación del instrumento se llevó adelante de una manera flexible, posibilitando su mejora en el transcurso del proceso de inscripción a partir de la socialización en encuentros virtuales y presenciales con mujeres titulares de firmas, las modalidades híbridas permitieron que más mujeres realicen consultas, participen de diferentes instancias de diálogo a efectos de justamente acercar una herramienta eficiente a los objetivos propuestos.

Por otra parte, la apertura a que los resultados que genere el Sello EPM Santa Fe, pueden constituirse un instrumento de articulación de nuevas medidas que favorezcan y contribuyan a disminuir la brecha de género, resulta un elemento de valor sustancioso para materialización de políticas de género sentando precedente en los antecedentes de experiencias similares. En este caso, la identificación deja de ser vista como un medio para el acceso a acotados beneficios que solo se circunscriben al ámbito de las compras públicas, habilitando mayores posibilidades y optimizando el vínculo y oportunidad entre el Estado y las mujeres. No obstante, en las instancias de difusión, un incentivo para la inscripción da a entender que podría mejorar ampliamente los resultados de identificación, presentándose esta acción como un desafío donde dependiendo cual sea este incentivo el acuerdo con otras jurisdicciones ministeriales.

En el análisis de cada uno de los casos, pudimos observar que resultan de utilidad cualquier tipo de mecanismos de acompañamiento directos y personalizados derivando en optimización de las medidas que de él resulten en el proceso de inscripción de la solicitud. Tenemos el desafío de identificar a priori, si la modalidad online del registro es la mejor alternativa, y si es

necesario flexibilizar esa instancia o habilitar espacios de asistencia y acompañamiento en la misma. A su vez, evaluar la extensión y pertinencia de las 40 preguntas del cuestionario.

Los resultados del relevamiento arrojan algunos elementos fundamentales a tener en cuenta por quienes se constituyen como tomadores de decisiones tanto en el ámbito público como privado. En primer lugar, que existe un significativo universo de mujeres que opera bajo la modalidad de personas humanas (67%) que de profundizar el análisis podríamos acercarnos a la necesidad de abordar los obstáculos existentes a la hora de llevar adelante sus empresas: iniciar una empresa, o crecer en ella presenta aún más desafíos de los evidenciados. De hecho, desde el inicio de actividades indicado, hasta el inicio de actividades fiscales existe una diferencia, como así también, varios son los casos, que no alcanzaron la antigüedad requerida por contar con alta impositiva posterior al inicio de actividades.

En segundo lugar, dos datos particularmente relevantes: la baja participación de las empresarias como proveedoras del Estado provincial y como generadoras de bienes y servicios exportables. Abordar ambos sectores puede constituirse en una oportunidad para garantizar la presencia de mujeres como protagonistas del desarrollo económico y productivo de la Provincia. En tercer lugar, se desprende del relevamiento la imperiosa necesidad de llegar con políticas estatales al sector cooperativo y contribuir en la consolidación de herramientas legales, contables y sociales para la constitución de las mismas. Finalmente, es importante incentivar y fortalecer políticas de promoción de igualdad al interior de las organizaciones que contribuyan a generar entornos laborales más equitativos y libre de violencias.

Se considera como principal desafío seguir profundizando esta herramienta, a través del trabajo conjunto interministerial como en articulación público-privada con las entidades gremiales empresarias.



EPM

EMPRESA PROPIEDAD
MUJERES