

Evaluación Nacional del Desarrollo de la Iniciativa Empresarial de la Mujer (WED) - Chile

Evaluación final

Mujeres Empresarias (ME)
Confederación de la Producción y del Comercio (CPC)
Organización Internacional del Trabajo (OIT)

Dirección de Estudios Sociales (DESUC)
Pontificia Universidad Católica de Chile

Diciembre, 2020



TABLA DE CONTENIDOS

1	RESUMEN EJECUTIVO	6
2	OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	17
1.1	ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS: REVISIÓN DOCUMENTAL	18
1.2	ANÁLISIS FUENTES PRIMARIAS: METODOLOGÍA CUALITATIVA Y CUANTITATIVA.....	19
1.2.1	<i>Entrevistas en profundidad a informantes clave</i>	<i>19</i>
1.2.2	<i>Análisis de datos Cualitativos</i>	<i>21</i>
1.3	ENCUESTA WEB A MUJERES EMPRENDEDORAS.....	21
1.3.1	<i>Marco muestral y aplicación.....</i>	<i>21</i>
1.3.2	<i>Análisis Encuesta</i>	<i>22</i>
1.3.3	<i>Mesas de trabajo en línea</i>	<i>22</i>
1.4	SOBRE LA TRIANGULACIÓN DE LOS RESULTADOS Y EVALUACIÓN INDICADORES.....	24
3	RESULTADOS	26
3.1	PERFIL DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LA MUJER Y SUS NECESIDADES	26
3.2	EVALUACIÓN DE LAS 6 CONDICIONES MARCO PARA WED	39
	Nº1. SISTEMA JURÍDICO Y REGULATORIO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO QUE PROMUEVE EPM	39
	Nº2. LIDERAZGO Y COORDINACIÓN DE POLÍTICAS EFECTIVAS PARA LA PROMOCIÓN DE WED	47
	Nº 3 – 4. ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS Y DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL	52
	Nº 3. ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO	54
	Nº4. ACCESO A SERVICIOS DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL (ADE) CON PERSPECTIVA DE GÉNERO.....	62
	Nº 5. ACCESO A MERCADOS Y TECNOLOGÍA	71
	Nº 6. REPRESENTACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS Y PARTICIPACIÓN EN EL DIÁLOGO SOBRE POLÍTICAS.....	79
4	LIMITACIONES ESTUDIO	87
5	CONCLUSIONES	89
6	PLAN DE ACCIÓN NACIONAL.....	93
7	REFERENCIAS	96
8	ANEXOS.....	98
8.1	METODOLOGÍA ENCUESTAS MENCIONADAS.....	98
8.2	CARACTERIZACIÓN CONSULTADOS	99
8.2.1	<i>Informantes clave de la etapa cualitativa</i>	<i>99</i>
8.2.2	<i>Encuestadas Encuesta WED 2019.....</i>	<i>100</i>
8.3	CARACTERIZACIÓN PARTICIPANTES GRUPOS FOCALES.....	103
8.4	PROTOCOLOS PARA PRODUCCIÓN DE DATOS VÍA REMOTA.....	104
8.5	MAPEO DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL	106
8.5.1	<i>Instrumentos de apoyo al desarrollo empresarial: Con perspectiva de género.....</i>	<i>106</i>
1.2	INSTITUCIONES PRIVADAS	119
8.5.2	<i>Mapeo de los instrumentos de apoyo al desarrollo empresarial: Sin perspectiva de género... 125</i>	
1.2.2	<i>Instituciones privadas</i>	<i>133</i>
8.6	CARTA DE INVITACIÓN MESAS DE TRABAJO	138
8.7	PAUTA DE TRABAJO (MESAS)	139
8.8	CONSENTIMIENTO INFORMADO MESAS DE TRABAJO	142
8.9	PAUTAS DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD PARA ORGANISMOS GUBERNAMENTALES	143

8.10	PAUTAS DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD PARA ORGANIZACIONES DE MEMBRESÍA.....	149
8.11	PAUTAS DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD PARA ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES	151
8.12	PAUTAS DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD PARA ORGANISMOS CON APOYO FINANCIERO	153
8.13	PAUTA DE ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD PARA CASOS DE MUJERES EMPRESARIAS.....	156
8.14	CONSENTIMIENTOS INFORMADOS UTILIZADOS CON PARTICIPANTES	158
8.15	CARTA DE INVITACIÓN AL ESTUDIO	159
8.16	ENCUESTA MUJERES EMPRENDEDORAS Y EMPRESARIAS 2019 - CHILE	160

LISTA DE FIGURAS, TABLAS Y GRÁFICOS

FIGURA 1. SÍNTESIS DE LA EVALUACIÓN DE LAS 6 CONDICIONES MARCO WED CHILE.....	14
FIGURA 2. SÍNTESIS ABORDAJES METODOLÓGICOS EVALUACIÓN NACIONAL WED.....	18
FIGURA 3. SÍNTESIS CONDICIONES Y SUBCONDICIONES MARCO WED.....	25
FIGURA 4. ECOSISTEMA EMPRESARIAL CHILENO PARA MUJERES.	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
FIGURA 5. SÍNTESIS DE ALGUNAS INICIATIVAS Y PROGRAMAS PARA EPM CON SENSIBILIDAD DE GÉNERO.	49
FIGURA 6. SÍNTESIS DE LA EVALUACIÓN DE LAS 6 CONDICIONES MARCO WED CHILE.....	91
FIGURA 7. PUNTAJE DE SUBCONDICIONES MARCO WED PARA CHILE.	92
TABLA 1. MUESTRA CUALITATIVA	20
TABLA 2. SECCIONES ENCUESTA WED-OIT	21
TABLA 3. NORMATIVA CHILENA PARA EL EMPODERAMIENTO FEMENINO EN EL SECTOR LABORAL Y EMPRESARIAL.....	39
TABLA 4. ANÁLISIS FOCO Y BENEFICIARIOS ECOSISTEMA EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN CHILE.	53
TABLA 5. PROGRAMAS DE SERVICIO FINANCIERO.....	55
TABLA 6. PROGRAMAS DE CO-FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS DE MUJERES.....	58
TABLA 7: RANKING DE PARTICIPACIÓN FEMENINA EN DIRECTORIOS DE EMPRESA	80
TABLA 8. PLAN DE ACCIÓN NACIONAL SUGERIDO PARA EL FORTALECIMIENTO DE WED EN CHILE.	93
TABLA 9. CARACTERIZACIÓN CONSULTADOS/AS.....	103
TABLA 10. PROTOCOLO PARA ACCESO Y ADMINISTRACIÓN MESAS EN LÍNEA.	104
GRÁFICO 1. RESTRICCIONES CONYUGALES	44
GRÁFICO 2. PERCEPCIONES WED CHILE - CLIMA GUBERNAMENTAL Y GENERAL	50
GRÁFICO 3. PRINCIPALES FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	57
GRÁFICO 4: MEMBRESÍAS Y PARTICIPACIÓN EN APOYOS EMPRESARIALES	67
GRÁFICO 5. MERCADO DE VENTA DE PRODUCTOS PRINCIPALES.....	73
GRÁFICO 6: PARTICIPACIÓN EN CAPACITACIONES	75
GRÁFICO 7. GRADO DE DIGITALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	76
GRÁFICO 8. DISTRIBUCIÓN DE CARGOS DE DIRECTORIO POR SEXO, SEGÚN TIPO DE EMPRESA.....	81
GRÁFICO 9. MEMBRESÍAS Y PARTICIPACIÓN EN APOYOS EMPRESARIALES	82
GRÁFICO 10. PERCEPCIONES WED CHILE - ASOCIACIONES.....	85
GRÁFICO 11: CARACTERIZACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA ENCUESTADAS	100
GRÁFICO 12: CARACTERIZACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA ENCUESTADAS	101
GRÁFICO 13: CARACTERIZACIÓN EMPRESAS DE MUJERES ENCUESTADAS	102

Este estudio fue realizado por el equipo de la Dirección de Estudios Sociales (DESUC), del Instituto de Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, en conjunto con Mujeres Empresarias (ME), la Confederación de Producción y Comercio de Chile (CPC), en asesoría con la Organización Internacional del Trabajo (OIT)

El equipo investigador estuvo compuesto por:

Organización Internacional del Trabajo (OIT):

Lorenzo Pelaez

Confederación de Producción y Comercio de Chile (CPC):

Pablo Bobic

Fernando Alvear

Mujeres Empresarias:

Francisca Valdés Vigil

Equipo consultor DESUC:

Cristián Ayala Armanet

Conzuelo Rivas Pérez

Josefa Hernández Aguirre

Denisse Devilat Marzouka

ABREVIATURAS

EPM	Empresas propiedad de mujeres.
ADE	Apoyo al desarrollo empresarial de naturaleza no financiera tales como capacitaciones, mentorías, asesorías y orientaciones sobre algún aspecto en específico.
PYME	Pequeñas y medianas empresas.
MIPYME	Micro, pequeñas y medianas empresas
TIC	Tecnologías de la información y comunicaciones.
WED	[Women's Entrepreneurship Development] Desarrollo empresarial de las mujeres.
OIT	Organización Internacional del Trabajo
B2B	[Business to business] Negocios para negocios
B2C	[Business to consumers] Negocios para consumidores

1 RESUMEN EJECUTIVO

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) cumple la labor de evaluar aquellos factores que afectan el desarrollo empresarial de las mujeres, a través de su proyecto “Ganar-ganar: la equidad de género es un buen negocio”. Particularmente en Chile, este proyecto se tradujo en la realización del estudio “Factores intervinientes en el desarrollo empresarial femenino en Chile” y su evaluación nacional WED en Chile realizado durante 2019-2020 (y elaborado por DESUC, Mujeres Empresarias, CPC y OIT), cuyos principales resultados son sintetizados en el presente documento.

El objetivo general del estudio tiene como propósito analizar un conjunto de condiciones marco para el desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, a fin de fomentar entornos para la promoción del emprendimiento de las mujeres en el país. Para dicho cometido, el estudio realizado en Chile se guió de la metodología desarrollada por OIT sobre la “Evaluación nacional de las condiciones marco del desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer” (Stevenson & St-Onge, 2013).

El estudio examinó un conjunto de condiciones marco para el desarrollo del emprendimiento de mujeres en Chile. Estas son:

1. Sistema jurídico y regulatorio con perspectiva de género que promueve el empoderamiento económico de las mujeres.
2. Liderazgo y coordinación de políticas efectivas para la promoción de WED
3. Acceso a servicios financieros con perspectiva de género
4. Acceso a servicios de apoyo al desarrollo empresarial (ADE) con perspectiva de género
5. Acceso a mercados y tecnologías
6. Representación de mujeres empresarias y participación en el diálogo sobre política

Su evaluación se llevó a cabo a partir de la recopilación de insumos y materiales desde 4 abordajes metodológicos: (1) levantamiento de información existente en Chile acerca del emprendimiento femenino y su estado actual (tanto estadísticas, investigaciones como programas), (2) una exploración cualitativa con informantes claves en la temática y (3) una encuesta a mujeres emprendedoras en Chile. (4) mesas de trabajo con mujeres emprendedoras para la validación de sus resultados.

Para el caso de la exploración cualitativa, se realizaron 23 entrevistas en profundidad a informantes de distintas instituciones representantes del país y el emprendimiento femenino en Chile. En el caso de la encuesta se logró una muestra de 729 mujeres emprendedoras¹ (a partir de usuarias de Centro de Negocios SERCOTEC Chile y Mujeres Empresarias). No obstante, no se pudo tener acceso a un marco muestral, por lo que se carece de información sobre los niveles de representatividad de la muestra. Y finalmente, se realizaron 5 mesas de trabajo con mujeres emprendedoras y representantes del ecosistema empresarial chileno. Cada mesa de trabajo contó con 6 mujeres propietarias de empresas representativas en cuanto a tamaño y sector. Los hallazgos de cada abordaje se resumieron e integraron en el análisis de

¹ Siguiendo los requisitos de la metodología WED-OIT las consultadas cumplieron los siguientes criterios: (1) mujer, (2) dueña de la empresa (3) que su función principal en la gestión de la empresa y en la toma de decisiones empresariales. (4) empresa está operación por lo menos 12 meses. (5) empresa genere ingresos por ventas. (6) haya sido propietaria/administradora de su empresa durante el periodo de 12 meses.

las secciones pertinentes del presente informe final de evaluación. Luego de analizar todo el material, se generó una calificación de los indicadores de las condiciones marco de WED para Chile.

A continuación, se presenta una síntesis de las condiciones evaluadas y recomendaciones asociadas, que esperan contribuir al desarrollo de políticas eficaces para mejorar el entorno para la promoción del emprendimiento de las mujeres.

Perfil de mujeres emprendedoras y principales barreras para desarrollar sus emprendimientos en Chile

A modo de caracterización de las emprendedoras, se expone que, según los datos entregados por el EME 2017, de las 1.992.578 **personas micro emprendedoras** que se registraron en 2017, el **39,2% son mujeres**. Esto representa un aumento de 11,7% respecto al 2015. de las 1.992.578 **personas micro emprendedoras** que se registraron en 2017, el **39,2% son mujeres**. La mayor concentración de emprendimientos de mujeres se encuentra en la Región Metropolitana (44,8 %).

Los resultados de dicho estudio también muestran que en general, la principal motivación para emprender es obtener mayores ingresos (hombres 26,7 % y mujeres 26%). Siendo la segunda motivación de las mujeres las responsabilidades familiares (mujeres 19,9 % y en contraste hombres 3,8%).

Respecto al tamaño de empresa según ventas, un 50% de las empresas cuya gerenta general es mujer, es una micro empresa; mientras que un 22% y 21% corresponden a empresas pequeña 1 y pequeña 2. Solo un 1,4% de las empresas cuya gerenta general es mujer clasifica como gran empresa.

Por su parte, en torno a la distribución por sectores económicos de las emprendedoras en etapas iniciales, el informe de GEM "Mujeres y actividad emprendedora en Chile 2017" distingue actividades orientadas al consumidor, servicios a empresas, actividades de transformación y de extracción. Según este informe, en todas las regiones de Chile el sector orientado al consumidor es el que concentra el mayor porcentaje de negocios, destacando la región de Arica y Parinacota con un 79,5%. En el sector que hay menos presencia de mujeres es el de extracción.

Respecto a la participación de empresas lideradas por mujeres en mercados internacionales, el informe de Direcon – ProChile 2018 “Segunda radiografía a la participación de las mujeres en las exportaciones chilenas”, en el año 2017, 343 empresas lideradas por mujeres realizaron exportaciones, lo que equivale al 4,2% de las empresas con envíos al extranjero.

El entorno para las mujeres empresarias y para el crecimiento y esquema de la estructura para el suministro de apoyo a políticas y programas para MIPYME

De acuerdo a lo expuesto por las personas consultadas, la actual visión de los Ministerios y organismos de planificación centrados en la planificación de políticas de emprendimiento, muestran entre sus objetivos el desarrollo del empoderamiento económico femenino. Además, tienen la intención de hacer crecer emprendimientos dinámicos y centrados en la innovación tecnológica a la hora de pensar en exportar en las empresas de mujeres en Chile. Sin embargo, esto entra en tensión cuando algunos informantes claves creen que los apoyos estatales en general se centran en emprendimientos tradicionales² y de menor tamaño.

² Desde lo expuesto por las personas consultadas, los **emprendimientos tradicionales** se contraponen al dinámico en la medida que se sitúa en sectores más tradicionales (comercio o manufactura), además de menores puntuaciones en términos de rentabilidad e innovación tecnológicas, determinantes en el emprendimiento dinámico.

Un último punto a rescatar de los resultados de esta sistematización del ecosistema del emprendimiento femenino, tiene relación con la comunicación entre las plataformas de apoyo gubernamental como no gubernamental. A partir de los resultados cualitativos, se revela que a pesar de la existencia de constantes mesas de diálogo entre el Estado y otras instituciones a fin de sistematizar un diagnóstico general del emprendimiento femenino en Chile, y una comunicación general con organismos ejecutores como CORFO o el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, los entrevistados aseguran la existencia de poca “sinergia” y coordinación de los recursos y acciones de todo el ecosistema que permitan dar lugar a un ecosistema chileno comunicado y en permanente comunicación entre organizaciones, a fin de complementar sus labores – de distintos apoyos, distintos beneficiarios- y esfuerzos realizados

Desafíos y barreras al surgimiento de mujeres empresarias y para el crecimiento de las empresas propiedad de mujeres.

El estudio “Radiografía del Emprendimiento en Chile 2018”, encuesta elaborada por ASECH identifica a las alternativas de financiamiento como lo que más dificulta el emprendimiento en el país (41,7%), seguida de la estructura tributaria para las pequeñas empresas (32%).

Ante estas cifras, es relevante considerar que dentro del ecosistema empresarial chileno existen barreras que afectan tanto a hombres como mujeres, sin embargo, existen factores que afectan principal –o exclusivamente- a mujeres. El mismo reporte de Thomson Reuters Foundation que sitúa a Chile como el sexto mejor país para emprender³, lo sitúa en el lugar 37 respecto a mejor lugar para ser una emprendedora mujer. Según el informe “Género y Micro-emprendimiento” del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2010) las dificultades encontradas por las emprendedoras, contribuyen a que estas ganen, frecuentemente, entre 30 % y 40 % menos que los emprendedores.

Al abordar la temática en el apartado cualitativo, las restricciones asociadas a las trayectorias empresariales de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de actores claves y mujeres emprendedoras, se pueden sintetizar algunas restricciones recurrentes que limitan los chances de desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, a saber: (1) Las **diferencias culturales de géneros** que delimitan el quehacer cotidiano de las mujeres y vivencias de machismos en el mundo del emprendimiento, y (2) Las problemáticas asociadas a la **configuración del sistema chileno**, tales como el **sistema jurídico** y el **acceso y configuración de programas** y servicios para el fomento de la empresarización en Chile.

Diferencias culturales de género

- (a) **Conciliación familia-cuidados-emprendimiento:** Los participantes observan que la atención al trabajo doméstico y cuidado de terceros (hijos/as, padres u otros), repercute en las probabilidades de éxito y crecimiento de sus emprendimientos.
- (b) Una segunda restricción, tiene razón en vivencias de machismos por parte de mujeres emprendedoras. Se ejemplifican casos donde se cierran las puertas a las iniciativas empresariales de mujer, por parte de instituciones financieras por no creer en el potencial de desarrollo de su idea, o la sensación de tener que demostrar que son aptas para el emprendimiento.
- (c) **Diferencias a nivel de rubros de emprendimiento:** Adicionalmente, aunque menos saturado a nivel cualitativo, existe una dificultad asociada a las preferencias de mujeres empresarias hacia ciertos rubros asociados a lo femenino. En voz de algunos participantes, en ocasiones **los rubros**

³ El reporte analiza 190 países.

donde más hay mujeres tales como la manufactura o el comercio, suelen ser áreas con menor rentabilidad y menor impacto a nivel económico.

Problemáticas asociadas a la configuración del sistema chileno: se problematiza el hecho de que muchos de los programas estatales y particularmente, incubadoras y aceleradoras de negocios, junto con servicios de organismos ejecutores, tienen una visión del emprendimiento en el último tiempo en la **atención al desarrollo de la innovación tecnológica** de las empresas. Esto puede repercutir directamente en el desempeño y potenciación del emprendimiento de mujeres, ya que como se ha mencionado, en general un **alto porcentaje de mujeres** se desarrolla en emprendimientos más **tradicionales** que no necesariamente apuntan al despegue tecnológico de sus empresas.

Al respecto, las representantes de organizaciones especializadas en mujeres emprendedoras abogan por la inclusión de una **complementariedad y visibilidad de perfiles** de ser emprendedora en los programas, sobre todo estatales, que puedan involucrar todas las restricciones que enfrentan para poder llegar a estos servicios. Junto con una **perspectiva de género** que pueda comprenda las particularidades y dificultades que viven estas mujeres a la hora de emprender.

Condición Marco 1: Sistema jurídico y regulatorio con perspectiva de género que promueve el empoderamiento económico de las mujeres

A simple vista el sistema jurídico y regulatorio chileno tiene bastantes aspectos que promueven el emprendimiento en general, y, además, no existen muchas trabas legales para el emprendimiento de mujeres, en particular. En términos concretos la principal traba legal para que las mujeres emprendan, es la sociedad conyugal, que se da por defecto a la hora de contraer matrimonio –es decir si no se señala expresamente que se busca una separación de bienes- la sociedad establecida obliga a que los bienes de la mujer sean administrados por su cónyuge.

Ahora, al momento de analizar si es que las pocas trabas legales para que las mujeres emprendan, tienen un correlato de equidad en el emprendimiento, el panorama es menos alentador. Los anterior por tanto las brechas de género entre personas que emprenden todavía es amplia (cercana al 10%), además de tener sectorizados los rubros de emprendimiento según género, y tener una barrera inicial que es el ingreso al mercado del trabajo en general, en donde un 97,4% de las mujeres inactivas declara que la razón de su inactividad son razones familiares permanentes.

Condición Marco 2: Liderazgo y coordinación de políticas efectivas para la promoción de WED

En el caso de Chile, se ha generado en materia de género y emprendimiento una seguidilla de condiciones desde el año 2000 a la fecha para la disminución de las brechas de género como estrategia nacional y en específico, en la iniciativa empresarial. Dentro de las principales introducciones en materia de género a nivel público, tiene relación con la creación del Ministerio de la Mujer y la Equidad de género el año 2015 (predecesor del Servicio Nacional de la Mujer SERNAM creado en 1990 se transformó en el mencionado ministerio). En materia de género se ha implementado:

- La Norma Chilena 3262/2012 (NCh). Hoy “Sello Igualdad-Conciliación”.

- El programa “Buenas prácticas laborales con equidad de género” (BPLEG) por parte de empresas públicas y privadas.
- “Mesa energía más mujer y mujer y minería”
- Consejo Mujer COVID-19.

El desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile es una prioridad como grupo específico y da cuenta en una serie de políticas en esta línea para MIPYME con sensibilidad de género. Sin embargo, no se evidencia una agenda o plan de acción específico para llevar a cabo esto (WED como prioridad nacional). Es más, vemos que incluso algunos programas e instituciones PYME no reconocen los desafíos que enfrentan las mujeres para emprender, aunque existan programas exclusivos de mujeres para fomentar WED.

En Chile la preocupación por desarrollar políticas y programas con una perspectiva de género en el sector empresarial es relativamente reciente, existiendo escasas iniciativas antes del 2010. De modo similar, las asociaciones y redes de mujeres empresarias comienzan a gestarse en forma contemporánea a partir del 2000. Las encuestadas de la Encuesta WED, en general están de acuerdo con que en la sociedad la iniciativa empresarial femenina es aceptada (64%).

A pesar de los esfuerzos de los Ministerios De La Mujer y Equidad De Género, el Ministerio de Economía, DIRECON y otros, así como su comunicación con partes interesadas externas, no se observa una entidad u organismos dentro de estos ministerios con el mandato de proporcionar liderazgo y coordinación de políticas intergubernamentales para la promoción de WED y acciones de apoyo. Así, el impacto de las políticas e iniciativas es poco probable que se maximicen los programas y servicios que pueden estar en marcha, ya que no hay adecuada coordinación entre ellos.

Condición Marco 3: Acceso a servicios financieros con perspectiva de género

No existe evidencia de que las instituciones financieras tradicionales realicen esfuerzos por demostrar un enfoque de género en sus líneas de productos y servicios financieros tradicionales, fuera de las iniciativas dirigidas a empresas de mujeres. Tampoco se evidencian capacitaciones para funcionarios de préstamos en capacitación una perspectiva de género más que en algunas bancas estatales. En otras instituciones se ve incluso sesgos de género en las evaluaciones de estas instituciones genéricas. Pero en general se comienza a ver el potencial de las EMP en el mercado.

Asimismo, comparativamente con los usuarios hombres, las mujeres empresarias están sub-representadas en estas iniciativas con creces, a pesar de que en los últimos años se hagan esfuerzos estatales para revertir esto. La introducción de un programa nacional de garantía de préstamos podría ayudar a compensar esta barrera. Asimismo, dentro de las principales dificultades que acusan las mujeres emprendedoras para acceder a servicios financieros, se observa un déficit en atender a las necesidades de las mujeres en el proceso de accesos a cofinanciamientos tales como tiempos asociados, préstamos para crecer sus empresas y sesgos de género de parte de los funcionarios y evaluadores.

A pesar de esta buena noticia, donde existe una variedad de programas de cofinanciamiento y préstamos/créditos dirigidos a mujeres emprendedoras, no se observan iniciativas en todas las etapas de su desarrollo. Principalmente se quedan en etapas base y no en la expansión y escalabilidad de las empresas lideradas por mujeres. Esto puede tener como resultados que las emprendedoras se queden en etapas tempranas de sus emprendimientos, pues si bien declaran autofinanciarse en las primeras etapas

de sus negocios, no tenemos evidencia de apoyos externos para el crecimiento de éstos, donde generalmente llegan menos emprendedoras chilenas.

Condición Marco 4: Acceso a servicios de apoyo al desarrollo empresarial (ADE) con perspectiva de género

Si bien se evidencia una alta proporción de emprendedoras en capacitaciones por sobre los hombres (de acuerdo a encuesta EME, 2019), si se observa el caso de los programas tradicionales, la proporción de mujeres beneficiarias es considerablemente menor a la de beneficiarios hombres (para el caso de programas CORFO y Capital Semilla donde se observa evidencia). Aún no hay evidencia exacta de datos segregados por sexo sobre la proporción de mujeres entre los clientes de la mayoría de los servicios ADE genéricos. En esa misma línea, se evidencia la necesidad de documentar y reportar datos desglosados por sexo sobre los clientes y beneficiarios de estos servicios, de lo cual poca documentación existe de fácil acceso.

Respecto al trabajo con perspectiva de género en proveedores ADE tradicionales se puede mencionar lo siguiente: Muchos de los proveedores ADE no se muestran conscientes de las barreras que tienen las mujeres para emprender y aun en menor medida incorporan una perspectiva de género en sus lineamientos, tomando un enfoque de pregunta ante la baja convocatoria de mujeres, pero sin acciones concretas en esa línea. Es más, las mujeres encuestas se muestran altamente insatisfechas con los servicios ADE tradicionales sobre todo en etapas posteriores de crecimiento donde ven muchas barreras de acceso para ingresar a estos programas.

Respecto a los ADE para mujeres: existen variados programas ADE para mujeres emprendedoras en Chile, con una amplia gama de ofertas estatales y no estatales. Sin embargo, estos suelen concentrarse en etapas tempranas del emprendimiento y en emprendimientos nacientes de mujeres, a pesar de existir programas CORFO concentrados en emprendimientos dinámicos liderados por mujeres. Tal como concuerdan las mujeres encuestadas, luego de algunos años y en el caso de emprendimientos dinámicos ya establecidos los servicios ADE para mujeres son relativamente ausentes.

No se tiene información respecto del alcance de estos programas en otras regiones del país fuera de la Región Metropolitana.

Para mejorar la disponibilidad y accesibilidad de los servicios ADE para las mujeres emprendedoras en áreas regionales, los proveedores de ADE deberían aumentar su alcance y promover sus servicios en las zonas marginadas y ofrecer servicios que respondan a las necesidades específicas de las mujeres. Así como promover programas de crecimiento y mejora de capacidades PYME con foco en una alta escalabilidad.

Condición Marco 5: Acceso a mercados y tecnologías

Existe un programa de promoción de exportaciones para mujeres empresarias de tipo estatal (Mujer Exporta) en Chile, pero este no cuenta con un carácter integral. El programa, así como otras iniciativas de Direcon y PROChile buscan activamente la participación de mujeres en talles y ferias comerciales, con la inclusión de una perspectiva de género en TCL y otros convenios a nivel internacional. Sin embargo, esto no se traduce en una gran convocatoria, con resultados en el aumento de exportaciones de mujeres aun débiles.

Los servicios para la promoción de exportación de empresas de mujeres siguen siendo limitados. Y la mayoría de mujeres emprendedoras están vendiendo sus productos en los mercados locales, sin el apoyo

adecuado para mejorar su calidad y cumplir con los requisitos mercados internacionales, donde el comercio electrónico se ve como una opción más beneficiable para las mujeres.

Sobre contrataciones públicas, efectivamente el programa “Sello mujer” de Chile Compra permite que las empresas lideradas por mujeres tengan una asignación o sello especial en el caso de compras gubernamentales. A pesar de esto, no se conocen los resultados efectivos de esta iniciativa, más allá del buen visto de las mujeres emprendedoras quienes ven con buenos ojos esta iniciativa para sus empresas.

No se evidencian información sobre iniciativas de la cadena de suministro que busque específicamente la integración de las mujeres emprendedoras en Chile. No obstante, hipotetizamos que la no evidencia de ello, puede conllevar la inexistencia de estas iniciativas.

Sobre el acceso de las mujeres a la tecnología, se identifican esfuerzos específicos de asesoramiento para mujeres a través de programas estatales y aceleradoras/incubadoras tales como The S factory, MCapital y otros, que promueven el uso de tecnologías esfuerzo para mejorar las habilidades de alfabetización digital superan con creces el nivel inicial. A pesar de ello, las mujeres consultadas aún sostienen no existir capacitaciones de digitalización avanzada, pues se quedan en niveles iniciales y medios. Esto no permite que emprendimientos dinámicos y tradicionales de mujeres se expandan en términos del uso de TIC para su crecimiento. Asimismo, son estas mismas iniciativas las que no adecuan sus criterios de acceso a las particularidades de mujeres emprendedoras, por lo que se observa que aún quedan desafíos por acceder a las TIC y su uso en empresas lideradas por mujeres.

Generalmente la promoción de las tecnologías para mujeres emprendedoras se supedita a este tipo de programas para mujeres y no se evidencia esta promoción en otras estrategias generales PYME con incentivo para mujeres.

Condición Marco 6: Representación de mujeres empresarias y participación en el diálogo sobre política

Con respecto a la representación de mujeres empresarias y su participación en el diálogo sobre política, se expone que los grupos de empresarias, tienen cierta voz a nivel público, siendo partícipes de distintas instancias con el sistema público, sin embargo, los datos cuantitativos dan cuenta de que esta mixtura no se está dando, siendo, las mujeres, solo un 13,5% del total de representantes gremiales del área empresarial. Si bien la información del despliegue de asociaciones de mujeres en las distintas zonas del país es limitada, no hay una agrupación que congregue a estas distintas asociaciones; existen grupos de mujeres que han logrado establecerse dentro del ecosistema empresarial, pudiendo ser partícipe de ciertos procesos a nivel país, además de congregarse a empresarias de distintos rubros y niveles de emprendimientos.

Y si bien las asociaciones de mujeres empresarias están desarrollando sus habilidades y capacidades de promoción, incluso pudiendo tener cierta injerencia en el gobierno. Las preocupaciones de mujeres empresarias se ven bastante alejadas de los gremios ligados al comercio que no son exclusivos de mujeres.

Los discursos de los informantes clave sostienen que a momentos estas asociaciones no ponen de relieve problemáticas de género, sino que solo congregan a grupos de mujeres, siendo lo ideal una integración mixta.

CONCLUSIONES

Los hallazgos muestran que Chile se encuentra en pleno despliegue de un piso adecuado para que el empresariado de mujeres se establezca sólidamente, con marcos regulatorios y políticas generalmente positivas en esa línea. En los últimos 20 años se han desarrollado en el país diversas instituciones, programas —estatales y no gubernamentales— y redes de asociaciones vinculados al emprendimiento liderado por mujeres, que visualizaron la existencia de mujeres con ímpetu emprendedor, con necesidades y factores contextuales particulares que marcan su grado y modo de inserción en el ecosistema empresarial. A pesar de este desarrollo de diversas instituciones y programas, persisten varias dificultades para el emprendimiento y desarrollo empresarial femenino.

En esa misma línea, los resultados evidencian que, a pesar de los esfuerzos de los Ministerios de la Mujer y Equidad de Género, el Ministerio de Economía, DIRECON y otros, no se observa una entidad u organismos dentro de estos ministerios con el mandato de proporcionar liderazgo y coordinación de políticas intergubernamentales para la promoción de WED y acciones de apoyo. Así, el impacto de las políticas e iniciativas que están en marcha, es poco probable que se maximicen esos esfuerzos, ya que no hay adecuada coordinación entre ellos. Respecto a este camino por recorrer para la promoción del emprendimiento de las mujeres en Chile, podemos mencionar lo siguiente:

En primer lugar, si bien este gran ecosistema empresarial en Chile permite un sinnúmero de servicios financieros y capacitaciones en distintos ámbitos, comparativamente con usuarios hombres, las mujeres empresarias suelen estar sub-representadas en estas iniciativas, a pesar de que en los últimos años programas con perspectiva de género han hecho esfuerzos para revertir eso. En este marco, a pesar de tener un ecosistema reforzado, las mujeres no se sienten llamadas a participar de estos espacios, a pesar de sus denuncias respecto a la necesidad de orientación y guía para desarrollarse y crecer como empresarias. Esto refuerza aún más las brechas de género en el sector empresarial. Ahora bien, cabe señalar que la información recogida no permite evidenciar el real impacto de estos programas en el desempeño empresarial de hombres y mujeres en el país. Esto invoca un llamado a documentar y reportar los datos desglosados por sexo y región sobre los/as clientes de estos servicios, de lo cual poca documentación existe de fácil acceso.

En segundo lugar y concordante con lo anterior, uno de los principales hallazgos de esta evaluación WED Chile es que, si bien existen múltiples programas exclusivos para mujeres, el sistema de servicios tradicionales tiene un enfoque pasivo respecto a la participación de las mujeres en sus servicios. No existe evidencia de que las instituciones financieras tradicionales realicen esfuerzos por demostrar un enfoque de género en sus líneas de productos y servicios financieros tradicionales, fuera de las iniciativas dirigidas a empresas de mujeres. Tampoco se evidencian capacitaciones sobre las limitaciones y barreras que enfrentan las mujeres a la hora de emprender para funcionarios de préstamos y/o evaluadores, donde incluso se da cuenta de sesgos de género en las evaluaciones de estas instituciones genéricas. Es más, si bien los programas exclusivos para mujeres muchos de ellos cuentan en sus líneas estrategias una conciencia de las brechas de género en el sector empresarial, muchas de las mujeres consultadas sostienen que, aun así, existen limitantes para acceder a los programas tradicionales y para mujeres.

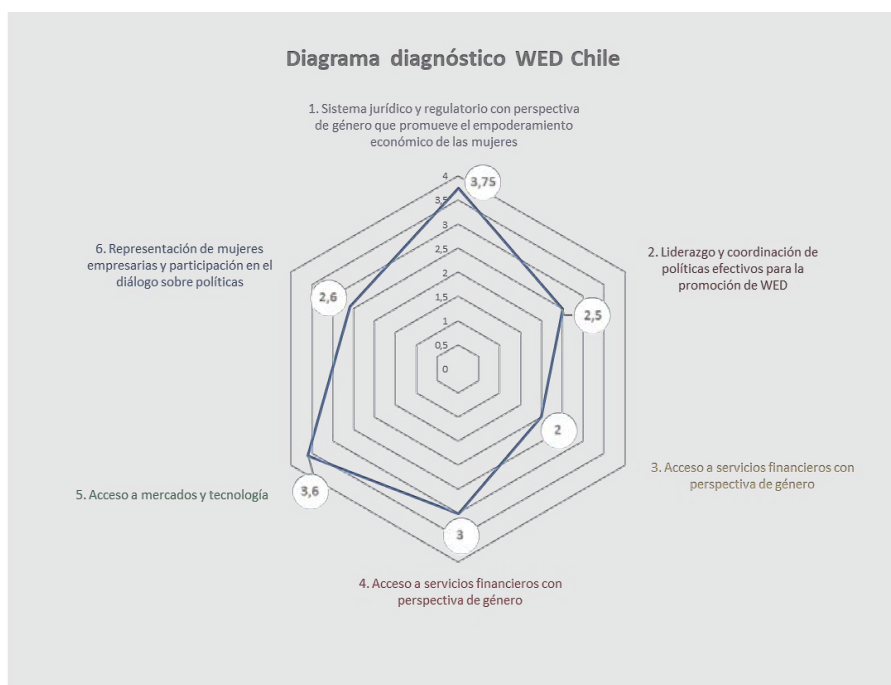
Algunas de estas limitantes son: la necesidad de complementar roles en el cuidado de terceros y los tiempos reducidos (p.e. solicitar 100% de dedicación o capacitaciones de largo aliento), la percepción de las entrevistas sobre sesgos de género por parte de evaluadores hombres, procesos de acceso a financiamiento engorrosos y con lenguaje altamente técnico que enlentece su alcance, la poca visibilidad de emprendimiento de mujeres en instancias mixtas; la dificultad en conseguir inversionistas cuando quieren dar escalabilidad a su emprendimiento y la poca visibilidad a referentes mujeres con

emprendimientos exitosos, son algunas de las barreras que enfrentan las mujeres para acceder a estos servicios y hacer crecer sus empresas. Desde su perspectiva, son aspectos que los y las prestamistas de los mismos servicios para mujeres, no ven del todo.

En tercer lugar, tomando en consideración la existencia de muchos programas orientados a mujeres, no se observan iniciativas en todas las etapas de su desarrollo. Estos servicios para mujeres en general se quedan en líneas base de los emprendimientos para micro-empresas de mujeres, y existen pocos esfuerzos para la expansión y escalabilidad de las empresas lideradas por mujeres. La evaluación WED Chile si bien refuerza la necesidad de potenciar emprendimientos tradicionales donde se encuentran la mayoría de las mujeres empresarias, esta evaluación se nutre de la urgencia por perfeccionar el diagnóstico de emprendimientos liderados por mujeres hacia su diversificación. La necesidad de diferenciar entre tipo de emprendimiento de mujeres y dar lugar a estas clasificaciones, permite realizar un diagnóstico correcto que puede llegar a un mayor éxito de estas políticas en favor del emprendimiento femenino.

La siguiente Figura proporciona una vista más detallada de dónde se encuentran los puntos fuertes y débiles en los niveles de las subcondiciones evaluadas. Seguido de cerca por un grupo de 8 subcondiciones que garantizan esta puntuación general:

Figura 1. Síntesis de la evaluación de las 6 condiciones marco WED Chile.



PLAN DE ACCIÓN NACIONAL WED CHILE

Pilar	Acciones	Indicadores
Sistema jurídico sensible al género que promueve el empoderamiento económico de la mujer	a. Proporcionar incentivos a las empresas propiedad de mujeres con potencial de crecimiento para que trasladen sus negocios a la economía formal.	Reporte del número de empresas de mujeres en SII 2020-2025
	b. Seguir trabajando en simplificar los procesos de registro de empresas e inscripción de negocios a través por ejemplo de generar capacitaciones a mujeres o utilizando postulaciones en línea, entre otros.	Portal de inscripción actualizado Plan de trabajo para capacitaciones aprobado
	c. Agregar a la ley 20.348 (mismo trabajo, mismo salario) normas de transparencia e información segregada por género que ayuden a velar por el cumplimiento de la misma.	Anexo de anteproyecto de ley aprobado.
	d. Asegurar la extensión de la protección social a mujeres emprendedoras (extensión del inciso primero del artículo 203 del código del trabajo).	Plan estratégico aprobado para protección cuidado infantil en independientes
	e. Modificación de la ley de sociedad conyugal (iguales derechos y obligaciones en administración bienes, y no autorización conyugue para operaciones empresa).	Anteproyecto de ley aprobado
Otorgar un rol coordinador de las líneas base del Estado para sistematizar y dar curso concreto a los esfuerzos ya realizados	f. Establecer un coordinador nacional para WED dentro del Estado, con el mandato de liderar en materia de políticas, respaldado por el presupuesto, los recursos y la colaboración y cooperación interministerial necesarios para llevar a cabo dicho mandato. Y que consulte activamente sobre las necesidades de políticas y programas de las mujeres empresarias.	Selección de organismo coordinador WED
	g. Visibilizar las restricciones y barreras que tienen las mujeres a la hora de emprender, por ejemplo, a través de desarrollar e implementar sesiones de orientación para proveedores genéricos sobre las necesidades específicas de mujeres emprendedoras y cómo abordarlas.	Plan de acción para orientaciones con proveedores tradicionales
	h. Acordar una definición para todos los actores respecto a qué significa una empresa de mujer: supone un esfuerzo en esclarecer quienes son las beneficiarias (emprendedoras) que busca cada política y cómo pueden añadir un valor agregado versus otros programas.	Contar con definición aprobada. Plan de trabajo sobre capacitaciones a diversos grupos de interés
Acercar diversidad de servicios a sus potenciales beneficiarias	i. Crear un portal del Estado focalizado con la información de bonos, créditos, programas dirigidos a mujeres. Pone el valor en simplificar la información de estos soportes beneficiando a sus usuarias, las mujeres.	Portal web unificado en funcionamiento
	j. Simplificar la información de acceso a los programas; ocupar lenguajes menos técnicos y accesibles a las mujeres chilenas, así como el despliegue de asesorías para dichas postulaciones.	Evaluación de lenguaje utilizado para iniciativas. Número de EPM que acceden a programas 2020-2025
	k. Repensar las líneas de acción y planificación de los apoyos del ecosistema, teniendo en cuenta las limitaciones de movilidad de las mujeres y la carga de cuidados no remunerados.	Plan de trabajo aprobado
	l. Sistemas de apoyos de financiamiento y no financieros recopilen datos desglosados por sexo; qué programas acceden, cantidad de préstamos, tipos de capacitaciones, y estudios de impacto de las diferentes intervenciones de tutoría y apoyo WED.	Reporte de los datos y número de mujeres beneficiadas 2020-2025

	m. Generar iniciativas centradas en mantención de emprendimientos EPM. Los esfuerzos ubicados al comenzar el emprendimiento de mujeres y reduciéndose a medida que las empresas van creciendo, es perjudicial. Esto, porque las complejidades de emprender, en general, y emprender, siendo mujer, en particular, se van mutando a medida que el emprendimiento va creciendo	Plan de trabajo en programas para el crecimiento de EMP (más programas semilla o de riesgo).
	n. Fortalecer el incentivo a la participación y co-financiamiento de los programas relativos a EPM dinámicos y altamente escalables.	Número de mujeres beneficiadas Presupuesto aprobado.
	o. Generar nuevas iniciativas para apoyar EPM que tengan en mente emprendimientos altamente escalables y tecnológicos.	Plan de trabajo aprobado
Fortalecer redes de mujeres	p. Trabajar para promover la participación de mujeres emprendedoras en las principales asociaciones empresariales; implementar programas de concientización sobre las ventajas de membresía en estas redes.	Número de mujeres beneficiadas Plan de trabajo en capacitaciones aprobado
	q. Promover la introducción de cuotas de mujeres en los consejos de participación en mesas de diálogo y asesorías a ministerios y coordinadores WED en el Estado.	Número de cuota establecido
	r. Promover aumentar la participación de las mujeres emprendedoras en las cámaras y gremios empresariales.	Número de cuota establecido
Consolidar acceso a mercados y tecnologías	s. Brindar incentivos adicionales para asumir nuevas prácticas comerciales tales como: capacitaciones en TIC, incorporar mujeres a las cadenas de suministros con grandes empresas y contratación pública pueden ser algunas de ellas.	Plan de trabajo aprobado
	t. Recopilar datos de participación en ferias y exposiciones en exportación desglosados por sexo; por ventas de exportación totales para monitorear y evaluar el impacto en las empresas propiedad de mujeres.	Reporte de los datos y número de mujeres beneficiadas.
	u. Incrementar los servicios de consultoría y capacitación en TIC de alta especialización (no sólo básicos) para mujeres emprendedoras, especialmente en las regiones.	Plan de trabajo en capacitaciones aprobado

2 OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo general del estudio es evaluar un conjunto de condiciones marco para el **desarrollo empresarial de las mujeres en Chile**, a fin de fomentar entornos para la promoción del emprendimiento de las mujeres en el país.

Dentro de los objetivos específicos de esta evaluación nacional WED se encuentran:

- Identificar las barreras específicas que enfrentan las mujeres emprendedoras en el país.
- Examinar cómo las EPM se ven afectadas por políticas, leyes, y regulaciones en áreas que afectan el empoderamiento económico de la mujer, y el grado de que estas son adecuadamente sensibles al género.
- Identificar el grado en que las políticas y programas de apoyo empresarial, incluidos financieros y no financieros, son sensibles a las necesidades de las mujeres emprendedoras y responder a sus necesidades.
- Indagar en el grado en que las EPM tienen representación en las políticas público-privadas.
- Identificar recomendaciones concretas específicas sobre cómo desarrollar el potencial del espíritu empresarial de las mujeres que servirá de base para futuras acciones prioritarias para disminuir las brechas de género en el sector empresarial.

Tomando estos objetivos en consideración es que la presente sección tiene por objetivo dar cuenta de las consideraciones metodológicas que siguieron este estudio.

La evaluación nacional WED en Chile se realizó utilizando la metodología descrita por la OIT en “Evaluación nacional de las condiciones marco WED” (Stevenson & St-Onge, 2013).

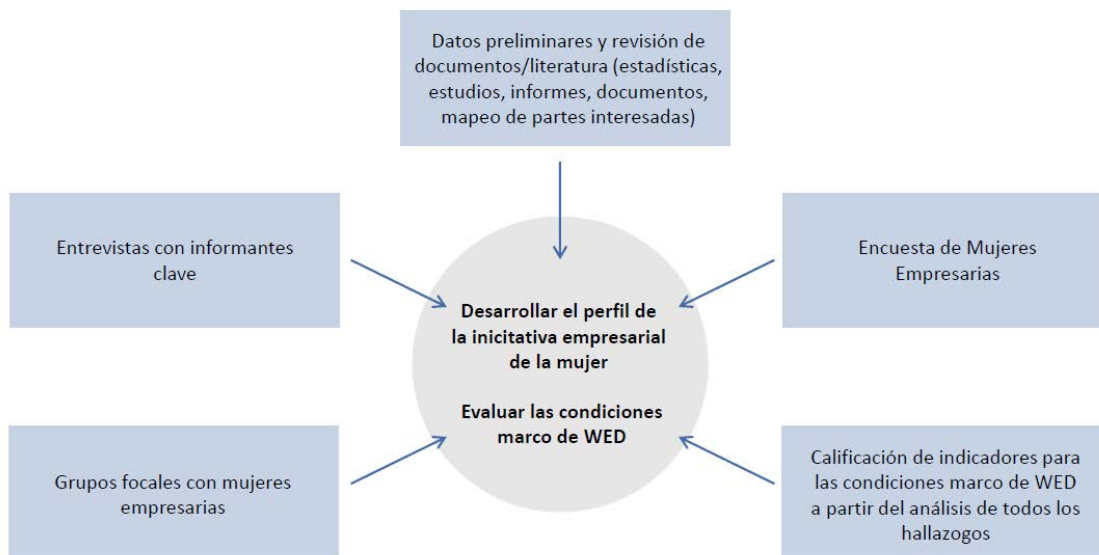
Dicha evaluación emplea metodologías que combinan tanto técnicas cualitativas como métodos cuantitativos y revisiones documentales, para en su conjunto poder evaluar 6 condiciones marco WED en el país, a saber:

Sistema jurídico y regulatorio con perspectiva de género que promueve el empoderamiento económico de las mujeres.

7. Liderazgo y coordinación de políticas efectivas para la promoción de WED
8. Acceso a servicios financieros con perspectiva de género
9. Acceso a servicios de apoyo al desarrollo empresarial (ADE) con perspectiva de género
10. Acceso a mercados y tecnologías
11. Representación de mujeres empresarias y participación en el diálogo sobre políticas

La siguiente Figura sintetiza los abordajes metodológicos desarrollados y a detallar en las siguientes secciones:

Figura 2. Síntesis abordajes metodológicos evaluación nacional WED



1.1 Análisis de fuentes secundarias: revisión documental

En **primer lugar**, se llevó a cabo una **revisión de data secundaria**, a fin de familiarizar con la realidad que se pretende contextualizar, en este caso el emprendimiento femenino en Chile. La revisión de documentación y literatura de las condiciones marco del emprendimiento de mujeres en el país tuvo razón en la indagación de los siguientes puntos, a partir de las direcciones entregadas por la metodología WED-OIT:

- Recopilación de **estadísticas sobre el sector empresarial** en Chile.
- Análisis de otros **estudios e investigaciones** que entreguen insumos teóricos respecto a las principales **barreras y desafíos** que enfrentan las mujeres en el contexto empresarial.
- Recopilación de documentación sobre **políticas, regulaciones y leyes** que tengan influencia en el ámbito empresarial donde las mujeres se involucran.
- Mapear **programas o iniciativas** de apoyo empresarial en general (financieros y no financieros).

Para ello se revisó en primer lugar información de las siguientes fuentes, con el fin de identificar lineamientos de datos existentes sobre desarrollo emprendimiento de mujeres en el país:

- **INE**: Encuesta Nacional de Empleo (ENE) (2017); Encuesta Suplementaria de Ingresos (ESI) (2017); Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE) (2015); Encuesta de Micro emprendimiento (EME) (2017).
- **CORFO**: Data emprendimiento (2018).
- **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: Encuesta Nacional población adulta y Encuesta Nacional de Expertos (2017).

- **OECD:** Indicadores OECD sobre emprendimiento (no actualizado).
- **Organización Internacional del Trabajo (OIT):** Datos sobre género (no actualizado).

En una segunda instancia, se buscaron leyes –regulaciones- e iniciativas –programas- a nivel nacional, desde un marco de los organismos gubernamentales y no gubernamentales (ONG, sector privado), que tengan influencia en el ámbito empresarial donde las mujeres se involucran.

La guía inicial para el acceso directo a las instituciones relacionadas fue el informe de la Asociación Mujeres del Pacífico “Programas de apoyo al emprendimiento femenino en la alianza del pacífico” concedido por la Contraparte del estudio. Esto, dio paso a la búsqueda de programas y regulaciones en las páginas de las siguientes instituciones de gobierno: CORFO –Corporación de Fomento de la producción-, SERCOTEC –Servicio de Corporación Técnica-, Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, y Prochile -Dirección General de Promoción de Exportaciones-, SENCE - Servicio Nacional de Capacitación y Empleo- SERNAMEG - Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género-, SERNATUR - Servicio Nacional de Turismo-, PRODEMU –Fundación para la promoción y desarrollo de la mujer-. Y a nivel no gubernamental: Comunidad Mujer, Mujeres del Pacífico, Mujeres Empresarias, y Mujeres emprendedoras.

Para ello, se seleccionaron experiencias que cumplieran los siguientes criterios:

- Programas y políticas relacionadas al emprendimiento y sector empresarial (guiado por los distintos niveles de emprendimiento desarrollados por GEM Chile).
- Programas e iniciativas desarrollados a nivel nacional que posean perspectiva de género para su promoción en dichos entornos empresariales.

Posteriormente, la revisión sistemática se guio del análisis de otros estudios e investigaciones de mujeres y contexto empresarial, a fin de encontrar insumos teóricos respecto a las principales barreras y desafíos de las mujeres en dichos espacios. Las palabras clave utilizadas para esta búsqueda fueron: *mujeres, emprendimiento, empresas, dificultades, barreras, Chile*.

Con la información mencionada, se realizó una sistematización de la información obtenida a través de matrices los estudios y datos relevados en la búsqueda. Además de las matrices dispuestas en los Términos de Referencia WED-OIT específicamente para el mapeo de dichas organizaciones e iniciativas de apoyo. Cabe señalar, que los resultados de este primer abordaje son expuestos en el primer Informe entregado a la Contraparte del estudio.

1.2 Análisis Fuentes primarias: Metodología cualitativa y cuantitativa

1.2.1 Entrevistas en profundidad a informantes clave

Como **segunda etapa**, se realizaron **entrevistas en profundidad con informantes clave de distintas áreas del emprendimiento en el país**.

En términos generales, **la entrevista** suele ser una técnica que tiene mayores probabilidades de generar conocimientos nuevos, en la medida en que explora dimensiones y lógicas de pensamiento que no habían sido previamente consideradas (Sandoval, 2002, pág. 145).

Como instrumento de acopio de información se **utilizaron las pautas semiestructuradas propuestas por la metodología WED-OIT** para las entrevistas en profundidad con actores claves entregadas en los Términos de Referencia del presente Estudio. Cabe señalar que dichas pautas sufrieron algunas modificaciones acordadas con la Contraparte del Estudio, a fin de colaborar en una exhaustiva obtención de información cualitativa y acorde al contexto del país.

Las pautas de entrevista propuestas por la metodología WED-OIT, junto con sus correspondientes modificaciones realizadas por el Equipo Consultor DESUC, se encuentran adjuntadas en el **Anexo**.

1.2.1.1 Participantes entrevistas

A fin de indagar en las percepciones de los actores claves vinculados a la situación empresarial de las mujeres en Chile, la muestra quedó constituida de **20 entrevistas en profundidad a informantes convocados** de diversas instituciones relacionadas a la temática del emprendimiento (de organismos gubernamentales como no gubernamentales), junto con **3 entrevistas a casos de mujeres emprendedoras chilenas**.

Para el caso de las entrevistas con **informantes clave en la temática**, a través del insumo de fuentes secundarias expuesto en el informe anterior, se optó por abordar a actores de instituciones representantes del país y el emprendimiento (femenino) en Chile. El detalle de dichos informantes se entrega en el **Anexo**.

Tabla 1. Muestra cualitativa

Área Representada	Entrevistados/as
Ministerios y organismos gubernamentales	6
Instituciones Financieras	1
Organizaciones de microcrédito	1
Proveedores de apoyo y capacitaciones empresariales	2
Asociaciones de emprendedores/as, gremios empresariales	5
Asociaciones de mujeres empresarias	2
Organizaciones no gubernamentales	3
Casos de Mujeres Emprendedoras	3
Total	23 entrevistas en profundidad

Para el caso de las entrevistas en profundidad con **mujeres emprendedoras chilenas**, en conjunto con la Contraparte del Estudio se decidió agregar el caso de 3 mujeres empresarias, a fin de recabar información de las percepciones subjetivas de dichas emprendedoras. Los criterios de inclusión para el caso de este grupo de entrevistadas fueron los siguientes: mujeres chilenas que tengan a cargo tanto como fundadora o socia mayoritaria, en emprendimientos pequeños y medianos tanto con más de un año de vida dichas empresas.

1.2.2 Análisis de datos Cualitativos

Para la sistematización de los datos obtenidos a través de las entrevistas en profundidad, se utilizó el análisis propuesto por la metodología WED-OIT, particularmente, las matrices de análisis –vaciado en rejillas– a partir de categorías comunes que permitieron el análisis comparativo a nivel discursivo entre un caso y otro. Esto permitió el trabajo de la data cualitativa de forma sistemática y ordenada, pertinente para la elaboración de resultados. Cabe señalar, que las matrices de clasificación de la información obtenida en los Términos de Referencia, fueron modificadas por el Equipo Consultor en conjunto con la Contraparte del Estudio. Esto con el fin de realizar un análisis más exhaustivo de la data obtenida al agregar nuevas categorías en su estructuración original. Dicha matriz propuesta se adjunta en los documentos anexados.

El proceso de sistematización de los datos obtenidos se realizó bajo el soporte técnico del software cualitativo *Dedoose*, un reconocido QDA – *Qualitative Data Analysis* que permite la interacción entre los diferentes casos investigados, a partir de la matriz de análisis anteriormente mencionada. Sobre la base del reordenamiento obtenido y las sugerencias del esquema de códigos, se elaboraron conclusiones en términos de generalización analítica (no estadística) de acuerdo a la información rigurosamente obtenida.

1.3 Encuesta web a mujeres emprendedoras

La tercera etapa conllevó el desarrollo de una encuesta web a mujeres emprendedoras en Chile.

El instrumento de aplicación se encontraba definido previamente a partir de los elementos estructurales de la metodología de evaluación WED. Este se encontraba estructurado en las siguientes secciones:

Tabla 2. Secciones encuesta WED-OIT

1.	Experiencia pasada e historial de propiedad intelectual.
2.	Características de la empresa.
3.	Desafíos y financiamiento para la puesta en marcha de la empresa.
4.	Apoyo de información y desarrollo empresarial.
5.	Formalidades de registro de empresas y tratos con funcionarios gubernamentales.
6.	Desarrollo de la empresa.
7.	Percepciones de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial de la mujer.
8.	Datos demográficos.

A pesar de ello, algunas preguntas y categorías de respuesta del cuestionario se modificaron levemente en razón de los hallazgos de la fase cualitativa, así como del contexto particular chileno y no afectar la comparación a nivel internacional que pretende el estudio general. La encuesta se programó en la plataforma web SurveyGizmo.

1.3.1 Marco muestral y aplicación

La obtención de un marco muestral para el envío de la encuesta web no fue posible, ante el cuidado a compromisos de confidencialidad establecidos por las instituciones a las cuales se les solicitaron bases de datos. De este modo, la ausencia de un marco muestral compuesto por mujeres emprendedoras y

empresarias en Chile a quienes enviarles directamente la encuesta, generó la necesidad de articular una estrategia de aplicación de la encuesta por reenvío a través de dos instituciones con bases de contactos de mujeres emprendedoras y empresarias. Así, el contacto con las mujeres de la muestra fue a través de links reenviados desde Centros de Negocios SERCOTEC y Mujeres Empresarias. Estos links dirigían a la encuesta alojada en la web SurveyGizmo. Ante esta situación, se utilizaron preguntas filtro al inicio de la encuesta para asegurar cumplimiento de requisitos definidos por metodología WED respecto a la muestra. Las características de la población objetivo debían ser las siguientes:

- Mujer.
- Dueña de la empresa (única propietaria -en caso de una propiedad individual-, una socia igualitaria -si se trata de una sociedad- o, en caso sea una empresa de responsabilidad limitada, si ella sola o en conjunto con otras mujeres posee al menos el 51 % de las acciones)
- Que su función principal en la gestión de la empresa y en la toma de decisiones empresariales.
- Su empresa esté operación por lo menos 12 meses.
- Su empresa genere ingresos por ventas.
- Haya sido propietaria/administradora de su empresa durante el periodo de 12 meses.

De este modo, **se logró una muestra de 729** que cumplían con estas características que respondieron la encuesta de modo total o parcial. Al no tener marco muestral, carecemos de información respecto a la tasa de respuesta o representatividad de la muestra. A pesar de ello, cabe mencionar que no se observaron diferencias relevantes en las características sociodemográficas ni en las respuestas entre las encuestadas de desde Centros de Negocios SERCOTEC y aquellas encuestadas a partir del reenvío de Mujeres Empresarias. De este modo, ambas instituciones parecen tener un perfil similar de emprendedora o empresaria.

1.3.2 Análisis Encuesta

A partir de los datos recopilados y validados de la encuesta, se realizaron diversos análisis estadísticos según los lineamientos planteados por WED. Con un propósito netamente descriptivo, se obtuvieron análisis de cada variable por sí sola, obteniéndose a través de ellos únicamente la información relativa al comportamiento de cada variable. El objetivo era triangular esta información descriptiva con la información obtenida en las fases de estudio previas. La validación y análisis de datos se realizó en el paquete estadístico R versión 3.6.0, documentando el código como medio de respaldo y verificación de los procedimientos realizados.

1.3.3 Mesas de trabajo en línea

La cuarta etapa de la metodología propuso el uso de grupos focales con mujeres emprendedoras, con el fin de validar los resultados WED ya levantados. Para ello se propuso el uso particular de mesas de trabajo con dichas participantes y representantes el ecosistema empresarial chileno.

Las **mesas de trabajo** son una herramienta que convoca a distintos actores, en este caso a mujeres empresarias de distinto rubro y tamaño, para aunar miradas sobre la temática del estudio (Ferrari, 2019), y generar propuestas robustas. Esto permite generar información fundamentada para validar los resultados obtenidos en las instancias previas –fortaleciendo su involucramiento y trabajo coordinado– además de propiciar la construcción de una agenda WED colaborativa.

La actual situación que impone la pandemia del COVID-19, se llevó a cabo una **metodología no presencial**, pero manteniendo el rigor científico concomitante a la obtención de resultados de calidad.

Recurriendo a **metodologías de tipo digital** (sincrónicas; vale decir en tiempo real). La metodología digital es entendida como la comunicación mediada por medios digitales como una vía para generar y analizar datos de investigación (Daniels, Gillen, Casson, & Wilson, 2019), particularmente en el caso de grupos focales o mesas de trabajo en línea. A pesar de ser una herramienta como respuesta a situaciones de contingencia, las metodologías digitales brindan más oportunidades para reclutar una muestra adecuada y apropiada a un estudio (Higginbottom, 2004) y mejorar la validez al permitir una mayor riqueza del conjunto de datos (Morse, 2015 en (Daniels, Gillen, Casson, & Wilson, 2019).

Teniendo en cuenta estas consideraciones metodológicas **se realizaron 5 mesas de trabajo con mujeres emprendedoras y representantes del ecosistema empresarial chileno.**

Respecto a los instrumentos utilizados para llevar a cabo estas mesas de trabajo, se usó tanto un guion temático con dinámicas participativas, así como material gráfico para la presentación de los resultados de la Evaluación Nacional WED de 2019. Ambos instrumentos se adjuntan en el **Anexo**.

1.3.3.1 Participantes mesas de trabajo

De acuerdo a los objetivos a perseguir, establecimos una muestra cualitativa constituida por: **5 mesas de trabajo. En total la muestra quedó constituida por 24 participantes.** La siguiente tabla sinteriza la muestra segmentada de las mesas de trabajo.

Cuadro 1. Participantes en mesas de trabajo.

Tamaño empresa	Micro	Pequeña	Mediana ⁴
Mujeres emprendedoras	Mesa 1	Mesa 2	Mesa 3
Representantes ecosistema empresarial		Mesa 4	
		Mesa 5	
Total	5 mesas de trabajo (24 participantes)		

De acuerdo a la muestra de mujeres emprendedoras y representantes del ecosistema, la muestra siguió los siguientes criterios:

- Las **mujeres** convocadas tenían a cargo, tanto como fundadoras o socias mayoritarias, emprendimientos micro, pequeños y medianos con más de un año de vida. Además, siguiendo los requisitos de la metodología WED las consultadas fueron: mujeres empresarias donde su principal función sea la gestión de la empresa y toma de decisiones, que genere ingresos por ventas. Ambos requisitos por más de 12 meses consecutivos.
- Se contempló heterogeneidad en cuanto a empresas de distinto sector.
- Para el caso de los **representantes del ecosistema empresarial**, se consideró a personas que estuvieran relacionadas en sus rubros con el emprendimiento liderado por mujeres, tanto de

⁴⁴ De acuerdo a calificación por ventas y por número de empleos (Estatuto PYME, Ministerios de economía de Chile) <https://www.economia.gob.cl/Boletin-Revision-Clasificacion-Estatuto-Pyme>

instituciones públicas como privadas. Se tuvo como precaución considerar a representantes que no estuvieran involucrados en las fases 1 y 2 de la Evaluación Nacional realizada.

- 1 representantes de organismos estatales ejecutores
- 1 representante de asociación empresarial o gremio.
- 2 representantes de ONG o asociación en el apoyo emprendimiento de mujeres.
- 1 representante de una Institución financiera.

Una vez establecido el contacto con las y los participantes, la investigadora a cargo hizo envío previo de los materiales dispuestos para la entrega de información, términos y condiciones éticas del estudio a los participantes, a saber: **Carta de presentación del estudio** y **Carta de consentimiento informado**.

1.4 Sobre la triangulación de los resultados y evaluación indicadores

Dada la naturaleza de los resultados de las distintas fases del estudio, es importante tener en consideración que los datos de tipo cuantitativo obedecen a una naturaleza diferente a los de tipo cualitativo, por lo cual la integración de resultados se mueve entre la profundidad versus representatividad de la información, considerando principalmente la congruencia (como la incongruencia) de la información obtenida desde ambas fuentes para otorgar sentido y fundamento a los resultados obtenidos. Esto de acuerdo con los supuestos entregados por Vera y Villalón (2005 en (López-Herra & Salas, 2009) respecto a la priorización de la estrategia de triangulación metodológica de la congruencia.

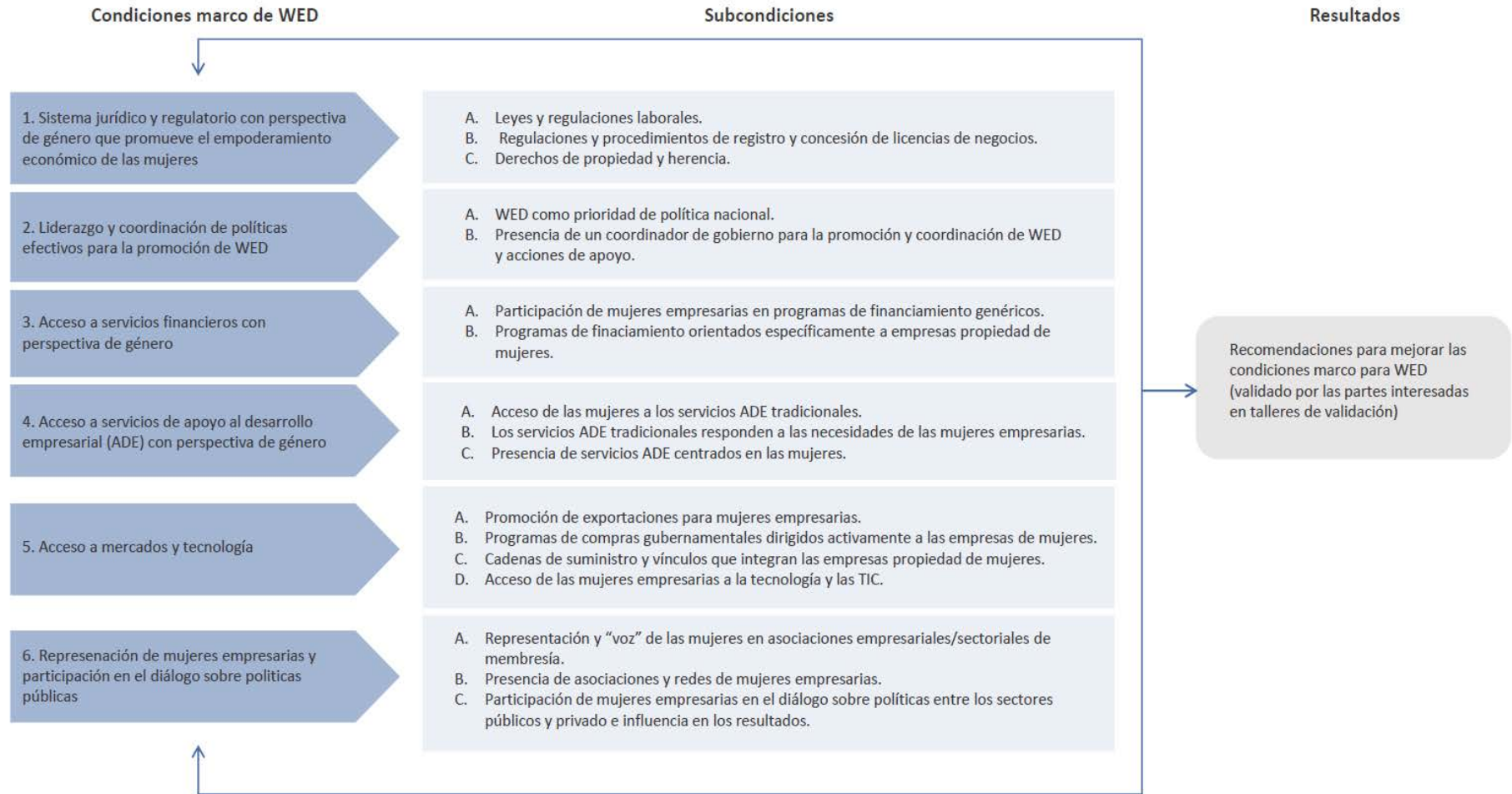
Ahora sobre la evaluación de las condiciones marco propiamente tal, y luego de analizar todo el material recopilado durante el proceso (entrevistas, mesas de trabajo, encuesta y revisión documental), se generó una calificación (o puntuación cuantitativa) de los indicadores de las condiciones marco y sub-condiciones de WED para Chile siguiente los supuestos de Stevenson y St-Onge (2013).

Cabe señalar que, si bien la calificación de los indicadores es de orden cuantitativo basada en una matriz desarrollado por la OIT (ver sección resultados “Evaluación 6 condiciones marco WED”), su análisis siguió los supuestos de un análisis temático (Braun & Clarke, 2006): un método para identificar, analizar y reportar patrones (*temas*) dentro de los datos) de corte cualitativo para su evaluación.

Al promediar las puntuaciones para el conjunto de subcondiciones asociado con cada condición marco WED, se derivó una puntuación compuesta para cada uno de las condiciones marco (siendo 5 la más alta) y los resultados presentados visualmente en un radar / diagrama de araña, contenido las conclusiones del presente reporte. Esta puntuación ayudó a identificar fortalezas y debilidades en todas las condiciones marco del WED para Chile.

La siguiente figura sintetiza las condiciones marco generales a evaluar, así como sus correspondientes subcondiciones:

Figura 3. Síntesis condiciones y subcondiciones marco WED.



3 RESULTADOS

El presente apartado tiene por objetivo presentar los resultados de la evaluación nacional WED en Chile, en pos de promocionar la iniciativa empresarial de mujeres en el país.

Para su consecución, en primer lugar, se presenta una síntesis del perfil de las mujeres emprendedoras y sus principales dificultades para emprender, a modo de marco general que permita evaluar como las diferentes iniciativas y marcos político-regulatorios son sensibles o no a estos aspectos. Y, en segundo lugar, se analiza un conjunto de condiciones marco para el desarrollo empresarial de las mujeres, que finalmente, puede permitir desarrollar recomendaciones en el ámbito de políticas públicas con el objetivo de mejorar el entorno para la promoción del emprendimiento de las mujeres.

3.1 Perfil de la iniciativa empresarial de la mujer y sus necesidades

En esta sección, se presentan una síntesis de la situación actual de las mujeres emprendedoras en el país y las principales barreras/limitaciones que enfrentan a la hora de poner en marcha una empresa y desarrollarla.

El perfil de la iniciativa empresarial de las mujeres está respaldado por datos estadísticos, información disponible por distintas instituciones en el país tanto gubernamentales como no gubernamentales, así como los resultados de la encuesta WED 2019 y las percepciones subjetivas de distintos actores. Las consideraciones sobre la muestra de dichas encuestas se detallan en el Anexo.

Este perfil tiene por objetivo colaborar en una síntesis unificada del estado actual de las EMP en Chile, a utilizar por tomadores de decisión en esta materia y con ello, monitorear el progreso en la reducción de brechas de género en la actividad empresarial a partir de la acción e impacto de distintas iniciativas.

(1) Definición de MIPYME

Para comenzar esta sección es necesario aclarar cuál es la definición gubernamental de PYME, en la que se centra este informe. La definición de PYME (“Pequeña y Mediana Empresa”) está dada por la Ley N° 20.416 de Normas Especiales para Empresas de Menor Tamaño (conocida como “Estatuto Pyme”). El Ministerio de Economía de Chile clasifica las empresas de acuerdo al nivel de ventas. Además, para efectos laborales, existe una clasificación según número de empleados.

Tabla 3. Clasificación de tipo de empresa en Chile según Ley N° 20.416

Tipo de empresa	Ventas anuales en UF	N° Empleados
Microempresa	hasta 2.400	1 - 9
Pequeña empresa	2.400,01 - 25.000	10 - 49
Mediana empresa	25.000,01 - 100.000	50 - 199

Cabe mencionar que no pueden ser PYMEs –pequeñas y medianas empresas-, las empresas que exploten bienes raíces no agrícolas, realicen negocios inmobiliarios o actividades financieras que no sean las necesarias para el desarrollo de su actividad principal, empresas en cuyo capital participen más de un 30% de sociedades que tengan acciones que se coticen en la Bolsa ni filiales de éstas.

Al observar datos extraídos del **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)** 2017 hay que aplicar la definición de “Actividad emprendedora total” (TEA) elaborada por el mismo informe. Ésta comprende a todos los integrantes de la población económicamente activa que son emprendedores nacientes o nuevos emprendedores. Los **emprendedores nacientes** son aquellos que están comenzando un negocio que tiene menos de tres meses y los **nuevos emprendedores** son quienes tienen un negocio con más de tres meses de operación, pero menos de 42. Luego de los 42 meses, el GEM considera que estos emprendedores son **empresarios establecidos**.

Complementando la definición institucional, a nivel discursivo se pudo observar una fuerte diferencia entre emprendimientos tradicionales y emprendimientos dinámicos, también llamados “Start Ups” por algunos informantes.

La diferencia entre ambos tipos de emprendimiento radica en una **multiplicidad de factores**, de modo que la clasificación de emprendimientos en uno u otro tipo puede no ser trivial. En primer lugar, el sector económico en que se despliega el emprendimiento es una característica de clasificación importante. **Los emprendimientos tradicionales típicamente están en el rubro de manufactura o alimentación**. Otras características relevantes para determinar el tipo de emprendimiento son la capacidad de incorporación de tecnología o digitalización a sus procesos y la orientación a diversificación de sus mercados. De este modo, por ejemplo, un emprendimiento que vende productos alimenticios por internet podría quedar en un área gris en esta tipología, aunque **si existe orientación a exportar, clasificaría como emprendimiento dinámico**, a pesar de estar desarrollándose en un área tradicional y no ofrecer productos de innovación tecnológica.

En general, **el emprendimiento dinámico se caracteriza por la novedad ya sea de productos o servicios como de modos de operar, y están definidos por su escalabilidad, lo que se ve en sus tasas de crecimiento, su nivel de facturación y su mayor capacidad de adopción y utilización de tecnología**. Esta distinción se observa en las citas a continuación.

"La gracia del Start Up es que crece exponencialmente, a diferencia de una pyme. Es mucho más escalable [...] La ventaja del emprendimiento dinámico es un poco va asociado de nuevo con el concepto pero que es parte de esta definición del concepto de escalabilidad [...] reciben inversión mucho más frecuente y grande que un emprendedor más tradicional, son proyecto que están concebidos generalmente para impactar al mercado" (Hombre, Proveedores de apoyo y capacitaciones empresariales).

"Una pyme está muy orientada al autoempleo, es difícil escalarla (...) Tú mismo estás en el almacén, entonces al final se confunde un poco con autoempleo." (Mujer, Organismo Gubernamental).

No obstante, también existe una diferenciación de empresas según **tamaño**. Típicamente, este tamaño queda definido según ventas o según número de empleados. Respecto a este punto, resulta interesante la versión de los entrevistados sobre esas categorías, en tanto las abren y redefinen, pues declaran que las definiciones de empresas por tamaño pueden variar según área productiva. En la minería, por ejemplo, el tamaño es determinado por producción y no por ventas, mientras que en el sector agrícola la superficie útil de producción es una variable relevante de clasificación. No obstante, el perfil del pequeño empresario se observa como similar en todos los casos: es un estilo de vida. Esto último, se ve reflejado en la siguiente cita:

*"Cuando hablamos de pequeños en pequeña minera la verdad es que no es lo mismo que pequeña empresa, son volúmenes mayores de ingresos, sin embargo, la gente que labora como en pequeño productor yo te diría que **culturalmente es igual**" (Mujer, Asociaciones y gremios).*

(2) El papel de las mujeres en el sector MIPYME

Para formar un panorama del papel que cumplen las mujeres, se comienza exponiendo que, según los datos de la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) 2017, un 41,4% de los trabajadores por cuenta propia es mujer. Según la misma fuente, la proporción de mujeres asalariadas que trabajan en puestos de responsabilidad y/o decisión de empresas es de 32,3%. Adicionalmente, el informe de GEM "Mujeres y actividad emprendedora en Chile 2017", existe un 41,1% de emprendedoras en etapas iniciales, y un 44,8% de las mujeres manifiesta intención de emprender en los próximos 3 años. Según el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de Género 2016/2017, la brecha de género en emprendimientos se presenta tanto en etapas iniciales como en los negocios establecidos. En etapas iniciales, la razón entre mujeres y hombres emprendedores es de 0,7, y en el caso de los negocios establecidos la razón es menor (0,56), lo que indica que en el último grupo existe una mayor brecha de género. Además, según el informe "Género y Micro-emprendimiento" del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2010) las dificultades encontradas por las emprendedoras (que se irán abordando a lo largo del informe), contribuyen a que estas ganen, frecuentemente, entre 30 % y 40 % menos.

Según el EME 2017, de las 1.992.578 **personas micro emprendedoras** que se registraron en 2017, el **39,2% son mujeres**. Esto representa un aumento de 11,7% respecto al 2015. La mayor concentración de emprendimientos de mujeres se encuentra en la Región Metropolitana (44,8 %). Por otro lado, la región que presenta el mayor balance según sexo corresponde a Atacama (48,2 % de emprendimientos de mujeres y 51,8 % de hombres), mientras que Magallanes presenta la mayor diferencia (28% de emprendimientos de mujeres y 72% de hombres). Respecto a edad, no se observan diferencias importantes según tramo etario entre hombres y mujeres. Respecto a nivel educacional, existe una proporción levemente superior de micro empresarias mujeres con educación media, en comparación a los hombres. Esta tendencia se invierte para la educación superior universitaria, pues los hombres presentan este nivel educacional en un 17%, y las mujeres en un 15%.

(3) Motivaciones para emprender

También se realizó una caracterización de las motivaciones para emprender, diferenciada por género. La **Tabla 4** presenta las motivaciones dichas motivaciones según la encuesta ELE 2013 y la encuesta EME 2017. Para la encuesta ELE 2013, los porcentajes refieren a empresas por sexo del o la gerente general, según motivo principal por el que dueños/as o socios/as mayoritarios/as iniciaron la actividad. Por su parte, para la encuesta EME 2017 responde a las personas micro emprendedoras por sexo según razón por la que inició su actual negocio.

Los resultados de la EME 2017 muestran que en general, la principal motivación para emprender es obtener mayores ingresos (hombres 26,7 % y mujeres 26%). Por su parte, la segunda motivación de las mujeres corresponde a responsabilidades familiares (mujeres 19,9 % y en contraste hombres 3,8%). En la ELE 2013, la principal motivación para emprender declarada es el deseo de organizar su propia empresa (38,7% hombres, 28,2% mujeres). La segunda motivación de las mujeres corresponde a tradición familiar/herencia (16,5% hombres, 25% mujeres). En la ELE 2013, también se observa una brecha de género en la categoría "Complementar ingreso familiar/Responsabilidades familiares".

Tabla 4. Motivación principal para emprender según ELE 2013 y EME 2017

	ELE 2013 (*)		EME 2017	
	Sexo gerente general		Sexo microempresario/a	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Tradición familiar / herencia	16,5	25,0	11,9	7,8
No logró encontrar trabajo como asalariado	5,3	6,3	7,4	4,7

Fue despedido de un empleo asalariado	3,3	1,3	5,3	1,6
Complementar ingreso familiar/Responsabilidades familiares	6,5	12,6	3,8	19,9
Encontró una oportunidad en el mercado	22,5	22,2	13,6	10,7
Deseaba organizar su propia empresa	38,7	28,2	7,8	5,6
Obtener mejores ingresos			26,7	26,0
n	146.672	51.628	1.211.128	781.450

Se omiten algunas categorías de respuesta para permitir la comparación entre ambas encuestas

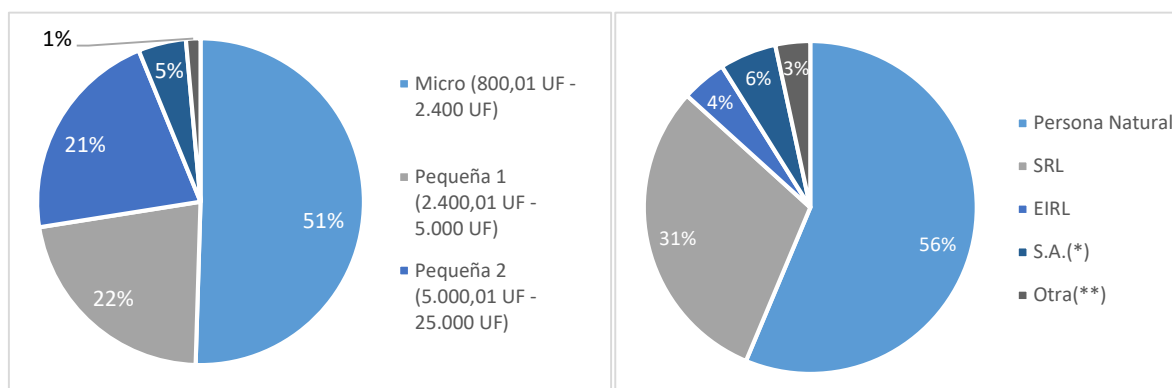
* ELE 2013: La sección correspondiente a la pregunta que origina estos resultados es respondida solamente si la persona entrevistada es dueña o socia y, a su vez, gerente general de la empresa.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos ELE 2013 y EME 2017

(4) Organización jurídica y tamaño de la empresa

Con respecto a la organización jurídica de las empresas de mujeres, los datos de ELE 2015 exponen que la mayoría de las empresas cuya gerenta general es mujer están inscritas como Personas Naturales (56%), seguidos por Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) (30%). Respecto al tamaño de empresa según ventas, un 50% de las empresas cuya gerenta general es mujer es una micro empresa, mientras que un 22% y 21% corresponden a empresas pequeña 1 y pequeña 2. Solo un 1,4% de las empresas cuya gerenta general es mujer clasifica como gran empresa.

Gráfico 1: Organización jurídica y tamaño de empresas con gerenta general mujer (ELE 2015).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos ELE 2015

Rubros: Considerando el Clasificador Chileno de Actividades Económicas, CIIU4.CL 2012, un 45% de las empresas con mujeres como gerentas generales corresponden a empresas cuya actividad es “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas”. Le siguen las “Industrias Manufactureras” (9,3%), las “Actividades de alojamiento y de servicio de comidas” (7,4%) y “Transporte y Almacenamiento” (6,4%).

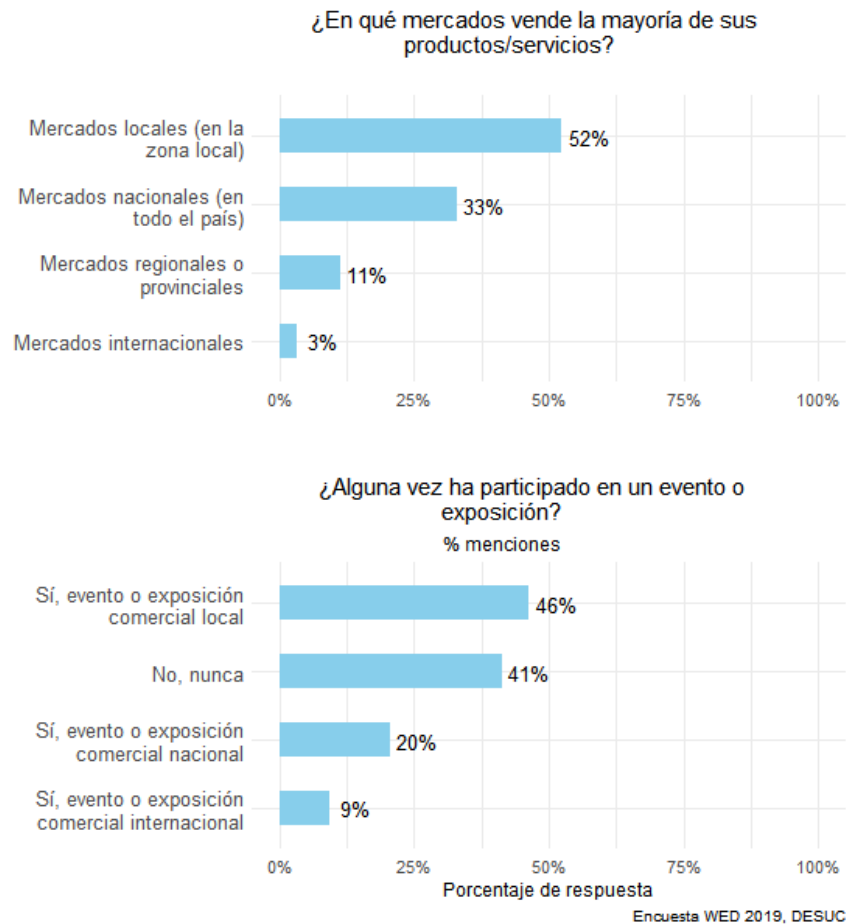
Por su parte, en torno a la distribución por sectores económicos de las emprendedoras en etapas iniciales, el informe de GEM "Mujeres y actividad emprendedora en Chile 2017" distingue actividades orientadas al consumidor, servicios a empresas, actividades de transformación y de extracción. Según este informe, en todas las regiones de Chile el sector orientado al consumidor es el que concentra el mayor porcentaje de negocios, destacando la región de Arica y Parinacota con un 79,5%. En el sector que hay menos presencia de mujeres es el de extracción, sin embargo, desde la Región Metropolitana hacia el sur, existe entre un 2,7%-7,1% dedicado al sector extractivo. Respecto al sector de transformación, las regiones de

Coquimbo, Valparaíso, O'Higgins y Los Ríos se caracterizan por reunir un mayor porcentaje de negocios en este sector en comparación a la media nacional. A su vez, estas regiones poseen un menor porcentaje en el sector de servicios a empresas.

Participación de empresas lideradas por mujeres en mercados internacionales: Respecto a la participación de empresas lideradas por mujeres en mercados internacionales, el informe de Direcon – ProChile 2018 “Segunda radiografía a la participación de las mujeres en las exportaciones chilenas”, en el año 2017, 343 empresas lideradas por mujeres realizaron exportaciones, lo que equivale al 4,2% de las empresas con envíos al extranjero. Estas empresas sumaron exportaciones por US\$ 982,8 millones, lo que constituyó el 1,5% de los embarques chilenos totales en 2017. Las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres se concentran en alimentos (58% del valor exportado por las empresas).

La información recabada en la Encuesta WED es coherente con estas afirmaciones respecto a la menor escalabilidad de los emprendimientos femeninos. En el **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** se observa que la mayoría de las encuestadas vende sus productos en mercados locales (52%) o nacionales (33%). Es una minoría las que llegan a vender productos en mercados internacionales (3%). También, quienes han participado en un evento o exposición lo ha hecho mayormente en instancias locales (46%), pero un porcentaje importante nunca ha participado en un evento o exposición (41%).

Gráfico 2. Indicadores de crecimiento de las empresas de mujeres encuestadas



(4) El entorno para las mujeres empresarias y para el crecimiento y esquema de la estructura para el suministro de apoyo a políticas y programas para MIPYME

A partir de la revisión de documentos como las entrevistas con actores y representantes de organizaciones relativas al emprendimiento, se realizó un **mapeo de las organizaciones que componen el ecosistema del emprendimiento en Chile**⁵.

Tal como se puede ver en el

Tomando en consideración el estado de todas las subcondiciones mencionadas es que podemos evaluar esta condición marco 2 de la siguiente manera:

El indicador más apropiado para la subcondición 2: **WED como prioridad nacional** se refleja en la declaración **(3)** en la matriz de puntuación establecida por la metodología WED-OIT. El desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile es una prioridad como grupo específico y da cuenta en una serie de políticas en esta línea para MIPYME con sensibilidad de género. Sin embargo, no se evidencia una agenda o plan de acción específico para llevar a cabo esto (WED como prioridad nacional). Es más, vemos que incluso algunos programas e instituciones PYME no reconocen los desafíos que enfrentan las mujeres para emprender, aunque existan programas exclusivos de mujeres para fomentar WED.

Para el caso de la subcondición 2: **Presencia de un punto focal del gobierno para el promoción y coordinación de WED**, la declaración más adecuada es una puntuación de **(2)**. Pues a pesar de los esfuerzos de los Ministerios De La Mujer y Equidad De Género, el Ministerio de Economía, DIRECON y otros, así como su comunicación con partes interesadas externas, no se observa una entidad u organismos dentro de estos ministerios con el mandato de proporcionar liderazgo y coordinación de políticas intergubernamentales para la promoción de WED y acciones de apoyo. Así, el impacto de las políticas e iniciativas es poco probable que se maximicen los programas y servicios que pueden estar en marcha, ya que no hay adecuada coordinación entre ellos.

existe una gran cantidad de organizaciones tanto gubernamentales como no gubernamentales al servicio del emprendimiento en Chile, con una gran presencia de diversos apoyos tanto financieros como no financieros que colaboran a articular un ecosistema empresarial amigable para emprendimientos de diversos tamaños en el país.

En particular, a la base —primer nivel del

Tomando en consideración el estado de todas las subcondiciones mencionadas es que podemos evaluar esta condición marco 2 de la siguiente manera:

El indicador más apropiado para la subcondición 2: **WED como prioridad nacional** se refleja en la declaración **(3)** en la matriz de puntuación establecida por la metodología WED-OIT. El desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile es una prioridad como grupo específico y da

⁵ El ecosistema del emprendimiento es entendido por CORFO (2017) como las relaciones entre instituciones y personas emprendedoras con sus entornos sociales, políticas y económicos.

cuenta en una serie de políticas en esta línea para MIPYME con sensibilidad de género. Sin embargo, no se evidencia una agenda o plan de acción específico para llevar a cabo esto (WED como prioridad nacional). Es más, vemos que incluso algunos programas e instituciones PYME no reconocen los desafíos que enfrentan las mujeres para emprender, aunque existan programas exclusivos de mujeres para fomentar WED.

Para el caso de la subcondición 2: **Presencia de un punto focal del gobierno para el promoción y coordinación de WED**, la declaración más adecuada es una puntuación de **(2)**. Pues a pesar de los esfuerzos de los Ministerios De La Mujer y Equidad De Género, el Ministerio de Economía, DIRECON y otros, así como su comunicación con partes interesadas externas, no se observa una entidad u organismos dentro de estos ministerios con el mandato de proporcionar liderazgo y coordinación de políticas intergubernamentales para la promoción de WED y acciones de apoyo. Así, el impacto de las políticas e iniciativas es poco probable que se maximicen los programas y servicios que pueden estar en marcha, ya que no hay adecuada coordinación entre ellos.

— del ecosistema se encuentran los **organismos públicos centrados en la planificación** de políticas de emprendimiento. De acuerdo a lo expuesto por las personas consultadas, la actual visión de los Ministerios y organismos de planificación de dicho nivel muestran entre sus objetivos el desarrollo del empoderamiento económico femenino y la intención de hacer crecer emprendimientos dinámicos y centrados en la innovación tecnológica a la hora de pensar en exportar en las empresas de mujeres en Chile. Sin embargo, esto entra en tensión cuando algunos informantes claves creen que los apoyos estatales en general se centran en emprendimiento tradicionales⁶ y de menor tamaño. Un aspecto que tal como se observa en “el perfil de las emprendedoras chilenas” entra en disputa pues las emprendedoras consultadas creen que para los apoyos estatales les queda mucho por hacer en términos de apoyos de empresas de mujeres escalables y centrados en el crecimiento de sus empresas:

“Es importante entender que no todas las empresas lideradas por mujeres tienen las mismas problemáticas y por lo tanto tienen los mismos desafíos. Y creo que es importante conocer qué pasa con las otras emprendedoras que están liderando compañías. Cuando me refiero a estas otras emprendedoras me refiero justamente a empresas rápido crecimiento, que son empresas gacelas, y creo que también acá hay un tema del que tenemos que preocuparnos como del ecosistema completo” (Mesa 4 – Representantes ecosistema).

“Todos los estudios que hay de mujeres están hechos para mujeres que son mucho más cercanas a la base de la pirámide; de micro-emprendimiento. Me parece interesante depurar y empezar a hablar de que hay como distintos niveles de emprendimiento también, o sea, como cuando uno hace la distinción entre Start-Up y pyme, también hay que empezar a hacer esa distinción en el emprendimiento femenino, por una parte (Mesa 4 – Representantes ecosistema).

A pesar de que hay otros entrevistados que creen que el fuerte de los apoyos debería ser los emprendimientos tradicionales donde están mayoritariamente las mujeres. En definitiva, las personas y organizaciones consultadas atienden al hecho que las mujeres emprendedoras hoy en día están en

⁶ Desde lo expuesto por las personas consultadas, los **emprendimientos tradicionales** se contraponen al dinámico en la medida que se sitúa en sectores más tradicionales (comercio o manufactura), además de menores puntuaciones en términos de rentabilidad e innovación tecnológicas, determinantes en el emprendimiento dinámico.

distintos segmentos y con distintos tipos de emprendimientos —tanto tradicionales como dinámicos⁷— y en este sentido el ecosistema debería atender a todos estos tipos de emprendimientos femeninos.

Como contrapunto, emerge la labor realizada por organismos públicos ejecutores de dichas políticas — el segundo nivel del diagrama—, pues a pesar de seguir la línea de emprendimientos dinámicos, logran realizar un trabajo constante con distintos niveles de emprendimientos y una línea asociada a la potenciación del emprendimiento de mujeres —tal como se observa en la siguiente tabla que sistematiza el tipo de apoyo al emprendimiento en Chile—. En el tercer nivel dispuesto en el

Tomando **en consideración el estado de todas las subcondiciones mencionadas es que podemos evaluar esta condición marco 2 de la siguiente manera:**

El indicador más apropiado para la subcondición 2: **WED como prioridad nacional** se refleja en la declaración **(3)** en la matriz de puntuación establecida por la metodología WED-OIT. El desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile es una prioridad como grupo específico y da cuenta en una serie de políticas en esta línea para MIPYME con sensibilidad de género. Sin embargo, no se evidencia una agenda o plan de acción específico para llevar a cabo esto (WED como prioridad nacional). Es más, vemos que incluso algunos programas e instituciones PYME no reconocen los desafíos que enfrentan las mujeres para emprender, aunque existan programas exclusivos de mujeres para fomentar WED.

Para el caso de la subcondición 2: **Presencia de un punto focal del gobierno para el promoción y coordinación de WED**, la declaración más adecuada es una puntuación de **(2)**. Pues a pesar de los esfuerzos de los Ministerios De La Mujer y Equidad De Género, el Ministerio de Economía, DIRECON y otros, así como su comunicación con partes interesadas externas, no se observa una entidad u organismos dentro de estos ministerios con el mandato de proporcionar liderazgo y coordinación de políticas intergubernamentales para la promoción de WED y acciones de apoyo. Así, el impacto de las políticas e iniciativas es poco probable que se maximicen los programas y servicios que pueden estar en marcha, ya que no hay adecuada coordinación entre ellos.

, están las **organizaciones de tipo no gubernamental** que colaboran con el emprendimiento en Chile. Éstas en general pertenecen a incubadoras, aceleradoras de negocios fondos de inversión y apoyos de tipo financiero, junto con colaboraciones a distintos tipos de emprendimientos desde la vereda no financiera como capacitaciones, asesorías y asociaciones de emprendedores y gremios empresariales. Cabe señalar que estos organismos tienen como fin potenciar tanto emprendimientos dinámicos, como tradicionales.

Un último punto a rescatar de los resultados de esta sistematización del ecosistema del emprendimiento femenino, tiene relación con la comunicación entre las plataformas de apoyo gubernamental como no gubernamental. A partir de los resultados cualitativos, se revela que a pesar de la existencia de constantes mesas de diálogo entre el Estado y otras instituciones a fin de sistematizar un diagnóstico general del emprendimiento femenino en Chile, y una comunicación general con organismos ejecutores como CORFO o el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, los entrevistados aseguran la existencia de

⁷ Algunos entrevistados definen el **emprendimiento dinámico**, caracterizado por la novedad ya sea de productos como de modos de operar, y están definidos por su escalabilidad (tasas de crecimiento, nivel de facturación, y utilización de tecnología).

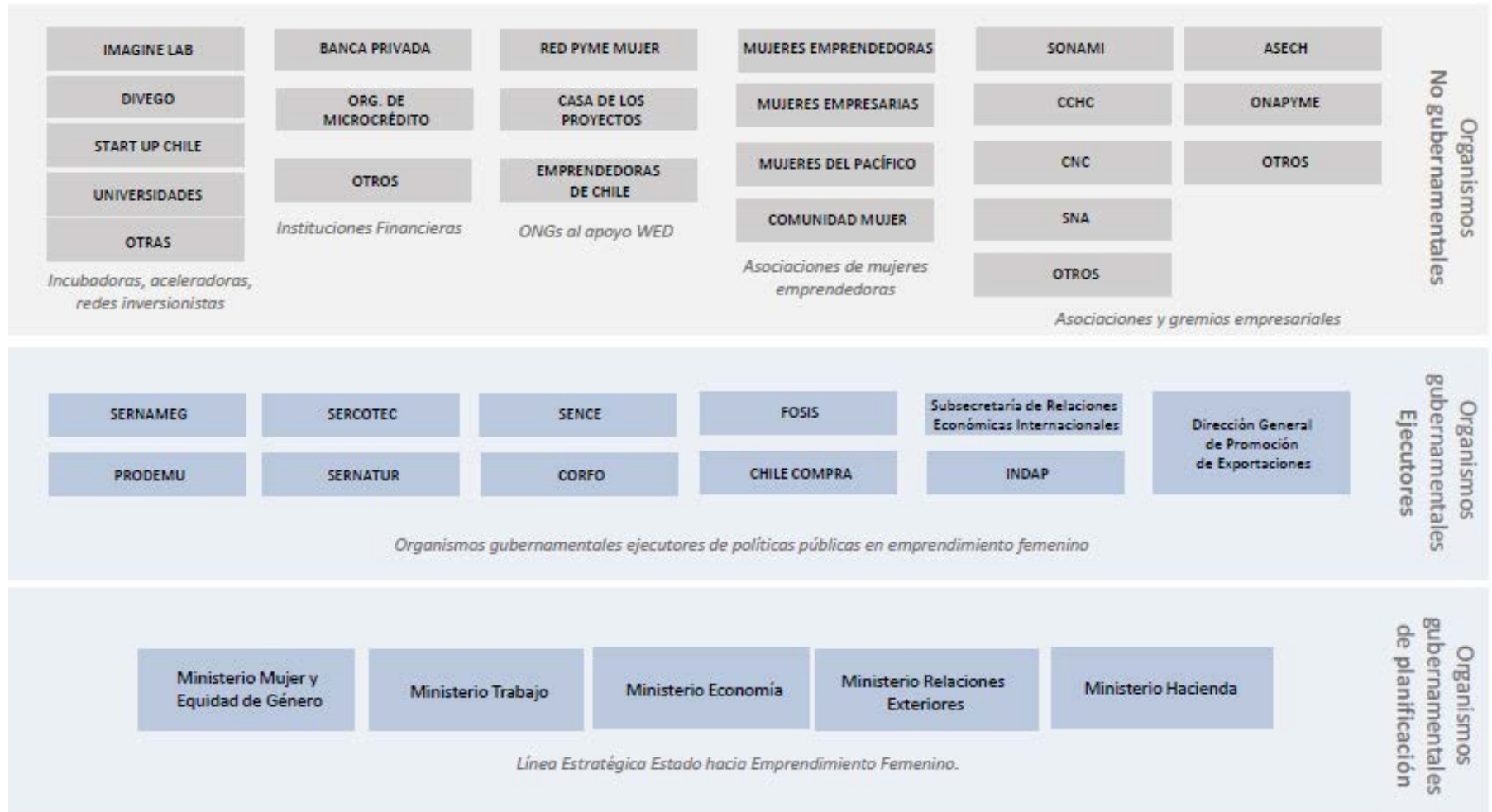
poca “sinergia” y coordinación de los recursos y acciones de todo el ecosistema que permitan dar lugar a un ecosistema chileno comunicado y en permanente comunicación entre organizaciones, a fin de complementar sus labores – de distintos apoyos, distintos beneficiarios- y esfuerzos realizados. Estas ideas se ven reflejadas en las siguientes citas:

*“Cuando uno se hace expertiz en un tema, lo otro en otro tema, entonces de repente hay ciertos proyectos que los puedes abordar que son más grandes, complementando el trabajo y generando al final buena onda, todos estamos acá porque queremos hacerle bien a alguien, y tu cachas que no es necesario competir si no que complementarte y hacer un proyecto más grande en vez de un proyecto más chico, ahí cambia un poco la visión, totalmente. Pero **usualmente ha sido súper competitivo** el tema esto de mujer, igual que con las organizaciones internacionales, si al final del día están como la [organismo internacional] no sé, tienen presupuestos gigantes y todos quieren mostrar su impacto y compiten por el impacto. Para que te digo las Universidad, **no me los veo trabajando en conjunto**” (Mujer, asociación de mujeres).*

*“Que son de eso, y a uno le falta como la reacción, esto que hablamos acá de las mejores que se yo, a cosas concretas, pero **cosas concretas que tengan una visión sistémica**, en general estado tiene una visión muy poco sistémica de el mismo” (Mujer, asociaciones y gremios empresariales).*

Adicionalmente, los informantes clave dieron cuenta en la necesidad de realizar acciones concretas como la sistematización de los recursos generales del país a favor del emprendimiento, donde tanto las instituciones como sus beneficiarios obtengan una información clara y sintética de los esfuerzos que realizan dichas organizaciones para potenciar la empresarización femenina. De este modo, el diagnóstico que emerge respecto a la comunicación entre diversas instituciones del ecosistema empresarial chileno es que **existen instancias de conversación pero que tienen escaso impacto efectivo en acciones coordinadas que lleven a una toma de decisión que contribuya a la inserción y desarrollo de mujeres empresarias.**

Tabla 5. Ecosistema empresarial chileno para mujeres.



Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión documental de apoyos al emprendimiento en Chile y las organizaciones consultadas en la etapa cualitativa

(5) Desafíos y barreras al surgimiento de mujeres empresarias y para el crecimiento de las empresas propiedad de mujeres.

El estudio “Radiografía del Emprendimiento en Chile 2018”, encuesta elaborada por ASECH identifica a las alternativas de financiamiento como lo que más dificulta el emprendimiento en el país (41,7%), seguida de la estructura tributaria para las pequeñas empresas (32%).

Ante estas cifras, es relevante considerar que dentro del ecosistema empresarial chileno existen barreras que afectan tanto a hombres como mujeres, sin embargo, existen factores que afectan principal –o exclusivamente- a mujeres. El mismo reporte de Thomson Reuters Foundation que sitúa a Chile como el sexto mejor país para emprender⁸, lo sitúa en el lugar 37 respecto a mejor lugar para ser una emprendedora mujer. Según el informe “Género y Micro-emprendimiento” del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2010) las dificultades encontradas por las emprendedoras, contribuyen a que estas ganen, frecuentemente, entre 30 % y 40 % menos que los emprendedores.

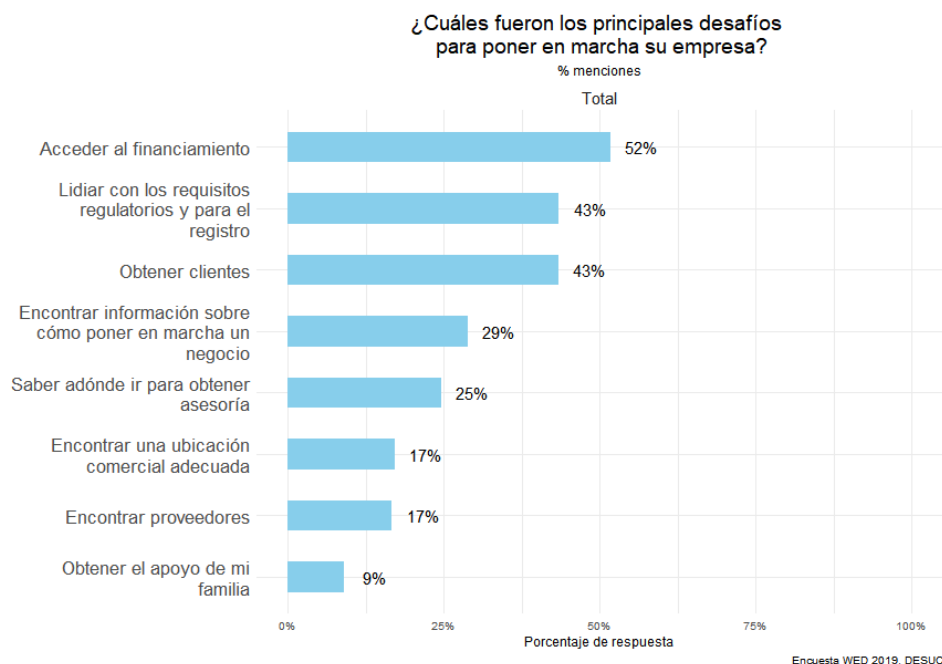
Cabe mencionar que la distinción entre las necesidades y oportunidades de mujeres emprendedoras, versus un emprendedor común, no es reconocida por todos los informantes consultados, existiendo una disparidad en enfoque de género por parte de las organizaciones relacionadas con el emprendimiento en Chile. Esto da luces de **un ecosistema del emprendimiento para las mujeres en Chile que en ocasiones no advierte diferencias entre sus beneficiarios y beneficiarias, situando las dificultades soslayadas en el emprendimiento sólo a nivel individual**, tal como develan la siguiente cita:

“En los bancos la misma discriminación que hay al pequeño que no tiene respaldo. Si no tienes respaldo no hay crédito, no hay dinero, entonces esa limitante no es para las mujeres, es para los hombres también, es para todos. En ese sentido te digo que en el sector nuestro no hay discriminación contra las mujeres” (Hombre, asociación gremial).

Respecto a los datos cuantitativos, al preguntar por los **principales desafíos para poner en marcha la empresa (Gráfico 3) en la Encuesta WED**, lo que destaca es el acceso al financiamiento (52%) y la disponibilidad de información (“Encontrar información sobre cómo poner en marcha un negocio” y “Saber dónde ir para obtener asesoría” (54%). De cerca le sigue “Lidiar con requisitos regulatorios y para el registro” y la “Obtención de clientes” (43%). Estas respuestas coinciden con lo establecido por otros estudios respecto a las dificultades para el emprendimiento en general, de modo que cabe cuestionarse si estas respuestas son **exclusivas de mujeres empresarias o si son generales** a cualquier persona que quiera iniciar una empresa, independiente del género.

⁸ El reporte analiza 190 países.

Gráfico 3. Principales desafíos para poner en marcha la empresa



De esta manera, podemos considerar que, si bien hay obstáculos particulares para las mujeres -que emergieron en la fase cualitativa de este estudio-, desde las respuestas de las encuestadas mucho de lo que obstaculiza su inserción y desarrollo empresarial es **parte del ecosistema empresarial general de Chile**. Es cierto que estas dificultades pueden verse profundizadas por situaciones particulares de la experiencia típica de ser mujer (por ejemplo, estar más abocadas a labores domésticas y familiares que los hombres), no obstante, no se observa una diferencia en la declaración de los desafíos para poner en marcha la empresa desde los datos recolectados en la encuesta.

Al abordar la temática en el apartado cualitativo, las restricciones asociadas a las trayectorias empresariales de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de actores claves y mujeres emprendedoras, se pueden sintetizar algunas restricciones recurrentes en los discursos de los entrevistados/as, que limitan los chances de desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, a saber: (1) Las **diferencias culturales entre géneros** que delimitan el quehacer cotidiano de las mujeres y vivencias de machismos en el mundo del emprendimiento, y (2) Las problemáticas asociadas a la **configuración del sistema chileno**, tales como el **sistema jurídico** y el **acceso y configuración de programas** y servicios para el fomento de la empresarización en Chile.

Las diferencias culturales entre géneros en el mundo del emprendimiento:

En este punto, se develan tres aspectos. Las dificultades asociadas a la conciliación cuidado-trabajo, diferencias a nivel de rubros del emprendimiento, y la visión de una menor autoeficacia en beneficiarias mujeres.

(a) Conciliación familia-cuidados-emprendimiento: Emerge en forma altamente saturada en la visión de los consultados/as, las dificultades de las mujeres a nivel de la conciliación familia-trabajo. Los

participantes observan que la atención al trabajo doméstico y cuidado de terceros (hijos/as, padres u otros), repercute en las probabilidades de éxito y crecimiento de sus emprendimientos. Esto, en la medida que limita el crecimiento en términos de exportaciones e internacionalización de empresa —p.e. ir a ferias internacionales y negocios fuera del país se ve como complejo—. Esto puede provocar que las ventanas de tiempo de los emprendimientos más rentables —emprendimientos dinámicos—, no logren ser tomadas en forma ágil y oportuna por parte de las emprendedoras, aferrándose a emprendimientos más tradicionales (PYMEs) y, por ende, menos rentables, limitando su acceso a apoyos y préstamos para su crecimiento.

Junto con ello, el hecho de reducir sus tiempos a costa del cuidado, provoca a ojos de los consultados, que no tengan tiempo para generar redes y acceder en forma sistemática a programas no financieros. En este sentido, el emprendimiento de las mujeres en ocasiones se vuelve dependiente de los apoyos y la configuración familiar de las empresarias. Al respecto, se hace la salvedad que el nivel de dificultad que pueda presentar esto para las mujeres, tiene diferencias en relación al nivel de socioeconómico de ellas.

*“No pueden poner una cadena de pastelería porque no tienes muchas posibilidades para salir de tu casa, van a tener una **limitación respecto a rentabilidad**. Entonces eso te impide crecer, lo que te va generar problemas para acceso de financiamiento, porque obviamente mientras menos margen, menos posibilidades de crédito tienes, cuando los créditos son más chicos son más caros, o sea tiene un montón de implicancias detrás” (Mujer, Asociación gremial).*

(b) Vivencias de machismos y menor confianza en el propio desempeño —autoeficacia—: Una segunda restricción relevada por algunas personas consultadas, particularmente por mujeres, tiene razón en vivencias de machismos por parte de mujeres emprendedoras. Se ejemplifican casos donde se cierran las puertas a las iniciativas empresariales de mujer, por parte de instituciones financieras por no creer en el potencial de desarrollo de su idea, o la sensación de tener que demostrar que son aptas para el emprendimiento. En ese sentido, advierten un acceso más complejo para las mujeres a préstamos de la banca privada, particularmente por las diferencias por género que realizan ejecutivos bancarios a la hora de priorizar a hombres como eventuales beneficiarios de préstamos.

“Yo veo es que por un lado hay un tema cultural que todavía hace que las mujeres tengamos que demostrar muchas cosas que los hombres no tienen que demostrar, y que por default se asume” (Mujer, Asociaciones y gremios).

En términos interpretativos, estas situaciones a pesar de disminuir con el tiempo, pueden incidir en una **menor confianza en el propio desempeño** —autoeficacia— que reportan los informantes clave respecto a sus beneficiarias mujeres, donde es necesario fortalecer sus capacidades y como muchos mencionan “creerse el cuento” de que pueden tener objetivos más ambiciosos para su empresa. Efectivamente, este tipo de barrera de crecimiento se acotan en variadas ocasiones a un tipo de emprendedora que logra traspasar la barrera de la formalidad con proyectos que pueden crecer de manera eficiente.

“Había un montón de otras consideraciones que empezamos a darnos cuenta que aun cuando estaban en empresas más grandes en términos de volúmenes de venta, de trabajadores, etc., había temas que eran de base, que por ejemplo nos encontrábamos con empresas grandes, por el nivel de ventas, etc., y ella hablan de mi negocito, de cómo en chico ... y no como un negocio propiamente tal y con ese convencimiento de realmente lo que tú eres capaz” (Mujer, Institución Financiera).

(c) **Diferencias a nivel de rubros de emprendimiento:** Adicionalmente, aunque menos saturado a nivel cualitativo, existe una dificultad asociada a las preferencias de mujeres empresarias hacia ciertos rubros asociados a lo femenino. En voz de algunos participantes, en ocasiones **los rubros donde más hay mujeres tales como la manufactura o el comercio, suelen ser áreas con menor rentabilidad y menor impacto a nivel económico.** Este aspecto limita sus chances de incorporarse a emprendimientos que sean más escalables en el tiempo.

“Efectivamente les cuesta más porque el desarrollo empresarial históricamente se ha venido dando desde la necesidad de complementar la necesidad de generar ingresos, el empoderamiento económico, con las labores propias del hogar. Y por lo tanto existe en las mayorías de los emprendimientos de mujeres resulta como extensiones de la función del hogar, vinculado a la cocina” (Mujer, Asociación y gremios empresariales).

Problemáticas asociadas a la configuración del sistema chileno: En relación a lo anterior, se problematiza el hecho de que muchos de los programas estatales y particularmente, incubadoras y aceleradoras de negocios, junto con servicios de organismos ejecutores, tienen una visión del emprendimiento en el último tiempo en la **atención al desarrollo de la innovación tecnológica** de las empresas. Esto puede repercutir directamente en el desempeño y potenciación del emprendimiento de mujeres, ya que como se ha mencionado, en general un **alto porcentaje de mujeres** se desarrolla en emprendimientos más **tradicionales** que no necesariamente apuntan al despegue tecnológico de sus empresas.

“CORFO hoy en día está apoyando emprendimientos como te digo tecnológicos, nada tradicional y las mujeres por lo general emprenden más en temas más tradicionales” (Mujer, Asociación y gremios empresariales).

“La política pública lo que tú quieres hacer desde un gremio, desde un banco, tiene que hacerse cargo de esta heterogeneidad y ese es el gran desafío que nosotros tenemos hoy día para decir ¿Cómo yo hago una empresa crecer?” (Mujer, Asociación y gremios empresariales).

Por su parte, muchos proveedores de apoyos señalan no ver diferencias de género a nivel de la iniciativa empresarial, muchas consultadas acusan ver los apoyos y servicios como no aptos para mujeres a los que incluso no pueden asistir por la naturaleza de éstos. Una de las razones es que dan por hecho tener redes que apoyen en la externalización del cuidado de terceros, como la disposición de tiempos extras para largas capacitaciones, que generalmente no dispone el grupo de mujeres que emprenden en Chile. Esto parece suceder aún más en aquellos segmentos de emprendedoras que no tienen mayor capital educacional y con emprendimientos más precarios a modo de autoempleo. En este sentido, se cruza una dimensión socioeconómica y cultural en el modo en que son pensados los programas para la **diversidad de mujeres que emprenden en el país.**

“Hay muchas organizaciones, que tienen programas para emprendimiento en general, pero hay muy pocas que han hecho metodologías específicas para tener esa intervención con mujeres. Y la verdad es que son bastante distintas, o sea lo técnico sí, el contenido puede ser similar, el tema es la manera como se entrega y los formatos deben ser distintos porque no hay una dinámica similar entre una y otra. Entonces y sobre todo por eso la mujer todavía está tan lejos, porque no se siente tan llamada a participar, quizás en otra organización la experiencia es distinta, porque claro van a un segmento que es más sofisticada la población y trabajan con un segmento de mujeres que tú dices ya” (Mujer, Asociación de mujeres).

Al respecto, las representantes de organizaciones especializadas en mujeres emprendedoras abogan por la inclusión de una **complementariedad y visibilidad de perfiles** de ser emprendedora en los programas, sobre todo estatales, que puedan involucrar todas las restricciones que enfrentan para poder llegar a estos servicios. Junto con una **perspectiva de género** que pueda comprender las particularidades y dificultades que viven estas mujeres a la hora de emprender.

Tomando en consideración la diversa parrilla de emprendimientos que tienen las organizaciones, es importante poder distinguir en ellas, tanto a nivel de rubro y tipo de emprendimiento —más tradicional o dinámico— junto con las motivaciones iniciales por las cuales desarrollan una empresa —por necesidad o bien, oportunidad—. Tal como se advierte en la siguiente cita.

*“Yo veo la **empresarización femenina** como desde tres grandes bloques; uno que es como el que tiene más oportunidades o está más desarrollado que tiene mucha oferta, la gente que está capacitada y que tiene una educación y que quiere emprender, en general yo creo que tiene todo, o sea programas, internet, amigos, como que en ese sentido esta toda la oferta complementa dispuesta encima de la mesa. Yo creo que ahí hay un gap grande de la oferta que hay y no es tan masivo como debiera ser. Y un tercer grupo de mujeres más vulnerables que ahí hay un gran problema. Y llega con un programa, no si mira tengo una capacitación que dura cuatro horas al día y que eso te va a hacer ganar ochenta mil pesos, yo con esas cuatro horas al día yo produzco y con eso llego a fin de mes, entonces dicho eso no puedo capacitarme en un programa” (Hombre, organización gubernamental).*

3.2 Evaluación de las 6 condiciones marco para WED

Esta sección tiene por objetivo, mostrar los resultados de la evaluación WED en Chile. Esto, con el fin de proporcionar información sobre el estado actual de las mujeres emprendedoras en el país y el ecosistema empresarial para las mujeres (legales, regulatorios, financieros, apoyo empresarial, social y político), y con ello, dar paso a la promoción de entornos empresariales más igualitarios a partir de la identificación de medidas específicas para mejorar el ecosistema de WED.

Para la evaluación nacional WED, se tomó en consideración la metodología WED promovida por la OIT. En esta, el organismo promueve 6 condiciones marco de desarrollo que pueden evaluarse a nivel nacional a partir de la recopilación y evaluación de revisión documental de marcos regulatorios, políticos, e iniciativas al servicio de WED, así como la percepción de distintos actores y mujeres emprendedoras.

Cada condición marco evaluada está asociada a una serie de sub-condiciones que permiten diagnosticar en qué medida las distintas iniciativas en Chile abordan brechas empresariales. Para cada una de ellas se describirá su estado actual en cada sección correspondiente a la condición marco. Al final de cada sección, cada condición y subcondición serán evaluadas de acuerdo a una matriz de diagnóstico dispuesta por la metodología WED. De esta forma, la atribución de puntaje a cada condición general, permite identificar el estado actual de cada área de la iniciativa empresarial de mujeres en Chile.

N°1. Sistema jurídico y regulatorio con perspectiva de género que promueve EPM

(1) Leyes y regulaciones laborales

A continuación, se presenta normativa que promueve el empoderamiento económico y emprendimiento, así como normativas de género que pretende avanzar hacia la equidad en el sector empresarial.

Tabla 6. Normativa chilena para el emprendimiento y para el empoderamiento femenino en el sector laboral y empresarial

Ley o decreto	Año	Emprendimiento y negocio	
			Objetivo
Ley N° 20.659	2013	Ley de Constitución de Empresa en un Día.	Reduce costos de crear y modificar sociedades
Ley N° 20.494	2011	Ley de Agilización de Trámites.	Facilita y reduce los costos respecto a la constitución y funcionamiento de nuevas sociedades y empresas.
Ley N° 20.416	2010	El Estatuto Pyme fija normas especiales para las Empresas de Menor Tamaño ("EMT").	
Ley N° 20.323	2009	Facilitar la factorización de facturas por pequeños y medianos empresarios	
Ley N° 20.289	2008	Incrementa transitoriamente un incentivo tributario a la inversión en activo fijo de las micro, pequeñas y medianas empresas	
Ley N° 20.170	2007	Establece régimen simplificado para la determinación del impuesto a la renta de los pequeños contribuyentes	
Ley N° 19.857	2003	Autoriza el establecimiento de empresas individuales de responsabilidad limitada	
Ley N° 19.749	2001	Establece normas para facilitar la creación de microempresas familiares	

Ley N° 3.472	1980	Crea el fondo de garantía para pequeños empresarios
Ley N° 2.974	1979	Establece normas especiales sobre créditos que se otorguen a pequeños empresarios agrícolas y relativos a la prenda agraria

Género		
Ley o decreto	Año	Objetivo
Ley N° 20.840	2015	Ley de cuotas que obliga a los partidos políticos, a partir de las elecciones parlamentarias de 2017 hasta las de 2029, a presentar un porcentaje no menor del 40% de mujeres entre sus candidatas para las elecciones parlamentarias.
Ley N° 20.820	2015	Crea el ministerio de la mujer y la equidad de género
Ley N° 20.769	2014	Modifica el código del trabajo otorgando permiso a trabajadoras y trabajadores para efectuarse exámenes de mamografía y de próstata, respectivamente
Ley N° 20.609	2012	Establece medidas contra la discriminación arbitraria
Ley 20.595	2012	Crea el ingreso ético familiar que establece bonos y transferencias condicionadas para las familias de pobreza extrema y crea subsidio al empleo de la mujer
Decreto 64	2010	Crea comisión asesora presidencial "mujer, trabajo y maternidad"
Ley N° 20.348	2009	Resguarda el derecho a la igualdad en las remuneraciones entre hombres y mujeres que presten un mismo trabajo.
Ley N° 20.166	2007	Extiende el derecho de las madres trabajadoras a amamantar a sus hijos aun cuando no exista sala cuna
Ley N° 19.824	2002	Modifica el artículo 203 del código del trabajo, disponiendo la obligatoriedad de instalar salas cunas en establecimientos industriales y de servicios que indica
Ley N° 19.739	2001	Modifica el código del trabajo a fin de evitar la discriminación por edad y estado civil en la postulación a empleos
Ley N° 19.023	1991	Creación Servicio Nacional de la Mujer: destinado a promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres (reemplazado por el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género el 2016)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos www.leychile.cl

Como es posible observar en la tabla anterior existen leyes que buscan equipar las condiciones entre hombres y mujeres. Por ejemplo, la ley 20.348 que resguarda el derecho a la igualdad en las remuneraciones entre hombres y mujeres que presten un mismo trabajo. Sin embargo, esta ley no ha logrado su objetivo, existiendo grandes diferencias salariales por género. Un ejemplo de esto se encuentra en los resultados de la Encuesta Suplementarias de Ingresos (ESI) aplicada entre octubre-diciembre de 2018, que exponen que la brecha de género es -27,2% en desmedro de las mujeres. Sin embargo, se rescata que ha sido la brecha menos pronunciada desde el año 2010.

También existen leyes que se piensan como una ayuda para el ingreso y permanencia de mujeres al mercado laboral, que pueden ser un desincentivo a la contratación de las mismas, como la ley 19.824, la cual obliga al empleador (que tenga una cantidad de empleadas mujeres) a disponer de sala cunas. Este

inciso desincentiva la contratación de mujeres, para no tener que cumplir con este requisito. Además, de pensar solo en mujeres con trabajos dependientes.

Además del aparataje legal, la principal entidad estatal que debe velar por la equidad de género, en múltiples sentidos, es el **Ministerio de la Mujer y Equidad de Género**, el cual **tiene como misión crear políticas, planes y programas que beneficien a las mujeres y trabajar para eliminar cualquier tipo de discriminación de género**, haciendo de Chile un país más equitativo. Entre sus objetivos, se halla la fomentar la igualdad de derechos, deberes, trato y participación, la autonomía e **integración laboral**, terminar con la violencia contra la mujer y promover el respeto a la dignidad de la mujer. Entre sus tareas, se incluye incentivar la participación de las mujeres en los espacios de toma de decisión y en las organizaciones sociales y políticas, **apoyar a las mujeres para su incorporación al empleo y el emprendimiento** y mantener el Índice de Paridad de Género e incentivar a las empresas aún no incorporadas.

Igualdad en el acceso y participación de las mujeres en el mercado laboral: A fin de orientar el panorama, es importante relevar la participación laboral de las mujeres en el país. Según la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) 2017, la tasa de participación (porcentaje de la población en edad de trabajar que participa en la fuerza de trabajo⁹) en Chile es de 59,7. Dentro de esto, la tasa de participación un femenina es de 48,5, mientras que la masculina de es 71,2, lo que implica una brecha de 22,7. Por su parte, la tasa de ocupación (porcentaje de la población en edad de trabajar que se encuentra ocupada¹⁰) es de 55,7. Dentro de esto, la tasa de participación un femenina es de 45, mientras que la masculina de es 66,7, lo que implica una brecha de 21,7. Por su parte, entre quienes están fuera de la fuerza de trabajo (“Inactivos”) un 64,9 es población femenina. Entre esta, un 97,4 declara que la razón de su inactividad son razones familiares permanentes. Es decir, hay una alta incidencia de valores sociales y culturales ligados al género, y en específico a los roles de cuidado que mantienen a un porcentaje de mujeres fuera de la participación laboral formal, más que diferencias legales sobre la posibilidad de acceso y participación de las mujeres en el mercado laboral.

El impacto de las leyes y regulaciones laborales en las empresas existentes propiedad de mujeres: La falta de protección legal hacia el cuidado de terceros —particularmente, hijos/as— en el caso de mujeres emprendedoras, tales como la ausencia de la **ley de sala cuna universal** para ellas, así como **postnatal**, se vuelve una gran restricción para su desempeño. A ello se suma la dificultad de la **ley de sociedad conyugal chilena** que advierte la necesidad legal de la autorización de los maridos a la hora de pedir un préstamo crediticio en la banca privada. De este modo, las restricciones de los ecosistemas de emprendimiento para las mujeres, se entablan en términos de normas y legalidades en falta, como en discriminaciones por criterio, como es el caso de trabajadores que dan acceso a apoyos financieros de la banca privada —desfavoreciendo a las mujeres como hacedoras de un crédito para sus emprendimientos—, ya mencionado anteriormente.

⁹ La fuerza de trabajo se constituye sumando la población ocupada y desocupada. Esta última comprende a cesantes y a quienes buscan trabajo por primera vez.

¹⁰ Personas que durante la semana de referencia se encontraba en alguna de las siguientes situaciones: trabajó una hora o más (como empleado u obrero; como empleador o cuenta propia, por remuneración o ganancia); es un familiar no remunerado que trabajó 15 horas o más; o tiene un empleo (o negocio), pero no trabajó en la semana en referencia, por ausencia temporal (vacaciones, permiso, enfermedad de corta duración u otra razón).

*“Ese miedo a la **burocracia**, a los que significa el enfrentarte, el acercarte a una institución pública, el hablar con un funcionario es como paralizador. Obviamente hay mujeres que lo hacen y que se enfrentan como al problema de la burocracia y el tener que ir diez mil veces y muchas veces eso se hace insostenible y lo dejan” (Mujer, Proveedores de apoyos no financieros).*

“La ley de sociedad civil que en el fondo cuando la mujer está casada bajo cierto régimen conyugal tiene que requerir cierta autorización para iniciar algún tipo de actividad, para tomar un crédito, para convertirse en aval (Mujer, Institución financiera).

Además, existe una molestia por la complejidad de en la escritura de las regulaciones, la que no las hace fácilmente asequibles. Así, dentro de las temáticas que afectan a los emprendimientos y PYMEs se puede considerar que el **conocimiento y comprensión de las políticas, leyes y reglamentos de los propietarios, gerentes y trabajadores de estas PYMEs.**

“Están escritas en sanscrito, como que tienes que aprender a hablar en otro idioma (...) O sea si uno es emprendedor uno se tiene que mover, uno no puede estar esperando que le regalen las cosas, que lo vayan a buscar como cabro chico, pero también es difícil cuando te encuentras que lo que encuentras es puro chino y puros lenguajes complicados” (Mujer, Asociaciones y gremios).

Como aspecto positivo, a la hora de analizar la situación en Chile para emprender siendo mujer, se destaca que en el informe “Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe” del Banco Mundial (2010), las mujeres que participaron en el estudio elogiaron la buena organización del servicio de impuestos internos, así como la forma clara en que difunden información a través de diversos medios, entre ellos Internet. A diferencia de en otros países de en América Latina y el Caribe, no mencionaron las tasas tributarias como una carga para el desarrollo de sus negocios.

(2) Leyes, regulaciones y procedimientos de registro de empresas y concesión de licencias de negocios

El mismo reporte de Thomson Reuters Foundation que sitúa a Chile como el sexto mejor país para emprender¹¹, lo sitúa en el lugar 37 respecto a mejor lugar para ser una emprendedora mujer. Para ahondar en los aspectos que pueden provocar dicha disparidad, se alude al informe “Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe” del Banco Mundial (2010) revela diversos obstáculos al emprendimiento de pequeñas empresas que coinciden en diversos países de América Latina. Dentro de esto, destaca que **en Chile las mujeres aun requieren aprobación del marido para operaciones comerciales en el caso de estar bajo régimen patrimonial de sociedad conyugal.** Además, dentro de dificultades que afectan principalmente a las mujeres, en Chile existe evidencia que reafirma el hecho de que la sede del negocio sea la casa, en tanto según datos de la EME 201 El 45,8 % de los negocios de mujeres funcionan dentro de su vivienda, en tanto, el 80 % de los de hombres funciona fuera de las dependencias de su hogar, siendo especialmente relevante la realización de trabajos a domicilio.

¹¹ El reporte analiza 190 países.

En dicho informe del Banco Mundial, para el caso particular de las empresarias chilenas se indicó que denunciaron a las **cargas reguladoras como una de las barreras más importantes para iniciar un negocio, en especial en el sector alimentos (debido a los reglamentos sanitarios adicionales). Los procedimientos burocráticos que deben seguirse para conseguir permisos se perciben como engorrosos y la información disponible al público, confusa.** Esto cobra especial importancia considerando la diversidad geográfica y biodiversidad del país, pues las participantes hicieron referencia a diferencias en las diversas regiones y municipios que limitan la expansión geográfica de su negocio. Adicionalmente, se señaló que en Chile la clase social puede ocupar un lugar particularmente relevante en dificultar el acceso de la mujer a redes o a financiamiento.

(3) Derechos de propiedad y herencia

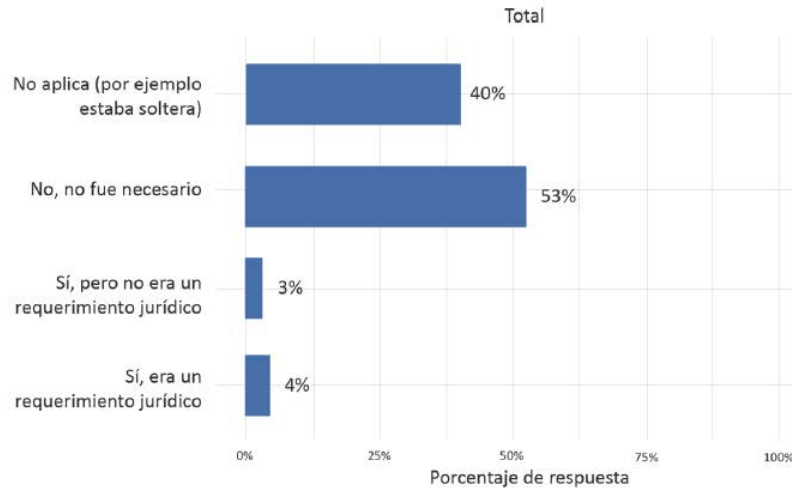
Con respecto a este tópico, podemos aludir al informe “Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe” del Banco Mundial (2010) que revela diversos obstáculos al emprendimiento de pequeñas empresas que coinciden en diversos países de América Latina. Dentro de esto, destaca que en Chile las mujeres aun requieren aprobación del marido para operaciones comerciales en el caso de estar bajo régimen patrimonial de sociedad conyugal. Además, dentro de dificultades que afectan principalmente a las mujeres, en Chile existe evidencia que reafirma el hecho de que la sede del negocio sea la casa, en tanto según datos de la EME 201 El 45,8 % de los negocios de mujeres funcionan dentro de su vivienda, en tanto, el 80 % de los de hombres funciona fuera de las dependencias de su hogar, siendo especialmente relevante la realización de trabajos a domicilio.

Un **ejemplo concreto** respecto a diferencias de posibilidades de emprender entre hombres y mujeres es dicha diferencia entre la autonomía económica efectiva que pueden tener las mujeres casadas que quieren iniciar una empresa, especialmente bajo régimen patrimonial de sociedad conyugal. Y, pese a que Chile se comprometió ante la CIDH (La corte interamericana de Derechos Humanos) el 2007 a modificar la Sociedad Conyugal, no lo ha hecho, Excepto ciertos casos de excepción

Por su parte, según el informe “Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe” del Banco Mundial (2010) las mujeres entrevistadas declararon como un obstáculo al emprendimiento y expansión de la pequeña y microempresa que afecta principalmente a mujeres el hecho de que en Chile la ley aún exige que el marido apruebe las operaciones comerciales y las transacciones con bienes personales, sin embargo, según los datos recolectados en Encuesta WED esto no es una situación usual (Gráfico 4).

Gráfico 4. Restricciones conyugales

¿Tuvo que pedir permiso a su esposo para poner en marcha la empresa?



Encuesta WED 2019, DESUC

En cuanto a la herencia, no existen brechas de género legales. El artículo 982 del Código Civil señala que no se atiende ni al Sexo ni a la Progenitura. Además, en caso de herencia en un matrimonio, la Cónyuge sobreviviente es una Asignataria Forzosa, por lo que es obligación que reciba parte de dicha herencia. La administración de bienes propios se vuelve un problema cuando la mujer está casada bajo sociedad conyugal, porque si bien puede recibir bienes heredados, estos han de ser administrados por el marido, excepto si quien otorga la herencia expresa que los bienes heredados deben ser administrados por la mujer.

En consideración a lo descrito en cada subcondición es que podemos evaluar esta condición marco 1 de la siguiente manera:

Para el caso de la subcondición A “leyes y regulaciones laborales” se evalúa con un puntaje sobre la media, en tanto en términos formales existen bajas barreras para la incursión de las mujeres en emprendimientos, siendo el principal problema legal, la sociedad conyugal. Además, existen programas que proveen de orientación para los procesos iniciales en la conformación de una empresa.

En cuanto a la subcondición B “Regulaciones y procedimientos de registro de empresas y concesión de licencias de negocios” El principal problema legal está relacionado al régimen de sociedad conyugal existente en Chile, el cual no es género equitativo, limitando las libertades de las mujeres dentro de dichas sociedades. Se vuelve necesario aclarar que no existe una certeza de no hostigamiento de hostigamiento o soborno por parte de los inspectores laborales, sin embargo, en ningún momento del estudio se levanta esta temática como algo que ocurra.

Por último, la subcondición C “Derechos de propiedad y herencia”, se evalúa con un puntaje de dos, en tanto la sociedad conyugal impida que tengan los mismos derechos de propiedad que los hombres.

Indicadores y calificación para la condición marco 1 de WED: Sistema jurídico y regulatorio con perspectiva de género que promueve el empoderamiento económico de las mujeres

A. Leyes y regulaciones laborales

Igualdad en el acceso de las mujeres al mercado laboral

<i>Indicador</i>	<i>Puntuación</i>
Las mujeres no tienen restricciones de empleo en ningún sector de la economía.	1
Las leyes y regulaciones laborales ordenan la no discriminación por género en las prácticas de contratación.	1
Las leyes exigen que las mujeres y los hombres reciban el mismo salario por un trabajo similar.	1
Las mujeres casadas no requieren legalmente el permiso de su esposo para trabajar fuera del hogar o para operar una empresa.	0
Las mujeres son conscientes de la igualdad de sus derechos laborales y estos se hacen cumplir.	1
TOTAL	4

Regulaciones laborales y empresas propiedad de mujeres (EPM)

<i>Indicador</i>	<i>Puntuación</i>
Se brinda asistencia a las EPM frente a cualquier dificultad en los procedimientos de registro y cumplimiento.	0
Se brinda a las mujeres empresarias orientación sobre leyes y regulaciones laborales y sobre requisitos de cumplimiento/reporte, como parte de programas de capacitación y ADE.	1
El gobierno realiza esfuerzos específicos para informar a las EPM sobre leyes y regulaciones laborales y requisitos de cumplimiento/reporte.	1
El registro de los trabajadores se puede completar en línea o a través de ventanillas únicas convenientemente ubicadas, lo que reduce la carga administrativa y de tiempo a las EPM.	1
Las EPM no son objeto de hostigamiento o soborno por parte de los inspectores laborales.	1
TOTAL	4

B. Regulaciones y procedimientos de registro de empresas y concesión de licencias de negocios

<i>Indicador</i>	<i>Puntuación</i>
Las mujeres pueden registrar una empresa sin el requisito legal de contar con el de su esposo.	0
El gobierno hace esfuerzos especiales para garantizar que las mujeres estén informadas sobre los procedimientos de registro de empresas y concesión de licencias de negocios.	1
Las mujeres no se encuentran en desventaja para acceder a las oficinas de registro de empresas debido a restricciones de movilidad (por ejemplo, el registro se puede hacer en línea, a través de puntos locales de registro, etc.).	1

Las oficinas de registro cuentan con mostradores especiales para mujeres (las mujeres pueden tener menores niveles de alfabetización y menos conocimientos sobre empresas).	0
Las mujeres pueden obtener una licencia de negocios para todo tipo de empresas, incluidas licencias para los tipos de empresas que las mujeres inician más tradicionalmente.	1
TOTAL	3
C. Derechos de propiedad y herencia	
<i>Indicador</i>	<i>Puntuación</i>
Las mujeres no tienen los mismos derechos de propiedad y herencia que los hombres según las leyes del país	1
Las mujeres tienen algunos de los mismos derechos de propiedad y herencia que los hombres, pero se les imponen diferentes requisitos de procedimiento para acceder a estos derechos (por ejemplo, la ley otorga a los esposos control administrativo sobre las propiedades matrimoniales con titulación conjunta)	2
Las mujeres tienen los mismos derechos de propiedad y herencia que los hombres, pero en general desconocen sus derechos, y hacen pocos esfuerzos para educarlas e informarlas sobre estos	3
Las mujeres tienen los mismos derechos de propiedad y herencia que los hombres, y se realizan amplios esfuerzos para que tomen conciencia de estos derechos, pero las prácticas consuetudinarias no reconocen estos derechos jurídicos, y las mujeres tienen capacidad limitada para recurrir al sistema jurídico	4
Las mujeres y los hombres tienen los mismos derechos de propiedad y herencia por ley, estos se hacen cumplir, y las mujeres tienen acceso a mecanismos de recurso jurídico para obtener estos derechos económicos establecidos	5
TOTAL	3

N°2. Liderazgo y coordinación de políticas efectivas para la promoción de WED

A fin de evaluar el liderazgo y la coordinación de políticas eficaces para la promoción de WED, se consideran dos subcondiciones:

- WED como una prioridad de política nacional: estrategias en materia de género y MIYPME.
- Medidas de política específicas se han definido para abordar limitaciones y barreras WED en Chile.

(1) Estrategias Nacional en género y WED como prioridad nacional

En el caso de Chile, se ha generado en materia de género y emprendimiento una seguidilla de condiciones desde el año 2000 a la fecha para la disminución de las brechas de género como estrategia nacional y en específico, en la iniciativa empresarial.

Dentro de las principales introducciones en materia de género a nivel público, tiene relación con la creación del Ministerio de la Mujer y la Equidad de género el año 2015 (predecesor del Servicio Nacional de la Mujer SERNAM creado en 1990 se transformó en el mencionado ministerio). Entre sus tareas, se incluye incentivar la participación de las mujeres en los espacios de toma de decisión y en las organizaciones sociales y políticas, apoyar a las mujeres para su incorporación al empleo y el emprendimiento y mantener el Índice de Paridad de Género e incentivar a las empresas aún no incorporadas (Ministerio de la Mujeres y equidad de género, 2020).

En materia de igualdad de género en el sector empresarial, es en el año 2012 donde el Ministerio de la Mujer (posteriormente Ministerio de la Mujer y Equidad de género) promueve la **Norma Chilena 3262/2012 (NCh)**. La NCh 3262 es una norma de cumplimiento voluntario a ser implementada en una organización, con el objetivo de incorporar desde acciones concretas condiciones de igualdad de género y la conciliación de vida laboral, familiar y personal. Hoy, esta norma es la base para la obtención del “Sello Iguala-Conciliación” en Chile, el cual se sigue de un conjunto de procedimientos y prácticas de gestión para garantizar una mayor igualdad. En esa misma línea, el Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de género (SERNAMEG, perteneciente al mencionado Ministerio) crea en el año 2006 el programa “Buenas prácticas laborales con equidad de género” (BPLEG) por parte de empresas públicas y privadas. El BPLEG promueve el cambio cultural al interior de organizaciones laborales privadas, públicas y sindicales para favorecer el ingreso, permanencia y desarrollo de las mujeres en espacios laborales de calidad, propiciando medidas para eliminar inequidades, brechas y barreras de género en el empleo (SernamEG, 2015). Otras de las destacadas iniciativas estatales en política de género y emprendimiento, han sido la “Mesa energía más mujer y mujer y minería”, para mejorar la participación de las mujeres en el sector energético. Este año, el Ministerio de economía, genera a raíz del impacto de la pandemia en Chile, el Consejo Mujer COVID-19, para trabajar en propuestas que ayuden a dar respuesta a las necesidades vitales que enfrentan las mujeres del país producto de la crisis; particularmente en materia de protección social, cuidados y reactivación económica para el caso de emprendimientos de mujeres. Este proceso de elaboración de propuestas aún está en proceso.

Ahora, a pesar del protagonismo del Ministerio de la Mujer y equidad de género en la promoción de WED y acciones de apoyo, no se dilucida un sistema claro de coordinación de los programas en esta línea.

(2) Estrategias y políticas en Chile para el desarrollo de las MIPYME

Tal como menciona el reporte de GEM (2018) Chile tiene un ecosistema integral y reconocido para apoyar el emprendimiento e innovación. Comparado con otros países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) Chile ocupa el 1er lugar con respecto a los pilares relacionados con políticas y regulaciones que faciliten la creación de nuevas empresas, y en el gobierno programas de apoyo para fomentar la actividad empresarial. Específicamente en los últimos 10 años en Chile, se han generado una amplia normativa sobre emprendimiento que han facilitado la creación de empresas tales como la ley de empresa en un día, la ley de agilización de trámites, el estatuto PYME (para mayor detalle ver Condición marco 1: marco regulatorio), capital semilla, financiación de capital riesgo, entre otros.

El Estado de Chile cuenta con dos grandes organismos públicos al servicio de emprendimiento y la innovación: la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) y el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC). El primero, está a cargo de apoyar el emprendimiento, la innovación y la competitividad en el país junto con fortalecer el capital humano y las capacidades tecnológicas. Y dentro de las medidas adoptadas para el cumplimiento de estos objetivos, **CORFO** ha traspasado a **SERCOTEC**, todos aquellos programas que involucran mejoras de gestión para la micro y pequeña empresa.

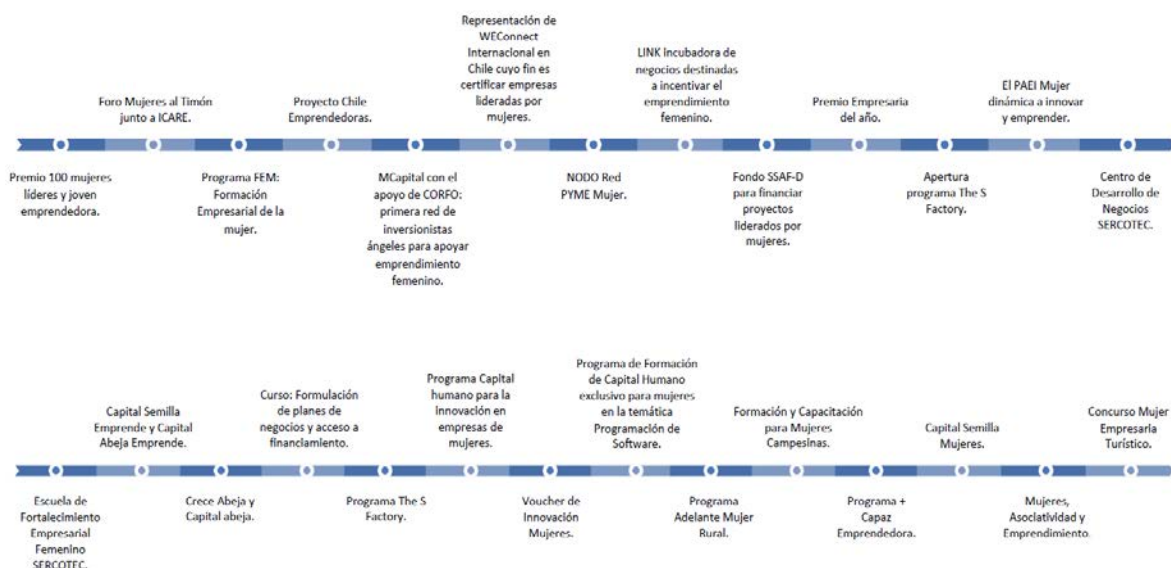
A partir de los entrevistados, las condiciones para el desarrollo de emprendimientos y MIPYME han mejorado en el país en comparación al pasado. El aumento de las políticas y programas públicos orientados al emprendimiento y creación de PYMEs, han generado nuevas oportunidades para insertarse en el mundo laboral en Chile, y con ello, se ha modificado la percepción que se tiene de ser emprendedor.

(3) Medidas de política específicas para abordar limitaciones y barreras WED

En Chile la preocupación por desarrollar políticas y programas con una perspectiva de género es relativamente reciente, existiendo escasas iniciativas antes del 2010. De modo similar, las asociaciones y redes de mujeres empresarias comienzan a gestarse en forma contemporánea a partir del 2000. Si bien ambos elementos han contribuido a un avance en cuando a brechas de género en todo ámbito y en particular en el ámbito empresarial, los datos revelan que aún queda por hacer.

A pesar de ello, se observa en el marco de políticas para MIPYME una identificación específica de las mujeres como grupo específico desde hace dos décadas. El siguiente diagrama sintetiza algunas políticas en esta materia (El viaje de la emprendedora de CORFO, 2018), que daremos más detalles en las siguientes condiciones marco de sistemas de apoyo:

Figura 4. Síntesis de algunas iniciativas y programas para EPM con sensibilidad de género.

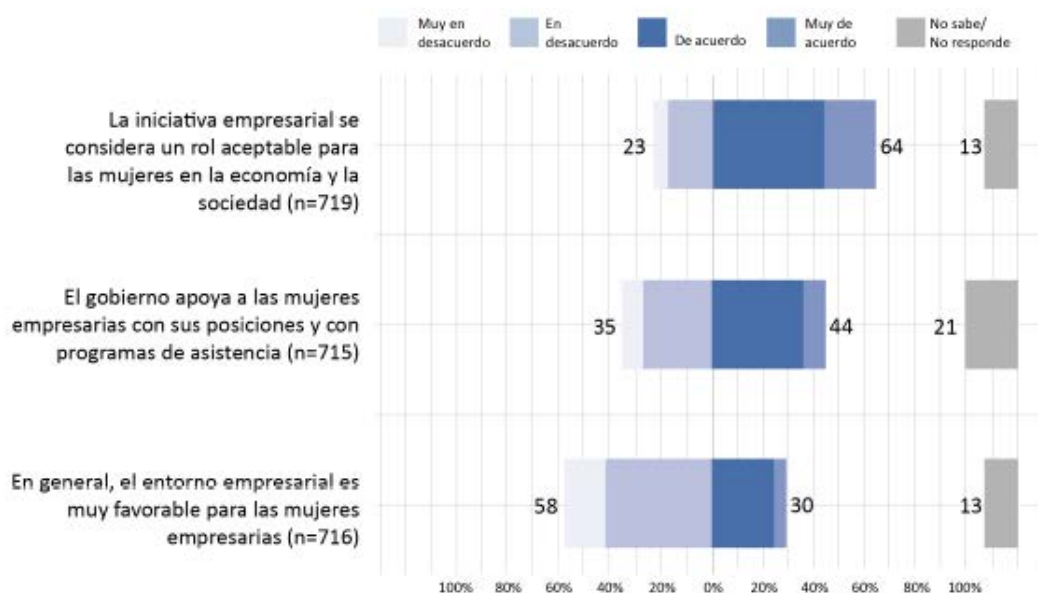


Sobre este esquema de políticas e iniciativas, las percepciones de las encuestadas de la Encuesta WED (siguiente Gráfico), en general están de acuerdo con que en la sociedad la iniciativa empresarial femenina es aceptada (64%). De hecho, los grupos focales realizados con mujeres emprendedoras reportan una buena impresión de las políticas para mujeres para comenzar empresas.

“Y lo que, si tiene al menos CORFO porque lo he visto, cuando el emprendimiento es de mujeres, le da un 10% más de financiamiento solamente por el hecho de ser mujer, o sea que por ese lado sí las están apoyando” (Mesa 2 – pequeña empresa).

“Ha sido beneficioso para nosotros ser mujeres, porque pudimos obtener un sello de empresa de mujeres, por tener más del 50% de participación femenina y eso nos ha facilitado muchos procesos de compra (Mesa 5 – pequeña empresa).

Gráfico 5. Percepciones WED Chile - Clima gubernamental y general



Tomando en consideración el estado de todas las subcondiciones mencionadas es que podemos evaluar esta condición marco 2 de la siguiente manera:

El indicador más apropiado para la subcondición 2: **WED como prioridad nacional** se refleja en la declaración **(3)** en la matriz de puntuación establecida por la metodología WED-OIT. El desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile es una prioridad como grupo específico y da cuenta en una serie de políticas en esta línea para MIPYME con sensibilidad de género. Sin embargo, no se evidencia una agenda o plan de acción específico para llevar a cabo esto (WED como prioridad nacional). Es más, vemos que incluso algunos programas e instituciones PYME no reconocen los desafíos que enfrentan las mujeres para emprender, aunque existan programas exclusivos de mujeres para fomentar WED.

Para el caso de la subcondición 2: **Presencia de un punto focal del gobierno para el promoción y coordinación de WED**, la declaración más adecuada es una puntuación de **(2)**. Pues a pesar de los esfuerzos de los Ministerios De La Mujer y Equidad De Género, el Ministerio de Economía, DIRECON y otros, así como su comunicación con partes interesadas externas, no se observa una entidad u organismos dentro de estos ministerios con el mandato de proporcionar liderazgo y coordinación de políticas intergubernamentales para la promoción de WED y acciones de apoyo. Así, el impacto de las políticas e iniciativas es poco probable que se maximicen los programas y servicios que pueden estar en marcha, ya que no hay adecuada coordinación entre ellos.

Indicadores y calificación para la condición marco 2 de WED: Liderazgo y coordinación de políticas efectivos para la promoción de WED

A. WED como prioridad de política nacional

<i>Indicador</i>	<i>Puntuación</i>
No existe evidencia documentada de que WED sea una prioridad de política Nacional.	1
Se ha establecido el desarrollo empresarial de las mujeres como una de las prioridades en los planes de desarrollo nacional, en las políticas de género y/u otras estrategias económicas nacionales, y como importante para el desarrollo económico y social del país, pero no se ha definido una agenda o plan de acción específico.	2
Las mujeres empresarias han sido identificadas como un grupo objetivo específico en las políticas del gobierno para las MIPYME.	3
Se ha identificado a las mujeres empresarias como un grupo objetivo específico de las políticas del gobierno para las MIPYME y existen medidas específicas en los documentos de políticas para las MIPYME para fomentar el desarrollo de la iniciativa empresarial / desarrollo empresarial de la mujer.	4
Existe un marco estratégico nacional para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer, que incluye disposiciones tanto para la puesta en marcha como para el crecimiento de sus empresas.	5

B. Presencia de un coordinador del gobierno para la promoción y coordinación de WED y acciones de apoyo.

<i>Indicador</i>	<i>Puntuación</i>
El gobierno no ha tomado medidas para abordar el tema del liderazgo y la coordinación de políticas para WED.	1
No existen coordinadores de WED en el gobierno, pero se presta cierta atención a los temas de WED en ciertos ministerios/organismos.	2
Existen coordinadores en uno o dos ministerios/departamentos del gobierno que promueven WED o tienen alguna actividad promocional relacionada, pero no existe colaboración entre ministerios/organismos.	3
Se ha establecido un coordinador nacional para WED dentro del gobierno, pero aún no funciona adecuadamente, no cuenta con recursos suficientes y tiene contacto limitado con los ministerios y organismos.	4
Existe un coordinador nacional para WED dentro del gobierno, con el mandato de liderar en materia de políticas, respaldado por el presupuesto, los recursos y la colaboración y cooperación interministerial necesarios para llevar a cabo dicho mandato; ha desarrollado fuertes vínculos con partes interesadas externas, y consulta activamente sobre las necesidades de políticas y programas de las mujeres empresarias.	5
Puntaje total	2,5

N° 3 – 4. Acceso a servicios financieros y de apoyo al desarrollo empresarial

A fin de evaluar la situación del acceso de las mujeres empresarias a la financiación y acceso a ADE, nos adentraremos en una evaluación de los tipos de apoyos generales y con perspectiva de género en el ecosistema empresarial chileno.

Teniendo en consideración el mapa general de organizaciones al servicio del emprendimiento femenino en Chile (ver condición marco 2), emerge como un punto importante dar cuenta de los **tipos de apoyos** brindados por dichas instituciones y los beneficiarios a los que apuntan. En la siguiente Tabla 3 se clasifican instituciones y sus programas respectivos, según el foco de trabajo que poseen respecto al desarrollo de la empresa. De este modo, existen instituciones y programas que apuntan a la creación de emprendimientos, a su mantenimiento en el tiempo -seguimiento- o al crecimiento de las empresas. En esta Tabla, también se atendió a la clasificación de instituciones que trabajan con emprendimiento de tipo tradicional o bien empresas de mayor impacto económico y centrado en la innovación — emprendimientos dinámicos¹²—.

Finalmente, indica si dichas organizaciones apuntan o no a programas exclusivos para mujeres como beneficiaria de sus programas, con una priorización de nuevas asociaciones de mujeres en el mundo privado. Esto no implica necesariamente programas de apoyo que configuren una atención especial las particularidades y dificultades que tienen para el acceso y compromiso con dichos apoyos —programas con perspectiva de género¹³— pues eso se verá en los siguientes sub-apartados.

¹³El **enfoque de género** considera las diferentes oportunidades que tienen hombres y mujeres, las interrelaciones existentes entre ellos y los distintos papeles que socialmente se les asignan. En este sentido, los **programas con perspectiva de género** son aquellos que incluyen en sus lineamientos las necesidades prácticas y estratégicas de hombres y mujeres.

Tabla 7. Análisis foco y beneficiarios ecosistema emprendimiento femenino en Chile.

Área	Institución	Foco de trabajo			Tipo de emprendimiento		Tipo beneficiario	
		Creación	Mantención	Crecimiento	Dinámico	Tradicional	Hombres y mujeres	Exclusivos mujeres
PÚBLICO	SECOTEC	✓	✓			✓	✓	✓
	CORFO	✓		✓	✓		✓	✓
	INDAP	✓		✓		✓		✓
	SERNAMEG	✓	✓			✓		✓
	SENCE	✓				✓		✓
	SERNATUR	✓				✓		✓
	FOSIS	✓				✓		
	CHILE COMPRA				✓	✓		
	PRODEMU	✓				✓		✓
	PROCHILE			✓	✓			
PRIVADO	Banca privada	✓				✓		✓
	Mujeres empresarias			✓	✓			✓
	Comunidad mujer			✓	✓			✓
	Mujeres del pacífico		✓	✓	✓	✓		✓
	Universidades	✓		✓	✓			
	Incubadoras/Aceleradoras	✓		✓	✓			
	Org. Microcréditos	✓		✓		✓		
	ONGS	✓			✓	✓		✓
	Asociaciones y gremios empresariales		✓		✓			

Fuente: Elaboración propia a partir de la información recabada tanto desde la revisión documental de los programas reportados en el primer informe, como los relatos de los actores entrevistados de las organizaciones consultadas.

En términos generales, esta sistematización muestra que en los programas el foco de trabajo está en la **creación de emprendimientos** ya sean de tipo tradicional o dinámico, así como su crecimiento y escalabilidad, particularmente para el caso de emprendimientos dinámicos y con foco en la innovación tecnológica.

Y parece quedar **atrás plataformas de apoyo al emprendimiento en términos de su mantención en el tiempo —seguimiento—**. A pesar de existir una variada cantidad de programas y servicios gubernamentales y no gubernamentales, muchos emprendimientos logran establecerse, pero fracasan rápidamente. Así, los esfuerzos de los programas parecen no ser suficientes o no estar adecuadamente enfocados para asegurar el surgimiento y supervivencia de empresas. Esta falta de apoyo al emprendimiento en términos de su mantención en el tiempo también fue evidenciada por algunos informantes en la fase cualitativa y por sobre todo relevado por las mujeres emprendedoras de los grupos focales:

“Creamos una empresa en un día, pero después cuando quieren crecer todo es mucho más complejo: hacer los cambios de una empresa en un día legalmente, generar un balance que tenga todos los detalles que te pide un banco para generarte un préstamo cuando las ventas no son las necesarias porque uno necesita flujo de caja. Entonces se genera un tema de que los programas de apoyo no solamente deberían ser para iniciarse, sino que cuando uno ya esté iniciado debería haber un paso dos, un paso tres, un paso cuatro y no después de pasar del inicio a un capital y un proyecto que ya tiene que estar súper probado. Entonces yo creo que pasan de un prototipo a un “crezcamos”, pero esa parte intermedia no está en los programas de apoyo (Mesa 3 – Mediana empresa).

Un último punto a rescatar de los resultados de esta sistematización del ecosistema del emprendimiento femenino, tiene relación con la comunicación entre las plataformas de apoyo gubernamental como no gubernamental. A partir de los resultados cualitativos, se revela que a pesar de la existencia de constantes mesas de diálogo entre el Estado y otras instituciones a fin de sistematizar un diagnóstico general del emprendimiento femenino en Chile, y una comunicación general con organismos ejecutores como CORFO o el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, los entrevistados aseguran la existencia de poca “sinergia” y coordinación de los recursos y acciones de todo el ecosistema que permitan dar lugar a un ecosistema chileno comunicado y en permanente comunicación entre organizaciones, a fin de complementar sus labores – de distintos apoyos, distintos beneficiarios- y esfuerzos realizados.

Nº 3. Acceso a servicios financieros con perspectiva de género

Teniendo en consideración la evaluación de los tipos de apoyos generales que existen en Chile para el apoyo de los emprendimientos, y a fin de evaluar la situación del acceso de las mujeres empresarias a la financiación en Chile, nos adentraremos en 2 subcondiciones:

- Participación de mujeres empresarias en programas de financiación genéricos
- Programas de financiamiento específicamente dirigidos a mujeres emprendedoras.

(1) Participación de mujeres empresarias en programas de financiamiento genéricos

Los servicios financieros cubren una amplia gama de programas y productos de financiación, como el microcrédito, préstamos de bancos comerciales, esquemas de garantía de préstamos, micro seguros y semillas y capital de riesgo. Los productos ofrecidos bajo estos servicios están diseñados para abordar las necesidades de empresas en diversas etapas del ciclo económico desde la puesta en marcha hasta la

madurez. La siguiente Tabla recopila las instituciones, servicios y programas financieros al servicio del emprendimiento, tanto estatales como no gubernamentales¹⁴:

Tabla 8. Programas de servicio financiero

Institución	Programa	Perfil cliente	Características
SERCOTEC	Capital semilla – emprendimiento Co-financiamiento	Personas naturales, que presenten una idea de negocio.	Apoya creación de una microempresa.
SERCOTEC	Crece Co-financiamiento	Micro y pequeñas empresas, ventas anuales netas entre 200 y 25.000 U.F.	Crece otorga un subsidio no reembolsable de hasta \$6 millones CLP.
CORFO	Start-Up Chile Co-financiamiento, <u>asesorías</u> y <u>capacitación</u>		Aceleradora del Gobierno que potencia emprendimientos tecnológicos. Asignación de \$25.000.000 CLP.
CORFO	Crédito CORFO MIPYME Co-financiamiento	Ingresos anuales por ventas, no excedan las UF100.000.	Intermediarios Financieros No Bancarios (IFNB), que otorguen operaciones de Crédito, Leasing y/o Factoring.
CORFO	Semilla- CORFO Financiamiento y <u>capacitación</u>	Ventas netas que no excedan los \$100 millones en los últimos 6 meses.	Cofinanciamiento \$25.000.000 CLP.
Banco BCI (Crédito e inversiones)	Programa Nace Financiamiento y <u>capacitación</u>	Emprendedores con una antigüedad inferior a 18 meses y con un potencial de ventas anuales superiores a UF 2.400.	Más de 1.500 emprendedores bancarizados y una tasa de éxito del 85%.
Centro de Innovación UC	Jump Chile	Al menos 2 miembros deben estar en pre o postgrado de universidad, CFT o institutos de Chile y Latinoamérica.	Academia de aceleración que ayuda a los estudiantes Fondos: Entre \$3.000.000 y \$6.500.000 CLP.
Centro de Innovación UC	CoLab Alto Impacto Financiamiento y <u>capacitación</u>	Equipos con emprendimientos con economía circular, que se encuentren en etapa temprana e incluyan dimensiones sociales específicas.	Laboratorio de Innovación Social UC financiado por CORFO para Emprendimientos de Innovación Social (SSAF-S).
Aceleradora de Negocios de la Universidad del Desarrollo	Open Startup Financiamiento y <u>capacitación y acceso a redes</u>	Proyecto de Emprendimiento de Innovación y/o alto impacto, por un período superior a 36 meses a la fecha de postulación y que sus ventas no superen los \$100.000.000.	Apoyar a emprendedores innovadores con proyectos de alto riesgo.

¹⁴ Si bien el ecosistema empresarial chileno cuenta con otros programas de aceleradora, el presente cuadro entrega una síntesis de los principales servicios financieros para cualquier emprendedor genérico (es decir, sin perspectiva de género).

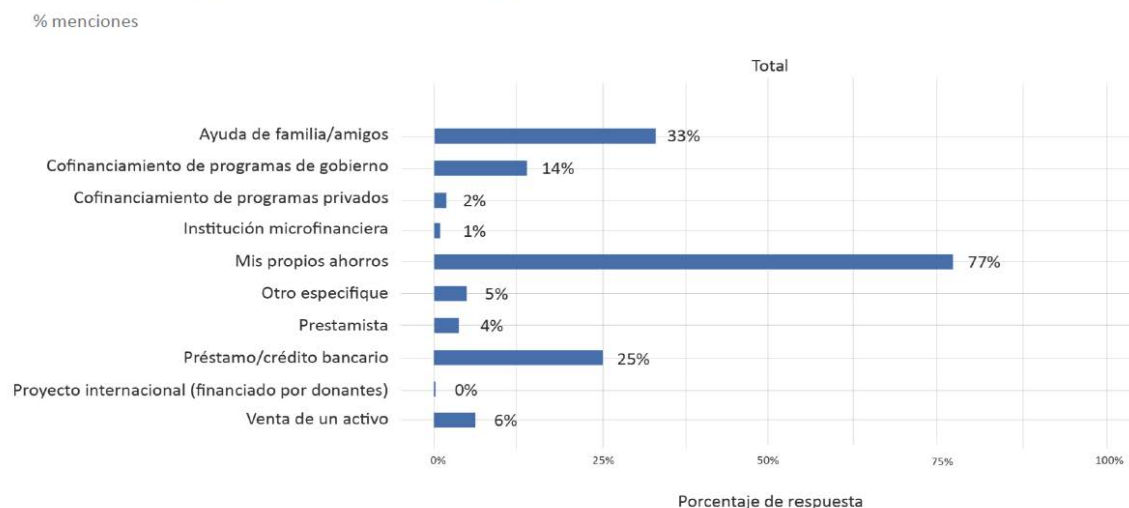
Aceleradora de Negocios de la Universidad del Desarrollo	Desafío SALUDD Financiamiento y <u>capacitación y acceso a redes</u>	Período superior a 24 meses y que sus ventas netas no superan \$100.000.000.	El subsidio máximo \$14.000.000. Se presentan 4 tipos de desafíos: trazabilidad, información oportuna, fidelización, auto monitoreo.
FOSIS	Yo Emprendo Semilla	Segmentos más vulnerables y tengan una idea de negocio o micro emprendimiento funcionando.	Cuenta con un financiamiento de plan de negocios con un máximo de 500.000 y una oportunidad de asesoramiento y capacitación.
FOSIS	Yo Emprendo	Está dirigido a quienes ya tienen un emprendimiento y quieren hacerlo crecer para aumentar sus ingresos, de segmentos más vulnerables.	

Si bien muchas de las instituciones mencionadas en el Cuadro anterior cuentan con programas para el emprendimiento con perspectiva de género si nos centramos en la promoción de estos servicios genéricos vemos que:

- De acuerdo a un informe de Direcon y PROChile (2019) sostiene que **las empresas lideradas por mujeres principalmente se autofinancian**, teniendo una baja proporción las empresas que recurren a financiamiento externo: el 84% de las mujeres líderes (315 encuestadas del programa Mujer Exporta) señalan que financian la producción de la empresa con capital propio y la reinversión de las utilidades, al mismo tiempo que un 11% dice que lo hace a través de préstamos de familiares y amigos/as. En contrapartida, solo el 18% de la muestra declara que financia la producción a través de créditos bancarios.
De acuerdo a este mismo reporte, señala que el alto índice de autofinanciamiento de las mujeres se debe a las dificultades que enfrentan las mujeres para acceder al mercado financiero.
- Concordante con ello, las mujeres encuestadas durante el año 2019, el **77% de las consultadas declara tener como principal fuente de financiamiento “sus propios ahorros” o de personas cercanas** y sólo un 14% de ellas sostiene tener un cofinanciamiento de algún programa estatal o no estatal. En el caso de mujeres que accedieron a créditos de otros, refieren como principal actor a los bancos (19%) y personas cercanas en un segundo lugar (10%).

Gráfico 6. Principales fuentes de financiamiento.

¿Qué fuente(s) de financiamiento usó para poner en marcha su empresa?



Encuesta WED 2019, DESUC

Por su parte, dentro de las principales líneas de financiamiento de CORFO (y detalladas en el cuadro anterior) acusan que: por ejemplo, en el programa Capital Semilla (CORFO, 2019) de un total de 608 proyectos aprobados, 175 proyectos corresponden a proyectos liderados por mujeres lo que representa un 28.8% de participación. De hecho, en general en sus programas de financiamiento genéricos, la participación de emprendimientos se concentra en emprendimientos liderados por hombres. En términos de préstamos y capitales entregados, los montos adjudicados para emprendimientos liderados por mujeres corresponden a un 25%, con un monto de \$2.941.658.670 y los emprendimientos liderados por hombres corresponden a un 75% del total, con un monto de \$8.800.876.025. Esto nuevamente nos habla de una brecha de género importante en términos de acceso y capital en servicios de financiamiento genéricos para hombres y mujeres en el caso de CORFO. A pesar de ser las mujeres quienes acuden a financiamiento público y de otros organismos, más que los hombres.

De acuerdo con lo reportado por el Ministerio de Economía (2019) la principal razón de las mujeres para no capacitarse o acceder a accesos financieros es “no saber dónde acudir” (32,1% de las mujeres, 28,6 % de hombres) y “no hay un curso o financiamiento adecuado a sus necesidades” (12% de las mujeres y 14,7 % de hombres). Si bien, se observa que no hay grandes diferencias según sexo, los datos anteriores muestran un menor acceso a capital altos y en la misma proporción de mujeres que de hombres en este tipo de servicios de financiamiento estatal.

(2) Programas de financiamiento orientados específicamente a empresas propiedad de mujeres

La siguiente Tabla recopila las instituciones, servicios y programas financieros al servicio del emprendimiento, tanto estatales como no gubernamentales **con perspectiva de género**:

Tabla 9. Programas de co-financiamiento para empresas de mujeres.

Institución	Programa	Perfil cliente	Características
SERCOTEC	Capital Abeja	Emprendedoras que cuenten con un Plan de Trabajo.	El cofinanciamiento máx. \$3.500.000 CLP.
CORFO	Programa The S Factory (de Start-up Chile)	Emprendimientos emergentes (máximo de 12 meses) liderados por personas que se identifiquen con el género femenino. N° Beneficiarias 2019: 48.	Pre-aceleración para startup en etapa temprana: acompañamiento y financiamiento en el inicio de un negocio viable (de hasta \$10.000.000 CLP).
CORFO	Programa Capital humano para la innovación en empresas de mujeres	Empresas Pyme y personas naturales de sexo femenino.	Subsidio no reembolsable según el tamaño de la empresa, con un tope de \$7.000.000 CLP.
CORFO	Voucher de Innovación Mujeres	Una o más mujeres posean al menos el 50% de la empresa o una o más mujeres posean entre el 30% y el 50% de la empresa.	Cofinanciamiento de hasta 90% del costo del proyecto. Contribuir a desarrollar soluciones a problemas de productividad y/o competitividad de las empresas nacionales, a través de la vinculación con proveedores de conocimiento.
Banco Scotiabank	Premio Ellas Emprenden	Que realice alguna actividad emprendedora. Que participen directamente en la gestión de su negocio.	El primer lugar se lleva \$4.000.000 , el segundo lugar \$3.000.000 y el tercer lugar \$2.000.000.
Banco Estado	Crece Mujer	Mujeres emprendedoras (no mencionan requisitos específicos).	No existen diferencias de género entre los productos ofrecidos, sin embargo, por ser partícipe del programa de capacitaciones, la banca ofrece un 10% de descuento en las tarifas de financiamiento.
Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP)	Programa Adelante Mujer Rural	Dirigido a las mujeres rurales y sus organizaciones que estén participando en algún programa de fomento productivo.	Financiar las necesidades de capital y de inversión, en las mujeres rurales del País. No mencionan monto del subsidio ni número de beneficiarias.
Ministerio de la Mujer y Equidad de Género	Programa Mujer Emprende	Pertenecer al 60% de la población más vulnerable.	Subsidio para herramientas (\$300.000 CLP). Subsidio diario. Cuidado infantil hasta los cinco años.

SENCE	Programa +Capaz a la Mujer Emprendedora	Pertenecer al 60% de la población más vulnerable.	Capacitación gratuita. Fondo de inversión, subsidio para herramientas (\$300.000 IVA incluido). Subsidio diario. Cuidado infantil hasta los cinco años.
SERNATUR - Banco estado	Concurso Mujer Empresaria Turística	Mujeres emprendedoras en el área de turismo con empresas de ventas de hasta UF 40.000.	Premia a las dos mejores exponentes femeninas que hayan innovado en sus emprendimientos de turismo a nivel nacional.

Respecto a estos servicios de financiamiento para empresas de mujeres, el reporte de CORFO del año 2019 reporta que **líneas de financiamiento que tienen mayor participación de mujeres son las con montos más bajos en subsidios** tales como The S Factory que en promedio entrega montos de \$10.000.000. Y la participación regional de mujeres en los productos estratégicos de emprendimiento lo concentra la región Metropolitana con la mayor cantidad de proyectos de mujeres aprobados, con un total de 119 proyectos aprobados de mujeres que corresponde a un 68%. De acuerdo a lo reportado por el informe de Mujeres del Pacífico (2018) el número de participantes del programa de CORFO de pre-aceleración para startups en etapa temprana liderados por mujeres, The S Factory, aumentó de un 6% a un 30% en los últimos siete años (Diario Financiero, 2017). En la misma línea el programa Capital Abeja para emprendedoras reporta que permitieron la puesta en marcha de más de 6.500 nuevos negocios de mujeres en todo el país, con un aporte público cercano a \$22.400 millones y el 96,3% de los emprendimientos apoyados en 2015 se mantenía vigente un año después.

Vale decir, si bien existe una amplia gama de servicios financieros con perspectiva de género que a largo del tiempo han aumentado el número de mujeres beneficiarias, los montos del subsidio y acceso a capital sigue siendo bajo y sin el seguimiento de emprendimientos escalables y con alto crecimiento.

Desde la otra vereda, mujeres emprendedoras consultadas e informantes clave conducen a **4 limitantes o impedimentos para las mujeres acceder** a estos servicios financieros a tener en cuenta:

1. Tiempos: Algunos programas financieros solicitan a socias mayoritarias tener el 100% de dedicación a la empresa, cuando en la práctica las mujeres ven que esta posibilidad no existe; entre traer roles domésticos y de cuidado, además de mantener sus empleos en paralelo, se vuelve una solicitud imposible de llevar a cabo para las mujeres. En esa misma línea, los procesos de acceso a apoyos financieros requieren mucho tiempo por lo que desisten de postular. Algunas sostienen sobre esto, que cuando las mujeres por labores de cuidado a su cargo tienen como consecuencia menor tiempo para volcarse a sus empresas (a diferencia de emprendedores hombres), estas solicitudes vuelven “más desbalanceados” los apoyos para hombres y mujeres:

“Un tema importante de poder ver el fondo de las exigencias del programa y como se traduce esa exigencia en tiempo, en costo, en este como sacrificio, y creo que eso debe estar súper balanceado en términos de género (Mesa 2 – Pequeña Empresaria).

2. Sesgos de género en evaluación: Cuando los programas financieros cuentan solamente con evaluadores hombres, las mujeres consultadas sostienen que ellos no “empatizan con la realidad multifuncional de las mujeres” no contando con el tiempo suficiente para dedicarse a su empresa. Además

de menoscabar situaciones de apoyo que para muchas son trascendentales como espacios de trabajo en red con otras mujeres o el simple hecho de ser “escuchadas” en sus problemáticas como mujeres emprendedoras:

“O sea, a mí me indigna que no sé, creo que el último no se hizo, y los jueces eran 5 jueces hombres, se fue uno, quedaron 4 jueces hombres; de las expositoras, de las 50 que llegamos a la final éramos 5 mujeres y quedó solo 1 (Mesa 3 – Mediana empresa).

3. Procesos “engorroso” para el acceso: Dentro de las principales dificultades de las mujeres para acceder a programas de financiamiento está en el hecho de que sean procesos “engorrosos” con un alto lenguaje técnico y una multiplicidad de formularios y documentos que las mujeres no tienen tiempo de comprender, ni completar. A pesar de ello, algunas participantes sostienen que esta baja accesibilidad a estos programas se ha simplificado en los últimos años:

“Los estamentos que llamen a participar, los formularios de participación pueden ser engorrosos para muchas personas porque no todas las personas tienen las capacidades y a lo mejor la experiencia como para crear un plan de negocio, o en fin muchas cosas que te piden, demasiado específicas; muchos nombres, las típicas cosas, pero después te va pillando y al final, yo he conversado con muchas personas, y al final lo dejan de lado, no postulan porque el tema es tremendamente engorroso (Mesa 5 – pequeña empresa).

4. Sin servicios financieros para la mantención de empresas: Finalmente, de acuerdo a lo reportado por las mujeres emprendedoras de los grupos focales, ellas sostienen que, si bien perciben buenas políticas para comenzar las empresas lideradas por mujeres, esta parrilla programática no está muy presente para emprendimientos de mujeres establecidos que quieren alcanzar altos niveles de escalabilidad y crecimiento. Acusan que el diagnóstico sobre los factores que afectan a las mujeres a la hora de emprender queda “atascado” en las primeras etapas de establecimiento de la empresa; advierten programas hechos para líneas base, generalmente emprendimientos tradicionales o bien startup dinámicos. Y mayores esfuerzos en el mantenimiento de las empresas y/o alcanzar emprendimientos altamente escalables.

Esto vuelve a recalcar el depurar diagnósticos para visibilizar los grupos de emprendedoras en Chile y sus características, necesidades y objetivos en términos de negocios.

Tomando en consideración el estado de todas las subcondiciones mencionadas (a partir de la información recopilada durante la revisión documental, entrevistas con informantes clave, y discusiones de grupos focales con mujeres emprendedoras) es que podemos evaluar esta condición marco 3 de la siguiente manera:

Para la subcondición: **Participación de mujeres empresarias en programas de financiamiento tradicionales, el indicador (2).**

No existe evidencia de que las instituciones financieras tradicionales realicen esfuerzos por demostrar un enfoque de género en sus líneas de productos y servicios financieros tradicionales, fuera de las iniciativas dirigidas a empresas de mujeres. Tampoco se evidencian capacitaciones para funcionarios de préstamos en capacitación una perspectiva de género más que en algunas bancas estatales. En otras instituciones se ve incluso sesgos de género en las evaluaciones de estas instituciones genéricas. Pero en general se comienza a ver el potencial de las EMP en el mercado.

Asimismo, comparativamente con los usuarios hombres, las mujeres empresarias están sub-representadas en estas iniciativas con creces, a pesar de que en los últimos años se hagan esfuerzos estatales para revertir esto. La introducción de un programa nacional de garantía de préstamos podría ayudar a compensar esta barrera. Asimismo, dentro de las principales dificultades que acusan las mujeres emprendedoras para acceder a servicios financieros, se observa un déficit en atender a las necesidades de las mujeres en el proceso de accesos a cofinanciamientos tales como tiempos asociados, préstamos para crecer sus empresas y sesgos de género de parte de los funcionarios y evaluadores.

Para el caso de la sub-condición 2: **Programas de financiamiento orientados específicamente a empresas propiedad de mujeres, el indicador (3).**

A pesar de esta buena noticia, donde existe una variedad de programas de cofinanciamiento y préstamos/créditos dirigidos a mujeres emprendedoras, no se observan iniciativas en todas las etapas de su desarrollo. Principalmente se quedan en etapas base y no en la expansión y escalabilidad de las empresas lideradas por mujeres. Esto puede tener como resultados que las emprendedoras se queden en etapas tempranas de sus emprendimientos, pues si bien declaran autofinanciarse en las primeras etapas de sus negocios, no tenemos evidencia de apoyos externos para el crecimiento de éstos, donde generalmente llegan menos emprendedoras chilenas.

Indicadores y calificación para la condición marco 3 de WED: Acceso a servicios financieros con perspectiva de género

A. Participación de mujeres empresarias en programas de financiamiento genéricos

<i>Indicador (elija el más relevante)</i>	<i>Puntuación</i>
Enfoque pasivo: pocas EPM / mujeres empresarias son clientes	1
Se comienza a reconocer el potencial del mercado de mujeres y a implementar capacitación con enfoque de género para los funcionarios de préstamos, pero aún no se llega activamente al mercado de mujeres empresarias con iniciativas promocionales.	2
Se reconoce el potencial del mercado de mujeres, se implementa capacitación con enfoque de género para los funcionarios de préstamos, y se llega activamente al mercado de mujeres empresarias a través de actividades promocionales.	3
Se desarrollan esfuerzos activos para llegar al mercado de mujeres empresarias a través de actividades promocionales, y además se desarrollan productos de préstamos y servicios financieros a la medida para mujeres empresarias.	4
Se desarrollan productos de servicios financieros y de préstamos a la medida para el mercado de mujeres empresarias, y, además, por lo general se establecen objetivos de desempeño sobre la cantidad de préstamos a EPM, se considera que el sistema financiero es amigable con las mujeres, los datos de los clientes son registrados e informados con desglose por sexo.	5

B. Programas de financiamiento orientados específicamente a empresas propiedad de mujeres

<i>Indicador (elija el más relevante)</i>	<i>Puntuación</i>
---	-------------------

No hay servicios financieros específicamente dirigidos a EMP / mujeres empresarias.	1
Existe evidencia de algunos programas de préstamos centrados en las mujeres, pero son principalmente para mujeres microempresarias.	2
Existen programas de crédito dirigidos a EPM de diferentes tamaños y en diferentes etapas de su desarrollo (desde la puesta en marcha hasta la expansión), pero son principalmente accesibles solo en ciertas partes del país (esto es, centros urbanos); no hay evidencia de programas de capital (semilla o de riesgo) centrados en las mujeres.	3
Los programas de garantía de préstamos dirigidos a EPM complementan programas de crédito dirigidos a EPM / mujeres empresarias en diferentes etapas de su desarrollo (desde la puesta en marcha hasta la expansión), pero son principalmente accesibles para mujeres empresarias en zonas urbanas.	4
Existen programas tanto de crédito (micro financiamiento y financiamiento de bancos comerciales) como de capital (semilla y de riesgo) dirigidos a mujeres y accesibles para empresarias en zonas urbanas y rurales, incluyendo soluciones basadas en TIC, tales como el dinero móvil.	5
Puntaje Total	2,5

Nº4. Acceso a servicios de apoyo al desarrollo empresarial (ADE) con perspectiva de género

Esta sub condición examina la aceptación de los servicios generales no financieros (tales como asesorías, orientaciones, mentorías, capacitaciones) por parte de mujeres empresarias tanto de organismos gubernamentales como no gubernamentales desde 2 condiciones:

- Acceso de las mujeres a los servicios ADE tradicionales
- Presencia de servicios ADE centrados en las mujeres

Cabe considerar que no se encontró evidencia del alcance geográfico y calidad de las intervenciones que pudieran complejizar esta evaluación de los servicios ADE. Esto es de alto alcance, pues suele ser un problema en términos de datos y documentación el impacto de estos programas en la descentralización de las iniciativas de emprendimiento en Chile (fuera de la Región Metropolitana).

(1) Acceso de las mujeres a los servicios ADE tradicionales y respuesta a las necesidades de las mujeres empresarias

Respecto del estado actual de los programas ADE tradicionales, cabe señalar que los programas que cuentan con servicios ADE son generalmente los mismos programas de financiamiento descritos en el módulo anterior que cuentan con apoyos de capacitación, incubadoras y asesorías, indicadas anteriormente. Sumamos a ello, las incubadoras y aceleradoras de negocios en Chile tales como:

- Imagine Lab: centrada en generar coaching y aportes económicos a proyectos con base tecnológica
- Incubadora Elevaglobal: centrada también en TICs y aplicaciones móviles
- Incuba UC: centrada en generar coaching y aportes económicos a proyectos con base tecnológica

- UDD Ventures: centrada en negocios dinámicos y escalables, de todas las industrias, para emprendimientos del área salud y de impacto social positivo.
- Digevo Ventures: pone a disposición sus activos y know-how en tecnología, plataformas y estrategia de negocios tecnológicos para acelerar Startups digitales con potencial de crecimiento. Buscan startups en el mercado B2B (business to business) y B2C (business to consumers).
- Innovo: es una plataforma de servicios especializados, orientados a gestionar, vincular y difundir proyectos científicos aplicados, innovaciones y negocios tecnológicos, sumando valor a la labor del emprendimiento.

Una importante consideración sobre este sistema de servicios al desarrollo empresarial es la distinción y consciencia de las barreras y limitaciones a las que se enfrentan las mujeres empresarias.

Al respecto, se observa que las mujeres representantes del ecosistema entrevistadas en general logran dar cuenta de aquellas trabas que pueden tener las mujeres para emprender, a diferencia de algunos hombres entrevistados quienes en ocasiones no logran dar cuenta de dificultades particulares para que las mujeres empresarias. En tal sentido, se parte de la premisa que existe una disparidad en enfoque de género por parte de las organizaciones relacionadas con el emprendimiento en Chile. Esto da luces de un **ecosistema del emprendimiento para las mujeres en Chile que en ocasiones no advierte diferencias entre sus beneficiarios y beneficiarias**, situando —en ocasiones— las dificultades soslayadas en el emprendimiento sólo a nivel individual. Esto implica en términos interpretativos, que las decisiones sorteadas por algunos organismos en temáticas de emprendimiento femenino no tengan en consideración las necesidades y oportunidades de las mujeres en el mundo empresarial y con ello, no desarrollen una visión particular en sus apoyos y servicios entregados. Las siguientes citas expuestas, dan cuenta de esta idea:

“No hay discriminación, en los bancos la misma discriminación que hay al pequeño que no tiene respaldo, por ejemplo, con un banco, para pedirle al banco cuando tú tienes necesidad tienes que tener un respaldo y si no tienes respaldo no hay crédito, no hay dinero, entonces esa limitante no es para las mujeres, es para los hombres también, es para todos. En ese sentido no, y te digo que en el sector nuestro no hay discriminación contra las mujeres.” (Hombre, asociación gremial).

Por su parte, en pocas ocasiones estos representantes daban cuenta de un diagnóstico más detallado del emprendimiento de las mujeres chilenas, a excepción de organizaciones que trabajan con mujeres exclusivamente o bien encargadas de temas de género en organizaciones gubernamentales. Los informantes rescatan el aumento de apoyos a mujeres, la presencia de más mujeres con emprendimientos y mesas de diálogo gubernamentales para su trabajo. Dentro de los aspectos menos positivos, observan la menor representación femenina de mujeres en grandes empresas y su mayor presencia en emprendimientos informales de rubros tradicionales. En este sentido, muchos consultados redimen que el tema esté en la palestra, pero se muestra una sensación de que la presencia o no de mujeres en el emprendimiento se trata sólo a nivel discursivo y no en acciones concretas por todo el ecosistema empresarial.

En este sentido, a excepción de proveedores mujeres o servicios ADE exclusivos para mujeres, los proveedores en general no tenían consideración por las limitaciones que vivían las mujeres que se traduzcan en acciones concretas para su disminuir estas brechas de género. Los servicios ADE

tradicionales en Chile no dan mayores muestras de adaptarse a una perspectiva de género. Segregan sus datos por sexo y en ocasiones los representantes son conscientes de las barreras y limitaciones que viven las mujeres para emprender, pero ello no se traduce en acciones concretas en la naturaleza y acción de sus servicios. Si bien, han simplificado los procesos de solicitud con lenguajes más amigables y menos burocráticos, pero no se observa flexibilidad en términos de género:

“Yo comparto desde lo general, pero yo he visto la evolución desde el 2016 al 2020 en las postulaciones, o sea, yo he postulado a CORFO en 2016, CORFO el 2018 y a CORFO el 2020 y han ido simplificando los formularios y poniendo formas más fáciles de entrar (Mesa 3 – mediana empresa).

En definitiva, se identifican programas que no están orientados al género y facilitadores con poco conocimiento de las limitaciones que enfrentan las mujeres. Tal como veremos en el siguiente subapartado, las condiciones y flexibilidad de los servicios se da con mayor énfasis en servicios para mujeres emprendedoras. Los servicios ADE tradicionales suelen no considerar una perspectiva de género en sus líneas de base. Y sólo quedan supeditados a programas exclusivos de mujeres. Incluso, como veremos luego, esto puede no darse en todos los casos.

A nivel estadístico, el reporte del Ministerio de Economía sobre “género y emprendimiento 2019” declara que (si bien no especifican en que programas o políticas lo hacen) las emprendedoras encuestadas se capacitan más que los hombres (mujeres 26,2% y los hombres un 16,7%). Para las mujeres, el principal beneficio de capacitarse corresponde a mejorar la calidad de los productos o servicios (hombres 46,1 % y mujeres 39,2 %), seguido de aumentar las ventas. Esto demuestra que a pesar de todas las limitaciones que conllevan el compatibilizar los negocios con otras responsabilidades para el caso de las mujeres, logran encontrar financiamiento y espacios para seguir mejorando sus habilidades y en busca de mayor crecimiento. Adicionalmente, la forma en que se financian estas capacitaciones muestra patrones diferentes entre hombres y mujeres. La principal fuente de financiamiento para capacitación de las mujeres corresponde a Corfo e Innova Chile (38,6 %), por sobre el 26,9 % de hombres que utilizaron este tipo de financiamiento, donde las principales fuentes de financiamiento de las mujeres corresponden a organismos públicos o sin fines de lucro, con un 65,1 % de mujeres recibiendo financiamiento de estas instituciones. Esto se destaca pues considera que las mujeres logran capacitarse a través de organismos e iniciativas de apoyo estatal y en menor medida por vías de autofinanciamiento. Esto refuerza aún más la necesidad de poder financiar y promover estas iniciativas.

A pesar de esto, dentro de las principales líneas de CORFO acusan que, por ejemplo, en el programa Capital Semilla (CORFO, 2019) de un total de 608 proyectos aprobados, 175 proyectos corresponden a proyectos liderados por mujeres lo que representa un 28.8% de participación. De acuerdo a lo reportado por el Ministerio de Economía (2019) la principal razón de las mujeres para no capacitarse es “no saber dónde acudir” (32,1% de las mujeres, 28,6 % de hombres) y “no hay un curso adecuado a sus necesidades” (12% de las mujeres y 14,7 % de hombres).

(2) Presencia de servicios ADE centrados en las mujeres

Tanto a nivel público como privado, **se advierten apoyos no financieros para mujeres**, con emprendimientos de distintos tamaños, pero últimamente más centrados en la potenciación de

emprendimientos dinámicos. A la hora de contar con programas con una perspectiva de género, se evidencia que son los privados quienes toman la delantera.

El siguiente Cuadro sintetiza programas y servicios ADE diseñados específicamente para mujeres empresarias (el detalle de cada programa ADE está en el Anexo).

Tabla 10. Apoyos para el desarrollo empresarial para EPM.

Institución y programa	Tipo	Etapas del ciclo	Beneficiarias
Formulación de planes de negocios y acceso financiamiento SERCOTEC	Capacitación en gestión empresarial	Empresa naciente	Microemprendedoras.
Programa The S Factory (de Start-up Chile) CORFO	Incubación, orientación y asesoramiento	Empresa naciente Tech	Emprendimientos emergentes (máximo de 12 meses) liderados por personas que se identifiquen con el género femenino.
Formación y Capacitación para Mujeres Campesinas INDAP	Orientación y asesoramiento	Empresas nacientes	Potenciales micro emprendedoras de sector rural en Chile.
Programa Mujer Emprende- Ministerio de la Mujer y Equidad de Género	Orientación y asesoramiento	Empresas nacientes (micro)	Potenciales micro emprendedoras de los quintiles I al IV en Chile.
Mujeres, Asociatividad y Emprendimiento- Ministerio de la Mujer	Orientación y asesoramiento	Empresas nacientes (micro)	Mujeres con potenciales emprendimientos de escasos recursos.
Programa +Capaz a la Mujer Emprendedora - SENCE	Orientación y asesoramiento	Empresas nacientes (micro)	Mujeres con potenciales emprendimientos de escasos recursos.
Mujer Emprende - SENCE	Orientación y asesoramiento	Empresas nacientes (micro)	Mujeres con potenciales emprendimientos de escasos recursos.
Crece Mujer – Banco Estado	Acceso a redes	Emprendimientos nacientes, nuevos y establecidos	Mujeres emprendedoras de distintos niveles. La plataforma es gratuita y no cuenta con requisitos de inscripción.
Mujer Exporta - DIRECON	Capacitación en gestión empresarial	Empresas nuevas o establecidas de mujeres	Mujeres emprendedoras de distintos niveles.
Aceleradora de Negocios – Mujeres Empresarias	Asesoría y tutoría y redes	Emprendimientos nacientes y nuevos	Mujeres empresarias y emprendedoras (MIPYME) que cumplan con los requisitos específicos de la organización.
Programa de Mentoría – Asesoría	Asesoría y tutoría	Emprendimientos nacientes y nuevos	Mujeres empresarias y emprendedoras (MIPYME) que cumplan con los

ME - Mujeres Empresarias			requisitos específicos de la organización.
Mentoría para emprendedoras – Comunidad Mujer	Mentoría	Emprendimientos nacientes	Dirigida a mujeres que quieran potenciar su liderazgo personal, desarrollo de carrera profesional, emprendimiento y formación de redes.

En términos específicos estos programas con perspectiva de género cuentan con una flexibilidad en la programación de los servicios (subsido de movilización y cuidados hijos/as), emplean a mujeres como asesoras, capacitadoras y consejeras. Respecto a adaptar sus criterios de elegibilidad se observa poca evidencia. Sólo en el caso de mujeres emprendedoras que sostienen no ver en estos programas líneas estratégicas que tomen las dificultades que viven las mujeres para emprender.

En esa misma línea, como se observa en “perfil de mujeres emprendedoras en Chile” en el caso de mujeres emprendedoras se suman mayores dificultades al desarrollo de sus empresas tales como la conciliación vida laboral y privada, o bien, la existencia de ciertos sesgos implícitos respecto a su desempeño como empresaria por parte del mundo empresarial-laboral en general.

A ojos de las personas consultadas y la revisión documental realizada, dichos servicios no parecen tomar en consideración —completamente— las necesidades particulares que viven las mujeres en el mundo del emprendimiento, que se formalicen a través de programas con un enfoque de género y que contribuya a la disminución de las brechas de género en los emprendimientos del país. La siguiente cita es de una de las consultadas relativa a una organización no gubernamental:

“El modelo del emprendedor es un modelo masculino y como de un hombre como que hace más como doble clic con ese como estereotipo, claro es un hombre que es casado, donde hay otra persona que se hace cargo de todo aquello que lo desconcentraría del negocio, que tienes redes de contactos, que tiene como una más o menos espalda económica o al menos acceso a un financiamiento. Cuando tu impones ese modelo como de funcionamiento a una mujer que tienen entre veinte y cincuenta año, que tiene por lo menos uno o tres hijos, con menos de cinco años, donde no hay otra persona que asuma las responsabilidades de las tareas de cuidado y crianza mientras estas trabajando, o sea hay demasiadas brechas como de la posición social que ocupa esta mujer determinada, respecto de este como sujeto neutral para el cual el emprendimiento estuvo pensado. Creo que lo complicado que tiene insistir en ese modelo cuando no estás trabajando con esa persona en el fondo, es que por un lado se desconoce su realidad” (Mujer, apoyo no financiero).

A partir de los datos levantados, podemos observar que **las necesidades y problemáticas de las mujeres emprendedoras no están del todo coordinadas con lo que ofrece el ecosistema empresarial chileno** para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa. Desde la perspectiva cualitativa, se observó que la situación desde la óptica de las personas consultadas, habla de que falta que los apoyos y programas sean capaces de conocer, integrar y permear la realidad cotidiana de las emprendedoras. Desde esta perspectiva, se estableció que las mujeres no se sienten llamadas a participar de diversas plataformas de apoyo empresarial.

Estas apreciaciones tienen un certero correlato en la fase cuantitativa, considerando que, como se observa en el Gráfico 7, existe **poca adherencia a membresías y capacitaciones** (un 64% declara no participar en ninguna). Entre las que declaran estar asociadas es mayormente en asociación de mujeres empresarias.

En términos generales, se observa una baja participación en programas de apoyo empresarial femenino, en tanto un 61% declara **no haber participado en programas** de apoyo empresarial femenino.

Gráfico 7: Membresías y participación en apoyos empresariales

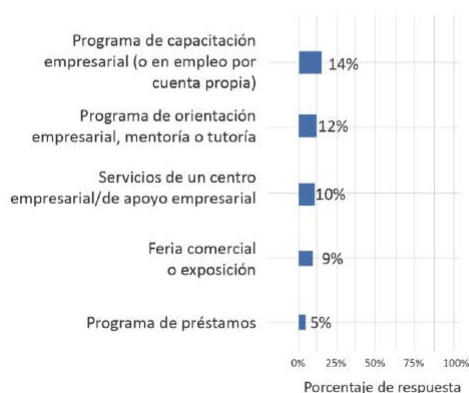
¿Es Ud. Miembro de alguna de estas organizaciones relacionadas con gremios empresariales?

% menciones



¿Ha participado alguna vez en alguno de estos programas de apoyo empresarial femenino?

% menciones



Encuesta WED 2019, DESUC

Ahora, si bien encuentran que existe un alto desarrollo a la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile, consideran que muchos de estos apoyos están **mal implementados**, al no ver las necesidades de las mujeres para mantener sus empresas (como los descritos en “perfil de mujeres emprendedoras”). Y se une a ello, el no considerar otros pormenores de todo emprendedor en general:

*“Son fondos para partir y te ponen unas metas de ventas que son bajas porque te hablan de escalamiento “el escalamiento, y las empresas femeninas no escalan” el apoyo a la mujer es con fondos para 3 millones de pesos, entonces en verdad está bien para partir, pero no para cuando tú quieres escalar. **Ninguno de los programas de escalamiento tiene diferencia de género, ninguno, ninguno solo.** De hecho, siento que son hasta castigadores porque te exigen 100% de tiempo, te exigen responsabilidad; exigen un montón de cosas que no hay separación entre hombre y mujer y a mí me parece de verdad una falta de respeto para las mujeres hoy día, principalmente a las mujeres que tienen hijos y viven solas (Mesa 5 – Pequeña empresaria).*

En esa misma línea, respecto a políticas con sensibilidad de género, las mujeres observan programas exclusivos para mujeres o donde ellas son prioritarias, pero no ven hay nada en el ecosistema que les permita ingresar a programas y políticas de buena forma y atingente a sus necesidades. Dentro de las principales dificultades que observan las consultadas, refiere un ecosistema empresarial (y en particular un sistema de apoyos) que **no consideran del todo las características propias de una empresa liderada por mujeres y de las mujeres emprendedoras**. Las participantes no ven diferencias en la implementación en los planes de apoyos exclusivos para mujeres, es más en algunas ocasiones ven que

se “les carga la mano” a las mujeres en dichos apoyos al priorizar más su presencia en todas las etapas de la empresa y 100% de dedicación:

“Lo único que se cubre en un programa para mujeres emprendedoras es que aceptan a mujeres emprendedoras, nada más. Entonces, es un programa que no piensa en las necesidades de la mujer, especialmente cuando son mamás o cuando tienen otros trabajos (Mesa 5).

Tomando en consideración el estado de todas las subcondiciones mencionadas (a partir de la información recopilada durante la revisión documental, entrevistas con informantes clave, y discusiones de grupos focales con mujeres emprendedoras) **es que podemos evaluar esta condición marco 4 de la siguiente manera:**

En el caso de la subcondición 4: **Acceso de las mujeres a los servicios ADE tradicionales, la puntuación es de (2).** Aunque aún no hay evidencia exacta de datos segregados por sexo sobre la proporción de mujeres entre los clientes de la mayoría de los servicios ADE genéricos, esta parece ser una estimación razonable basada en la evidencia recopilada durante la evaluación del WED. Si bien se evidencia una alta proporción de emprendedoras en capacitaciones por sobre los hombres (de acuerdo a encuesta EME, 2019), si se observa el caso de los programas tradicionales, la proporción de mujeres beneficiarias es considerablemente menor a la de beneficiarios hombres (para el caso de programas CORFO donde se observa evidencia).

En esa misma línea, se evidencia la necesidad de documentar y reportar datos desglosados por sexo sobre los clientes y beneficiarios de estos servicios, de lo cual poca documentación existe de fácil acceso.

En consideración de la segunda subcondición: **Los servicios ADE tradicionales responden a las necesidades de las mujeres empresarias, considera una puntuación de (3).**

Dicha evaluación sopesa las barreras y fortalezas de los servicios ADE tradicionales. Pues, por un lado, muchos de los proveedores ADE NO se muestran conscientes de las barreras que tienen las mujeres para emprender y aun en menor medida incorporan una perspectiva de género en sus lineamientos, tomando un enfoque de pregunta ante la baja convocatoria de mujeres, pero sin acciones concretas en esa línea. Es más, las mujeres encuestas se muestran altamente insatisfechas con los servicios ADE tradicionales sobre todo en etapas posteriores de crecimiento donde ven muchas barreras de acceso para ingresar a estos programas.

Finalmente, para el caso de la tercera subcondición: presencia de servicios ADE centrados en las mujeres, la declaración (3,5) es la más adecuada. Esto porque se encuentra en el medio de ambos indicadores.

Existen variados programas ADE para mujeres emprendedoras en Chile, con una amplia gama de ofertas estatales y no estatales. Sin embargo, estos suelen concentrarse en etapas tempranas del emprendimiento y en emprendimientos nacientes de mujeres, a pesar de existir programas CORFO

concentrados en emprendimientos dinámicos liderados por mujeres. Tal como concuerdan las mujeres encuestadas, luego de algunos años y en el caso de emprendimientos dinámicos ya establecidos los servicios ADE para mujeres son relativamente ausentes.

No se tiene información respecto del alcance de estos programas en otras regiones del país fuera de la Región Metropolitana.

Para mejorar la disponibilidad y accesibilidad de los servicios ADE para las mujeres emprendedoras en áreas regionales, los proveedores de ADE deberían aumentar su alcance y promover sus servicios en las zonas marginadas y ofrecer servicios que respondan a las necesidades específicas de las mujeres. Así como promover programas de crecimiento y mejora de capacidades PYME con foco en una alta escalabilidad.

Indicadores y calificación para la condición marco 4 de WED. Acceso a servicios ADE con perspectiva de género

A. Acceso de las mujeres a los servicios ADE tradicionales

<i>Indicador (elija el más relevante)</i>	<i>Puntuación (1 to 5)</i>
Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE es inferior al 25% de su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como <i>proxy</i> de sus tasas de propiedad empresarial).	1
Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE es al menos el 25% de su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como <i>proxy</i> de sus tasas de propiedad empresarial).	2
Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE es al menos el 50% de su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como <i>proxy</i> de sus tasas de propiedad empresarial).	3
Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE es al menos el 75% de su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como <i>proxy</i> de sus tasas de propiedad empresarial).	4
Se estima que la proporción de mujeres empresarias entre los clientes/beneficiarios de ADE está a la par o es mayor que su proporción de propietarios de empresas (o de los trabajadores por cuenta propia como <i>proxy</i> de sus tasas de propiedad empresarial).	5

B. Los servicios ADE tradicionales responden a las necesidades de las mujeres empresarias.

<i>Indicador (elija el más relevante)</i>	<i>Puntuación (1 to 5)</i>
Enfoque pasivo de la mayoría de los proveedores de ADE: pocas mujeres empresarias participan en programas/servicios tradicionales	1
Los proveedores de ADE empiezan a ser conscientes de la baja aceptación de los servicios por parte de las mujeres y a preguntarse por las razones de esto	2
Existen iniciativas en marcha para incorporar la perspectiva de género en las organizaciones de ADE y crear mayor conciencia entre las mujeres empresarias sobre sus servicios, incluyendo redes de mujeres empresarias y el uso de TIC.	3
Los proveedores de ADE han modificado los servicios/ofertas de ADE existentes para responder a las necesidades de las mujeres empresarias (por ejemplo, enfoque, programación, uso de asesoras/consejeras/capacitadoras, uso de las TIC para ampliar su alcance) y promueven activamente sus servicios a potenciales mujeres empresarias y EPM existentes.	4

Los servicios ADE tradicionales son percibidos como amigables con las mujeres; las mujeres empresarias tienen la misma probabilidad que los hombres empresarios de hacer uso de todo tipo de servicios ADE.	5
C. Presencia de servicios ADE centrados en las mujeres	
No existen servicios/programas ADE dirigidos específicamente a las mujeres en este momento, pero cada vez se reconoce más la necesidad de llegar a las mujeres con un ADE con mayor capacidad de respuesta.	1
Existen servicios/programas aislados de ADE dirigidos a mujeres, pero con una oferta limitada de servicios y un alcance muy local.	2
Existe una serie de programas ADE dirigidos a mujeres, pero se centran en una gama de ofertas limitada (por ejemplo, capacitación en trabajo por cuenta propia para mujeres; ADE para microempresas propiedad de mujeres) y no son accesibles en todo el país.	3
Existen varios programas ADE centrados en las mujeres; además de satisfacer las necesidades de capacitación y desarrollo de las microempresas, también se orientan a las mujeres en empresas en crecimiento y a la mejora y desarrollo de capacidades de PYME propiedad de mujeres; estos servicios ADE son accesibles para las mujeres en la mayoría de las regiones del país.	4
Existe un sistema nacional organizado de apoyo empresarial para mujeres empresarias (por ejemplo, un mostrador para mujeres en los organismos gubernamentales de MIPYME; centros empresariales para mujeres o centros de recursos empresariales; programas de capacitación empresarial para mujeres, etc.), incluyendo el acceso de mujeres empresarias a través de las TIC.	5
Puntaje total	3

N° 5. Acceso a mercados y tecnología

Esta sección se centra en la evaluación del estado del acceso a mercados y tecnologías por parte de mujeres empresarias en Chile hemos tomado en consideración las siguientes sub-condiciones para su identificación:

- Promoción de exportaciones para mujeres empresarias
- Programas de contratación pública dirigidos activamente a las empresas propiedad de mujeres
- Acceso a las TIC y la tecnología de las mujeres emprendedoras.

Dicha su consecución, la evaluación se basa en la información recopilada durante la revisión documental, entrevistas con informantes clave, y discusiones de grupos focales con mujeres emprendedoras.

(1) Promoción de exportaciones para mujeres empresarias

De acuerdo a lo reportado por Direcon y Prochile (2019) Chile ha desarrollado en términos generales, una política de apertura comercial fructífera. Con más de 26 acuerdos comerciales vigentes en 64 economías alrededor del mundo. Ahora bien, respecto al impacto de esta apertura comercial en empresas de propiedad de mujeres, según la Segunda Radiografía a la Participación de las Mujeres en las Exportaciones Chilenas (2018), solo el 4,2% de las empresas chilenas que registraron exportaciones en 2017 son lideradas por mujeres, las cuales representaron el 1,5% del valor total exportado por el país. Esto muestra una evidente subrepresentación de las mujeres en el comercio internacional.

Desde la vereda de las propias mujeres empresarias y de acuerdo a una encuesta realizada por Direcon (Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales) y PRO Chile (Dirección de Promoción de Exportaciones) durante el año 2019, el 57% de las encuestadas considera que las mujeres no poseen las mismas oportunidades que los hombres para desarrollar sus negocios y el 42% de las encuestadas considera que no existe suficiente apoyo público para que las empresas lideradas por mujeres puedan ingresar al mercado internacional. Esto concuerda con el Reporte Global de Brechas de Género del Foro Económico Mundial (2019) señala que la instancia donde más se aprecian las inequidades de género en Chile es en las oportunidades y participación económica, donde el país ocupa la posición 120 de 149 países. Esto refuerza un ecosistema hacia la internacionalización de las empresas que suele estar en desventaja hacia las mujeres.

En esa misma línea, las mujeres encuestadas por Direcon-PROChile (2019) muestran que cerca de la mitad de ellas no cuenta con una red de apoyo necesaria para exportar. Desagregando los resultados por las mujeres que han exportado y cuáles no lo han hecho, se aprecia que quienes no han exportado reportan en una mayor proporción no contar con una red de apoyo necesario. A su vez, se destaca que el 37% de quienes declararon exportar señalan que no cuentan con una red de apoyo para exportar. Se muestra preocupante el hecho que de las 315 encuestadas por Direcon y PROChile, 130 mujeres se han sentido discriminadas en al menos una instancia del proceso de internacionalización, particularmente, en la negociación con proveedores/as locales. Esto revela aún las barreras y limitaciones que tienen las mujeres empresarias para exportar. Ante este panorama, la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales en Chile, desde el año 2016 ha impulsado la inclusión de la perspectiva de género en su

quehacer institucional, como en las negociaciones comerciales mediante capítulos específicos para abordar la temática.

En esa línea, la Direcon y PROChile han generado una serie de iniciativas para promover la participación de las mujeres en el comercio internacional como también instauran las temáticas de género en la agenda de toda la organización (Direcon, 2020):

- En 2016, firma junto a Uruguay por primera vez en un Acuerdo de Libre Comercio un capítulo de género y comercio, para luego incluirlo en la modernización con Canadá y en los acuerdos suscritos con Argentina y Brasil.
- Ha promovido e incluido temas de género en TPP11 y en foros e instancias de integración multilateral como APEC y Alianza del Pacífico.
- Programas específicos para empresas lideradas por mujeres como lo es “Mujer Exporta”.

En particular, el **programa Mujer Exporta** es una iniciativa creada en el año 2016 encargado de potenciar la participación de empresarias en el mercado internacional. El programa ha beneficiado directamente a 1.087 mujeres empresarias en 2018, en distintas actividades de desarrollo de capacidad exportadora.

El programa está dirigido a empresas que tengan a mujeres como propietarias únicas, con algún grado de propiedad o con mujeres en cargos de liderazgo, el programa cuenta con capacitaciones en materia de exportación, actividades de promoción y formación. Específicamente, ProChile entrega instrumentos concretos a las empresarias para potenciar su participación en el comercio exterior y abrir puertas en otros mercados, mediante la promoción de las exportaciones, ya sea ferias internacionales, misiones comerciales, ruedas de negocios y la posibilidad de negociar directamente con compradores extranjeros (libro).

Dentro de las principales dificultades reportadas por Direcon y PROChile (2019) para exportar en el caso de las mujeres, destaca las relacionadas con falta de información. El desconocimiento de los requisitos legales, regulatorios y/o logísticos asoman como el primer obstáculo para exportar declarado por las mujeres, seguido de cerca por la falta de información de mercado y dificultad para conseguir socios/as comerciales. La evidencia internacional señala que estas barreras que enfrentan las mujeres se deben a las dificultades que tienen para acceder a las redes de contactos empresariales, que están altamente masculinizadas (OECD, 2017).

Desde el punto de vista de los informantes entrevistados, en general centran sus expectativas sobre las empresas propiedad de mujeres en emprendimientos tradicionales o bien dinámicos, pero sin un acento específico en el problema de la internacionalización de las empresas de mujeres.

En el caso de las mujeres encuestadas durante el año 2019, sólo el 3% del total de encuestadas señala vender en mercados internacionales (ver siguiente Gráfico). A pesar de esta mala noticia, muchas de las mujeres empresarias participantes de las mesas de trabajo realizadas, dan cuenta de una nueva posibilidad de acceder a mercados internacionales a través del comercio electrónico, posibilitado por el contexto de emergencia sanitaria de este año. Específicamente, quienes ya tenían empresas ligadas a la tecnología, han

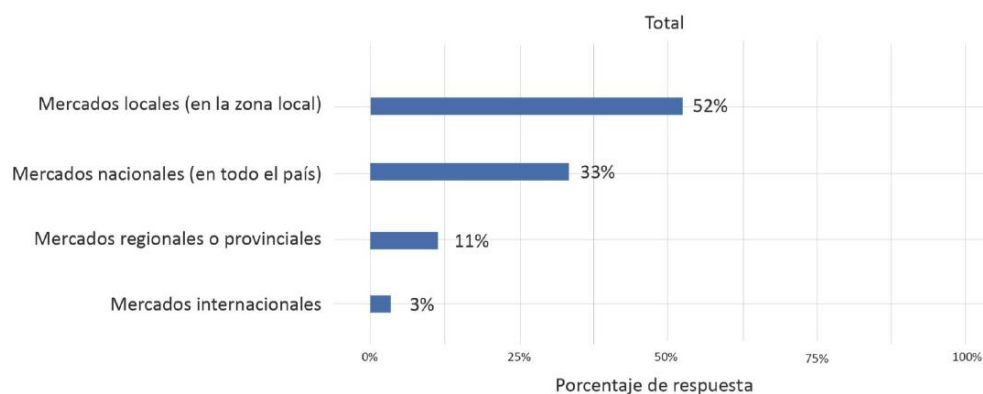
podido aprovechar la oportunidad para crecer, e incluso internacionalizarse, aspecto que no tenían contemplado previo al contexto sanitario:

“Este año para nosotros la pandemia fue la tremenda oportunidad porque empezó todo el tema de la telemedicina a salir a flote, y como que ahí las colegas empezaron a preguntarnos, ¿oye y cómo haces esto? Cuando nunca nadie nos inflaba” (Mesa 5 – pequeña empresa)

En consonancia con esto, algunos autores refieren que el desarrollo del comercio electrónico puede ser un apoyo para la internacionalización de las empresas de mujeres, ya que las empresas que venden a través de internet exportan más y a más mercados que las empresas no en línea (Suominen, 2017 en Direcon-PROChile, 2019). No obstante, para que las mujeres sean capaces de sacar provecho del comercio digital es necesario trabajar en superar las brechas existentes en temas de acceso y uso de tecnologías que veremos en la siguiente sección.

Gráfico 8. Mercado de venta de productos principales.

¿En qué mercados vende la mayoría de sus productos/servicios?



Encuesta WED 2019, DESUC

(2) Programas de compras gubernamentales dirigidos activamente a empresas propiedad de mujeres

Para el caso de los esfuerzos realizados en Chile para incentivar las compras gubernamentales en empresas propiedad de mujeres, se destaca a nivel nacional la iniciativa **“Sello Empresa Mujer” del servicio de Chile Compra** (Dirección de Compras y Contratación Pública del Estado de Chile).

De acuerdo a lo reportado por libro, en el mercado público chileno no existe el sistema de cuota de participación, sin embargo, desde el año 2015, ChileCompra desarrolla un plan de acción para que las mujeres logren el mismo acceso que los hombres en los negocios con el Estado.

Esta iniciativa tiene por objetivo identificar las empresas lideradas por mujeres y abordar las brechas específicas y facilitar su inclusión como proveedoras en el mercado público. De esta forma, los compradores públicos pueden incluir ChileCompra - Sello Empresa Mujer como criterio de evaluación en sus bases de licitación. En noviembre de 2017, obtuvieron esta certificación más de 345 empresas.

A nivel de sus resultados, desde el 2013 han aumentado un 25% las transacciones de las mujeres empresarias en las licitaciones públicas gracias a ChileCompra-Sello Empresa Mujer creado por un organismo público-privado coordinado con el Ministerio de Economía.

A pesar de sólo ser una iniciativa chilena en esta línea, ha permitido disminuir en alguna medida, las brechas de compras y acceso a negocios entre el Estado y empresas lideradas por mujeres.

Cabe señalar, que no se encontró información sobre iniciativas para vincular a las empresas propiedad de mujeres y cadenas de suministros de grandes empresas. A pesar de ello, no podemos asegurar su nula actividad en Chile.

(3) Acceso de las mujeres empresarias a la tecnología y las TIC

Las TIC (tecnologías de la información y comunicación) representan un facilitador importante del crecimiento de la productividad, la innovación y las nuevas actividades económicas para las MIPYME propiedad de mujeres (libro WED).

Teniendo esto en consideración, es que parte de esta evaluación contiene identificar los tipos de asistencia y esfuerzos realizar para alentar y apoyar a mujeres a integrar TIC a sus empresas, iniciar negocios en sectores tecnológicos y hasta qué punto las empresarias tienen acceso y utilizan estas TIC en el desarrollo de sus empresas.

A nivel estatal, CORFO ha llevado la delantera en los últimos años en desarrollar iniciativas para mujeres que llevan a un incentivo en el desarrollo de tecnologías. Particularmente, y tal como mencionamos en la condición Marco 4: servicios ADE para mujeres, existen 4 iniciativas estatales en esta línea:

- **Capital Humano para la Innovación en Empresas de Mujeres:** Es una iniciativa de CORFO que colabora en contribuir al fortalecimiento de capacidades en I+D+i en las empresas de mujeres, a través de la inserción de profesionales altamente calificados con la finalidad de aumentar la productividad y competitividad de dichas empresas.
- **Voucher de Innovación Mujeres:** Es una iniciativa de CORFO para mujeres con PYMEs que buscan desarrollar soluciones innovadoras a desafíos de productividad y/o competitividad y permite vincularse con proveedores de conocimiento como Universidades, Centros de Investigación u otros especializados.
- **The S Factory:** Programa de pre-aceleración para startup en etapa temprana En términos específicos, este programa permite un acompañamiento –entrenamiento- para generar habilidades de liderazgo y técnicas relacionadas con el desarrollo de negocios tecnológicos de alto potencial global.
- **InspiraTec Premio a mujeres en ciencia y tecnología:** Es una iniciativa de la subsecretaría de economía, y la Subsecretaría de Ciencia, que permite premiar a mujeres en la industria de la tecnología y el sector científico. El premio busca destacar a mujeres que lideren emprendimientos que estén creando productos o servicios innovadores o generando cambios significativos en los mercados a través de dos categorías: Emprendedora tecnológica y Emprendedora científica.

Ahora, desde la vereda de las mujeres encuestadas, cerca del 31% de ellas declara haber asistido a alguna capacitación de TICs versus una capacitación genérica en otro tema. A simple vista, si se lee esto en

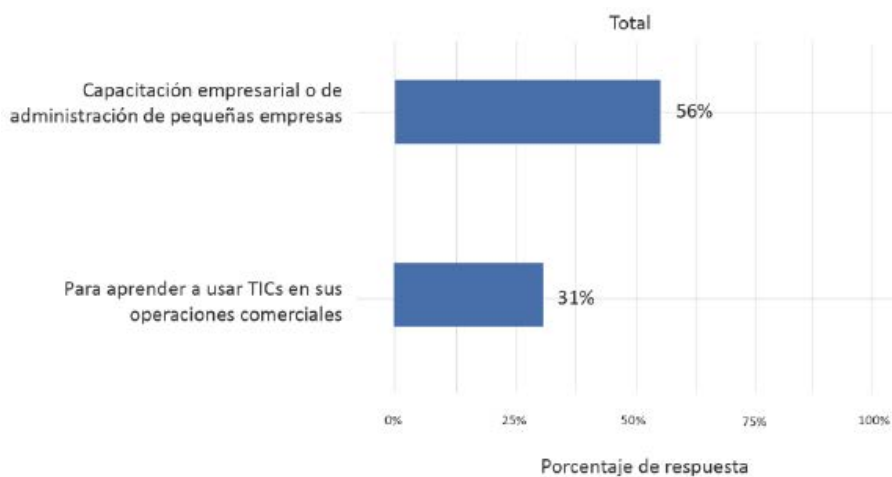
conjunto con el siguiente Gráfico, se puede apreciar que la digitalización y uso de TICs puede ser algo que las encuestas perciben dominar.

Sin embargo, las opiniones vertidas en los grupos focales dicen lo contrario. Si bien, las mujeres tienen la necesidad de aprender específicamente tecnologías de la información y procesos de digitalización para sus empresas (y es ahí donde se sientan en mayores desventajas que empresas de hombres), las mujeres entrevistadas e informantes claves sostienen que las capacitaciones para mujeres en esta temática suelen ser muy generales (p.e hacer una página web) y no atienden a necesidades de empresas de mujeres dinámicas, pero con mayor necesidad de crecer en esta área:

“Yo pienso que a lo mejor debería haber más apoyo en toda la parte, informático. Necesitamos, por otra parte, las mujeres que estamos trabajando, tecnología mucho apoyo externo en tecnología, porque no lo manejamos, entonces es muy difícil emprender en ese sentido. Por nuestra parte hemos encontrado mucho más apoyo en el sistema privado que en el estatal (Mesa 5 – pequeña empresa).

“Creo que de a poco ha habido programas que están avanzando hacia ello, pero todavía no es una oferta institucional como global como de un pack gigante que se les entrega de digitalización, como el saber qué es digitalización hasta ser un emprendimiento digitalizado.” (Hombre, Organismo Gubernamental).

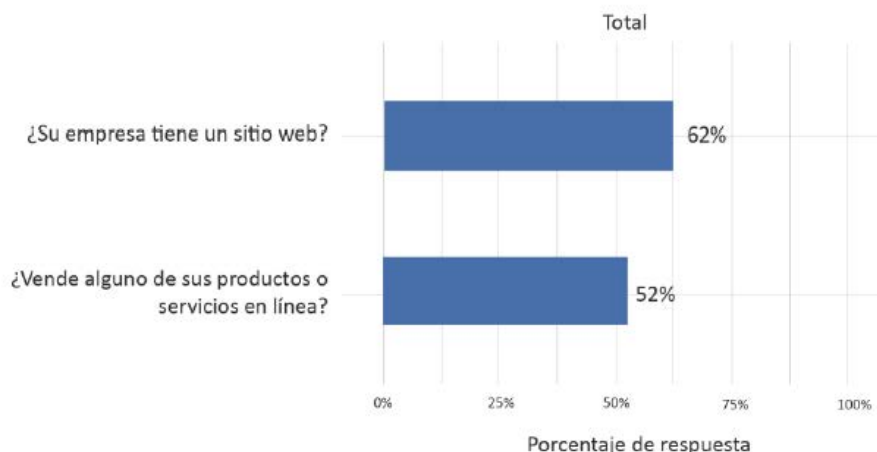
Gráfico 9: Participación en capacitaciones



Encuesta WED 2019, DESUC

Gráfico 10. Grado de digitalización de la empresa

Grado de digitalización empresa



Encuesta WED 2019, DESUC

Tomando en consideración el estado de todas las subcondiciones mencionadas (a partir de la información recopilada durante la revisión documental, entrevistas con informantes clave, y discusiones de grupos focales con mujeres emprendedoras) **es que podemos evaluar esta condición marco 5 de la siguiente manera:**

En el caso de la subcondición 5: Promoción de exportaciones para mujeres empresarias, cuenta con el indicador **(4)**. Pues si bien existe efectivamente un programa de promoción de exportaciones para mujeres empresarias de tipo estatal (Mujer Exporta) en Chile, este no cuenta con un carácter integral. El programa, así como otras iniciativas de Direcon y PROChile buscan activamente la participación de mujeres en talles y ferias comerciales, con la inclusión de una perspectiva de género en TCL y otros convenios a nivel internacional. Sin embargo, esto no se traduce en una gran convocatoria, con resultados en el aumento de exportaciones de mujeres aun débiles.

Los servicios para la promoción de exportación de empresas de mujeres siguen siendo limitados. Y la mayoría de mujeres emprendedoras están vendiendo sus productos en los mercados locales, sin el apoyo adecuado para mejorar su calidad y cumplir con los requisitos mercados internacionales, donde el comercio electrónico se ve como una opción más beneficiable para las mujeres.

Respecto a la segunda subcondición: **Programas de compras gubernamentales dirigidos activamente a las empresas de mujeres, cuenta con el indicador (4)** como el más acertado. Pues efectivamente el programa “Sello mujer” de Chile Compra permite que las empresas lideradas por mujeres tengan una asignación o sello especial en el caso de compras gubernamentales. A pesar de

esto, no se conocen los resultados efectivos de esta iniciativa, más allá del buen visto de las mujeres emprendedoras quienes ven con buenos ojos esta iniciativa para sus empresas.

Para el caso de la tercera subcondición: **Cadenas de suministro y vínculos que integran las empresas propiedad de mujeres.** El indicador queda como **no aplicable**, pues no se evidencian información sobre iniciativas de la cadena de suministro que busque específicamente la integración de las mujeres emprendedoras en Chile. No obstante, hipotetizamos que la no evidencia de ello, puede conllevar la inexistencia de estas iniciativas.

Para el caso de la última subcondición: **Acceso de las mujeres empresarias a la tecnología y las TIC, el indicador logrado es (3):** *“existen iniciativas para acercar a las mujeres empresarias a las innovaciones tecnológicas y a las oportunidades para el desarrollo de negocios en sectores con base tecnológica”*.

Se identifican esfuerzos específicos de asesoramiento para mujeres a través de programas estatales y aceleradoras/incubadoras tales como The S factory, MCapital y otros, que promueven el uso de tecnologías esfuerzo para mejorar las habilidades de alfabetización digital superan con creces el nivel inicial. A pesar de ello, las mujeres consultadas aún sostienen no existir capacitaciones de digitalización avanzada, pues se quedan en niveles iniciales y medios. Esto no permite que emprendimientos dinámicos y tradicionales de mujeres se expandan en términos del uso de TIC para su crecimiento. Asimismo, son estas mismas iniciativas las que no adecuan sus criterios de acceso a las particularidades de mujeres emprendedoras, por lo que se observa que aún quedan desafíos por acceder a las TIC y su uso en empresas lideradas por mujeres.

Generalmente la promoción de las tecnologías para mujeres emprendedoras se supedita a este tipo de programas para mujeres y no se evidencia esta promoción en otras estrategias generales PYME con incentivo para mujeres.

Indicadores y calificación para la condición marco 5 de WED. Acceso a mercados y tecnología	
A. Promoción de exportaciones para mujeres empresarias	
Indicador	Puntuación
No existen programas dirigidos a la promoción o desarrollo de exportaciones para EPM, y hay pocas EPM involucradas en actividades de exportación.	1
Existen algunos esfuerzos limitados para promover oportunidades de exportación para EPM a través de la difusión de información, pero por lo general no están representadas en misiones comerciales patrocinadas por el gobierno o en programas de capacitación para la exportación.	2
Las organizaciones realizan esfuerzos activos para incluir a las EPM en seminario y talleres de orientación para la exportación; las EPM participan en grado mínimo en las misiones/ferias comerciales auspiciadas por el gobierno.	3
Existen esfuerzos concertados para promover oportunidades de exportación a para las EPM, los cuales buscan activamente su participación en misiones/ferias comerciales auspiciadas por el gobierno, y esfuerzos iniciales para asegurar que las EPM estén incluidas en los programas de	4

preparación para la exportación y de desarrollo de capacidades para mejorar la calidad de sus productos y sus habilidades de comercialización.	
Existe un programa nacional de “promoción de exportaciones para mujeres empresarias” de carácter integral.	5
B. Programas de compras gubernamentales dirigidos activamente a las empresas de mujeres.	
La información sobre oportunidades de contratación pública se encuentra disponible, pero no hay esfuerzos específicos para garantizar que las EPM estén informadas o para llegar a ellas	1
Se realizan esfuerzos especiales para difundir información sobre oportunidades de contratación pública a posibles proveedoras, por ejemplo, a través de redes de mujeres empresarias y mecanismos en línea.	2
Además de los esfuerzos generales de promoción, se ofrecen a las mujeres empresarias talleres sobre cómo acceder a las oportunidades de contratación pública	3
Se realizan talleres de orientación, y además se ofrecen programas para desarrollar la capacidad de las empresas de mujeres a fin de que cumplan con los requisitos para competir por contratos de contratación pública.	4
Existen programas innovadores de compras gubernamentales dirigidos a mujeres empresarias, por ejemplo, mediante la asignación de un cierto porcentaje del valor de los contratos de compra a las empresas propiedad de mujeres.	5
C. Cadenas de suministro y vínculos que integran las empresas propiedad de mujeres.	
No existen iniciativas de la cadena de suministro que busquen específicamente la integración de las EPM	1
Existen algunas iniciativas para integrar las EPM en las cadenas de suministro, pero por lo general no se informa a las mujeres sobre ellas ni se les destinan iniciativas para el desarrollo de capacidades.	2
Se están realizando esfuerzos promocionales para crear conciencia sobre las oportunidades de la cadena de suministro para las EPM, y se han iniciado / están en marcha actividades para desarrollar su capacidad de convertirse en proveedoras de la cadena de suministro.	3
Existen unos cuantos buenos programas de cadena de suministro / vínculos dirigidos a las empresas propiedad de mujeres, pero están limitados a uno o dos sectores y/o una o dos regiones.	4
Se están implementando iniciativas relativas a las cadenas de suministro para EPM en muchos sectores en los que las EPM son dominantes, y en diferentes partes del país.	5
D. Acceso de las mujeres empresarias a la tecnología y las TIC.	
En general, las EPM operan con tecnología rudimentaria, con un uso limitado de las TIC para el desarrollo empresarial, y no se están haciendo esfuerzos para mejorar sus conocimientos y habilidades relacionados.	1
Se están realizando esfuerzos iniciales para mejorar la competencia digital de las mujeres empresarias a través de la capacitación, y para proporcionarles asesoramiento y consejería sobre cómo actualizar su uso de la tecnología.	2
Existen iniciativas para acercar a las mujeres empresarias a las innovaciones tecnológicas y a las oportunidades para el desarrollo de negocios en sectores con base tecnológica (por ejemplo, TIC, tecnologías biomédicas, medioambientales y renovables).	3
Existen iniciativas orientadas a la inclusión de las EPM en programas de modernización y actualización tecnológica y en programas centrados en la integración de soluciones con presencia de TIC (por ejemplo, sistemas de información gerencial, comercialización en línea, comercio electrónico, etc.); se encuentra disponible acceso al financiamiento para ayudarlas a modernizar sus operaciones en estas áreas y para buscar innovaciones tecnológicas.	4
Existen subvenciones del gobierno disponibles para que las EPM puedan sufragar el costo de invertir en tecnologías nuevas y actualizadas; las EPM están haciendo uso de las TIC en muchas de sus operaciones comerciales; se alienta y apoya activamente a las mujeres empresarias para que inicien negocios en sectores de alta tecnología e innovación en la economía, incluido el sector de las TIC.	5
Puntaje total	3,6

N° 6. Representación de mujeres empresarias y participación en el diálogo sobre políticas

(1) Representación y “voz” de las mujeres en las asociaciones empresariales/sectoriales de membresía

Un estudio realizado el año 2019, da cuenta que de 1227 puestos gremiales, de diversos gremios de empresarios, tan solo 166 escaños son utilizados por mujeres, es decir, el 13,5% de los puestos (Consiglieri, 2019). Esta información ya da cuenta de una falta de representación importante, en los grupos que buscan representar los intereses de distintos tipos de empresas.

También es importante analizar la presencia de mujeres en las tomas de decisiones directamente empresariales. Para esto, se presentan algunos resultados del Ranking Mujeres en la Alta Dirección 2018, elaborado por ComunidadMujer. Este informe, que se realiza desde 2016, tiene como objetivo principal medir la actual participación femenina en la composición de los directorios y gerencias de las empresas más importantes del país. La información de mujeres en alta dirección de los directorios y gerencias de grandes empresas es útil para conocer la presencia de mujeres en la toma de decisiones, lo que puede ser un indicador de la diversidad de género del ecosistema empresarial chileno.

Este informe considera tres grupos de empresa:

- 40 empresas IPSA: empresas que componen el Índice Selectivo de Precios de Acciones de la Bolsa de Santiago (IPSA), es decir, aquellas con mayores montos transados en la Bolsa, ponderados trimestralmente y cuya capitalización bursátil supere los USD 200 MM.
- 20 empresas del Sistema de Empresas Públicas (SEP): las empresas miembros del SEP, organismo técnico del Gobierno de Chile, cuya función es representar los intereses del Estado en las empresas donde es socio, accionista o propietario.
- 8 otras Empresas Públicas (OEP): ocho empresas en donde el Estado tiene un aporte de capital igual o superior al 50%, sin embargo, no son miembros del SEP. Estas son: Banco Estado, TVN, FAMA, ENAMI, ENAP, CODELCO, ASMAR y ENAER.

En primer lugar, si solo se consideran directores/as titulares en cada grupo de empresas, la participación promedio de mujeres en directorios 2017-2018 aumentó en el grupo de OEP de un 12,6% del 2017 a un 15% el año 2018. Sin embargo, tanto para IPSA como para SEP disminuyó levemente (de 6,9% a 6,2% y de 43,6% a 42,1%, respectivamente). En la Tabla se presenta el ranking de participación femenina en directorios de empresa según empresa.

Tabla 11: Ranking de participación femenina en directorios de empresa¹⁵

Empresas IPSA			Empresas SEP			Empresas OEP		
Empresa	N mujeres	% mujeres	Empresa	N mujeres	% mujeres	Empresa	N mujeres	% mujeres
Colbún	3	33,3%	Emp. Portuaria P. Montt	1	66,7%	BancoEstado	3	42,9%
Banco Santander	2	22,2%	Emp. Portuaria Chacabuco	1	66,7%	Empresa Nacional del Petróleo (ENAP)	2	28,6%
Falabella	2	22,2%	Emp. Portuaria Austral	1	66,7%	Televisión Nacional Chile	2	28,6%
Ripley	2	22,2%	Econssa S.A.	2	60,0%	Empresa Nacional Minería (ENAMI)	2	20,0%
AES Gener	1	14,3%	Metro S.A.	4	42,9%			
IAM	1	14,3%	Polla S.A.	4	42,9%			
MASISA	1	14,3%	Emp. Portuaria Valparaíso	3	40,0%			
Oro Blanco	1	14,3%	Emp. Portuaria San Antonio	3	40,0%			
Salfacorp	1	14,3%	Emp. Portuaria Talcahuano - San Vicente	3	40,0%			
Sud. de Vapores	1	14,3%	Casa Moneda S.A.	3	40,0%			
Cencosud	1	12,5%	Correos Chile	3	40,0%			
BCI	1	11,1%	Sasipa SpA	3	40,0%			
CMPC	1	11,1%	Emp. Portuaria Arica	2	33,3%			
Security	1	11,1%	Emp. Portuaria Iquique	2	33,3%			
Sonda	1	11,1%	Emp. Portuaria Antofagasta	2	33,3%			
Andina Embot.	1	7,1%	Emp. Portuaria Puerto de Coquimbo	2	33,3%			
			Cotrisa S.A.	2	33,3%			

¹⁵ No se muestran las empresas sin presencia de mujeres

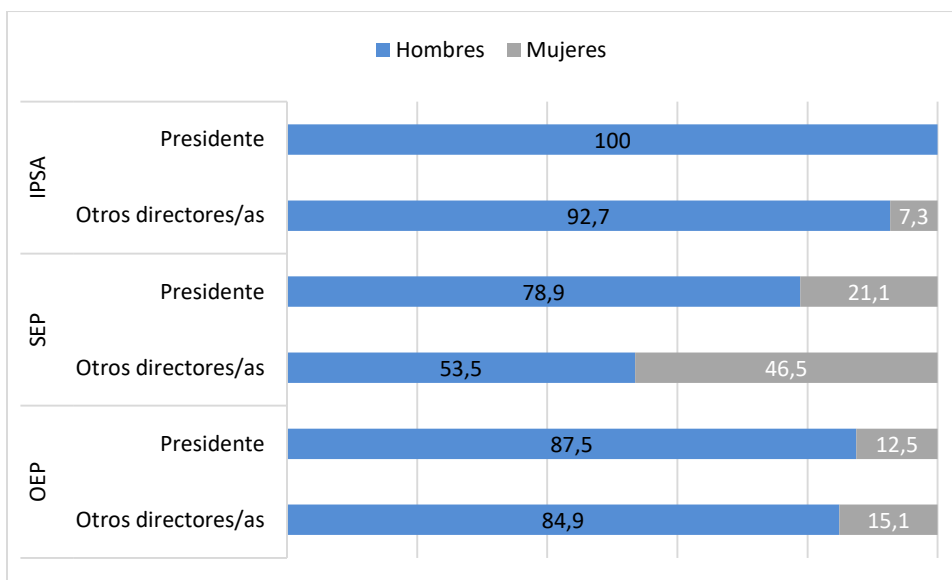
		SACOR SpA	2	33,3%	
		EFE	5	28,6%	
		Zofri S.A.	5	28,6%	
Promedio de participación	6,2%			42,1%	15%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos en informe Ranking Mujeres en la Alta Dirección 2018

Por su parte, la distribución de cargos de directorio se mantiene desigual (

Gráfico 11), en particular, en las empresas IPSA no hay ninguna mujer presidenta de directorio. Respecto a la presencia de mujeres en cargos de ejecutivas principales, las empresas SEP cuentan con una mayor participación de ejecutivas principales (16,9%), IPSA tiene un 9,2% y OEP 8%.

Gráfico 11. Distribución de cargos de directorio por sexo, según tipo de empresa¹⁶



Fuente: Elaboración propia a partir de datos en informe Ranking Mujeres en la Alta Dirección 2018

A partir de los datos levantados, podemos observar que las necesidades y problemáticas de las mujeres emprendedoras no están del todo coordinadas con lo que ofrece el ecosistema empresarial chileno para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa. Desde la perspectiva cualitativa, se observó que la situación habla de que **falta que los apoyos y programas sean capaces de conocer, integrar y permear la realidad cotidiana de las emprendedoras**. Desde esta perspectiva, se estableció que **las mujeres no se sienten llamadas a participar** de diversas plataformas de apoyo empresarial.

Estas apreciaciones tienen un certero correlato en la fase cuantitativa, considerando que, como se observa en el Gráfico 7, existe poca adherencia a membresía en organizaciones (un 64% declara no participar en

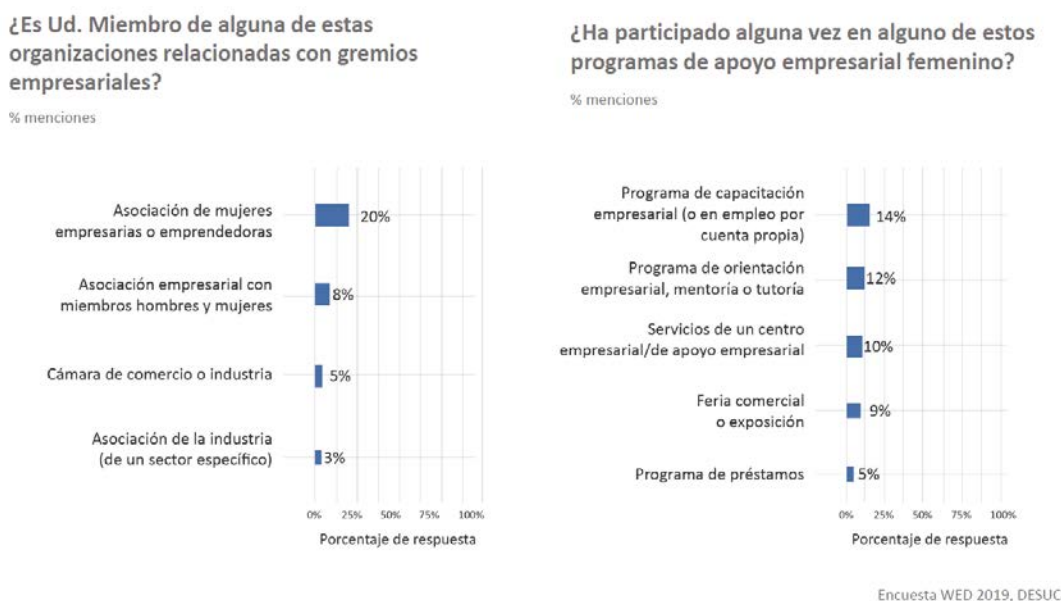
¹⁶ Sólo se consideran directores/as titulares en cada grupo de empresas. Presidentes IPSA: 40. Directores IPSA: 381. Presidentes SEP: 15. Directores SEP: 65. Presidentes OEP: 8. Directores OEP: 53.

ninguna). Entre las que declaran estar asociadas es mayormente en asociación de mujeres empresarias. Esto puede expresar la búsqueda de un espacio particular, algo que se observa en la siguiente cita.

"Hace muy bien porque en realidad se genera otra dinámica. Cuando hay mujeres es más entretenida, cuando hay hombres es muy latero encuentro yo. Pero con mujeres de repente tiran tallas y hay un momento de dispersión también, tiene que ser también" (Mujer, Asociaciones y gremios)

En términos generales, se observa una baja participación en programas de apoyo empresarial femenino, en tanto un 61% declara **no haber participado en programas** de apoyo empresarial femenino.

Gráfico 12. Membresías y participación en apoyos empresariales



Cabe preguntarse los motivos de esto, especialmente si se considera que las solicitudes generalizadas de necesidad de apoyo que surgieron tanto en la fase cualitativa como cuantitativa. Se puede conjeturar que la no participación puede deberse al desconocimiento de los programas y recursos, así como su acceso al atender al lenguaje técnico y compleja burocracia a su postulación. Esto también podría tener un correlato en el costo económico y también personal para las mujeres el asistir a capacitaciones y otras largas jornadas de asesoría no financiera, entre otras explicaciones.

Respecto a este **bajo apoyo en membresías y programas de apoyo se puede aludir a la fase cualitativa en la cual se cuestionó el enfoque de género de organizaciones o programas que se declaran exclusivos para mujeres.** De esta manera, surge una distinción relevante entre ser un programa en que el beneficiario objetivo son mujeres y ser un programa que se hace cargo de las diferencias socio-estructurales de género y cómo estas afecta la posibilidad de cada persona de emprender y desarrollar una empresa. Por esta razón, es posible que las mujeres emprendedoras y empresarias no contemplen demasiados beneficios de participar en estas instancias, en tanto estas son relativamente ciegas a las necesidades que las aquejan como empresarias mujeres. Esta idea se expresa en la siguiente cita:

*"Hay muy pocas organizaciones, nos hemos dado cuenta nosotros ahora, que tienen metodologías desarrolladas para educar y capacitar a mujeres. Hay **muchas universidades, organizaciones**, que se yo, que tienen programas para emprendimiento en general, pero **hay muy pocas que han hecho metodologías específicas para tener esa intervención con mujeres**. Y la verdad es que son bastante distintas. O sea, lo técnico, sí, el contenido puede ser similar, el tema es la manera como se entrega y los formatos deben ser distintos porque no hay una dinámica similar entre una y otra. Entonces, y sobre todo por eso, la mujer todavía está tan lejos, porque no se siente tan llamada a participar" (Mujer, Asociaciones de mujeres empresarias)*

(2) Presencia de asociaciones y redes de mujeres empresarias

Dentro de las asociaciones y redes influyentes en el ecosistema empresarial chileno en el desarrollo de espacios para mujeres, podemos destacar a:

- **Mujeres del Pacífico:** Organización internacional experta en emprendimiento femenino, que colabora en el desarrollo económico de mujeres emprendedoras y fomenta la vinculación del ecosistema de emprendimiento, mediante el desarrollo de vínculos entre organizaciones públicas y privadas, promoviendo el desarrollo de buenas prácticas en materia de género, que beneficien a la mujer emprendedora en América Latina. Realiza diversas actividades y capacitaciones, además de contribuir en conexión y redes de ecosistema y acercamiento a financiamiento.
- **Mujeres Empresarias:** Fundada el año 2001 es una organización que apoya la gestión empresarial de la mujer, liderando a las empresarias, profesionales y emprendedoras a través de una gran e innovadora red de contactos que le permite su inclusión en el mundo económico y de los negocios a través de la asistencia a eventos, capacitaciones, formación de redes y acceso a difusión en los medios.
- **Mujeres Emprendedoras:** Fundada el año 2012 para fomentar y promover el emprendimiento femenino. Brinda orientación necesaria para poder concretar los objetivos de negocio, entregando asesorías en materias tales como implementación de su emprendimiento junto a aspectos contables, legales y marketing, entre otros servicios. Además, ofrece su plataforma web como vitrina para productos o servicios de las emprendedoras y fomenta la generación de redes entre socias para formar una comunidad de mujeres que colabora mutuamente y que es apoyada por profesionales que las acompañan en su desarrollo de negocio en el tiempo.
- **ONG Emprendedoras de Chile:** Surge a partir de una comunidad virtual (Facebook) el 2011, que es establecida como ONG el 2014. Es una organización sin fines de lucro busca aumentar los emprendimientos liderados por mujeres en Chile a partir de cuatro pilares de trabajo: capacitación, unificación, apoyo e información. Así, esta ONG dicta talleres, vincula a la comunidad y concentra información útil para emprendedoras.
- **Comunidad Mujer:** Corporación privada, sin fines de lucro que desde el 2002 cuyo propósito es que las mujeres nazcan en una sociedad con iguales derechos y oportunidades. Para ello, desarrolla programas de liderazgo, capacitación y mentoría para mujeres. También, elabora propuestas basadas en estudios e investigaciones propias y acciones de incidencia

con actores políticos, sociales y empresariales. La organización aporta su visión en el ámbito público y privado en distintas instancias, y también trabaja en red con trabaja en red con la sociedad civil, la academia, la empresa, los medios de comunicación, los organismos internacionales y el sector público, entre otros.

- **Red PYME Mujer:** Primera red de empresas lideradas por mujeres de la zona sur de Chile. Otorga beneficios a empresarias y empresas y cuenta con actividades anuales como encuentros regionales y ruedas de negocios.

Con respecto al punto del diagnóstico que expone la baja adherencia a agrupaciones, las hipótesis que plantean las entrevistadas con quienes se validaron los resultados, son que en general estar en una asociación tiene un costo, que no siempre se ve correlacionado con los beneficios de pertenecer a este tipo de agrupaciones. También relevan el aporte de agrupaciones solo de mujeres, pero no lo consideran un ideal. Teniendo como ideal agrupaciones mixtas, centradas en el rubro y etapa de emprendimiento, donde haya mentores y mentoras, y las personas se traten de manera equitativa:

Yo creo que yo por ejemplo no he ido a estas membresías porque no veo los resultados, y no siento que estar solo entre mujeres nos vaya a ayudar realmente. Personalmente, mi opinión es que necesitamos una diversidad, a mí me encantaría escuchar el punto de vista de mis compañeros (...) la sociedad no es solamente hecha por mujeres, mis clientes no solamente son mamás, también hay papás. Entonces, yo personalmente no me gusta mucho unirme a las sociedades solamente cuando hay mujeres (Mesa 5 – pequeña empresa).

Ahora, en cuanto a las asociaciones y networking de mujeres hay un punto en común: las redes de mujeres son un espacio útil y validado, pero no suficiente. Hay algunas, más drásticas que no encuentran sentido a las asociaciones que incluya solo a mujeres, pues el ecosistema no está hecho solo de mujeres. Hay quienes valoran los espacios de mujeres, pero como un complemento a los espacios mixtos, de donde también pueden obtener aprendizajes.

(3) Participación de mujeres empresarias en el diálogo sobre políticas entre los sectores público y privado e influencia en los resultados

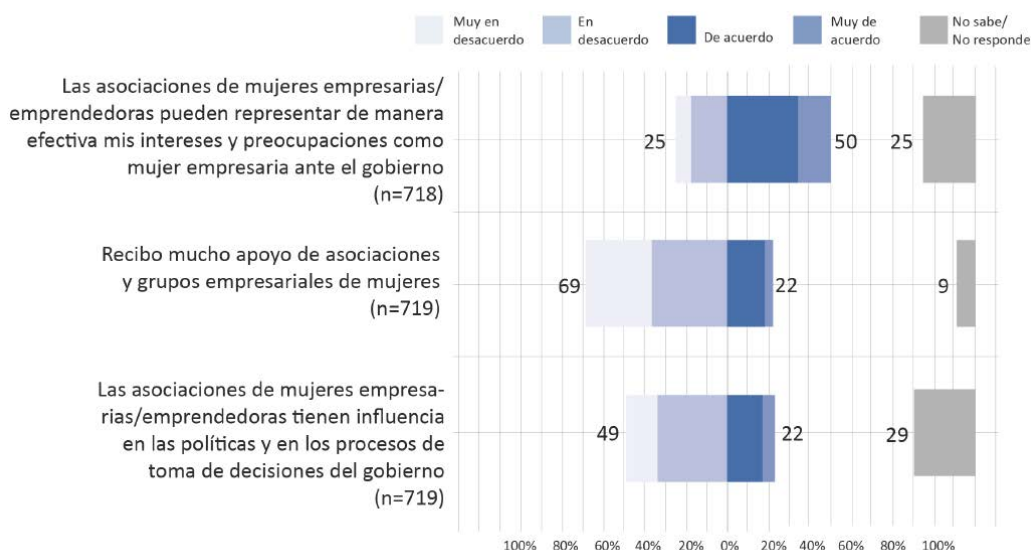
Analizando esta subcondición, se expone que mujeres empresarias han tenido la posibilidad de ser partícipes de encuentros del sector público privado, en instancias levantadas por organismos internacionales, por el estado, y por privados, las cuáles han abordado distintas temáticas: empoderamiento, buenas prácticas laborales, participación de mujeres en las empresas de minería¹⁷, y últimamente en instancias que se abordan temas sobre género y COVID-19.

A pesar de la diversidad de áreas en las que se han incorporado asociaciones de mujeres, en la encuesta realizada para etapas previas de este estudio, los enunciados que refieren a **percepción de las asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras** (Gráfico 13) develan una confianza media en su capacidad efectiva de contribuir a su quehacer empresarial. Se considera que la injerencia en las políticas y decisiones gubernamentales de las asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras es

¹⁷ Para más detalles, consultar el informe “Mapa de Iniciativas Públicas y Privadas en Chile para el acompañamientos y Apoyo a Empresas en Política para la Igualdad de Género” (WinWin, 2020)

limitada (49% de desacuerdo). Por otra parte, existe mayor acuerdo con el rol que pueden tener estas asociaciones como representantes de intereses de las mujeres empresarias (50% de acuerdo).

Gráfico 13. Percepciones WED Chile - Asociaciones



En relación a lo expuesto en cada subcondición de la condición marco número 6, es que la evaluación de dicha condición es la siguiente

Para el caso de la subcondición A “Representación y “voz” de las mujeres en asociaciones empresariales/sectoriales de membresía” se evalúa con un puntaje de dos, pues la representación de las mujeres en asociaciones gremiales, solo asciende a un 13,5%

En cuanto a la subcondición B “Presencia de asociaciones y redes de mujeres empresarias” se evalúa con un puntaje igual a 3. Si bien la información del despliegue de asociaciones de mujeres en las distintas zonas del país es limitada, y no hay una agrupación que congregate a estas distintas asociaciones; existen grupos de mujeres que han logrado establecerse dentro del ecosistema empresarial, pudiendo ser partícipe de ciertos procesos a nivel país, además de congregar a empresarias de distintos rubros y niveles de emprendimientos.

Por último, la subcondición C “Participación de mujeres empresarias en el diálogo sobre políticas entre los sectores público y privado e influencia en los resultados”, se evalúa con un puntaje de 3. Si bien las asociaciones de mujeres empresarias están desarrollando sus habilidades y capacidades de promoción, incluso pudiendo tener cierta injerencia en el gobierno. Las preocupaciones de mujeres empresarias se ven bastante alejadas de los gremios ligados al comercio que no son exclusivos de mujeres.

Indicadores y calificación para la condición marco 6 de WED. Representación de mujeres empresarias y participación en el diálogo sobre políticas	
A. Representación y “voz” de las mujeres en asociaciones empresariales/sectoriales de membresía	
<i>Indicador (elija el más relevante)</i>	<i>Puntuación</i>
Las mujeres empresarias/emprendedoras representan menos del 5% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales	1
Las mujeres empresarias/emprendedoras constituyen al menos el 15% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales	2
Las mujeres empresarias/emprendedoras constituyen al menos el 20% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales	3
Las mujeres empresarias/emprendedoras constituyen al menos el 30% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales	4
Las mujeres empresarias/emprendedoras representan más del 30% de los miembros de las principales asociaciones empresariales / organizaciones sectoriales	5
B. Presencia de asociaciones y redes de mujeres empresarias	
<i>Indicador (elija el más relevante)</i>	<i>Puntuación</i>
No existen asociaciones de mujeres empresarias o emprendedoras	1
Existen solo unas cuantas de estas asociaciones, ubicadas principalmente en centros urbanos y con un número reducido de miembros	2
Además de en zonas urbanas, se han formado tales asociaciones en algunas regiones rurales del país, pero la base de miembros es muy limitada	3
Existen varias asociaciones de este tipo en las regiones urbanas y rurales, pero tendrían que desarrollar capacidades para ampliar el alcance de su membresía y asumir una función de promoción	4
Existen asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras en zonas urbanas, así como en la mayoría de las regiones rurales, y representan a un gran número de mujeres empresarias como miembros; se han integrado en una federación nacional de tales asociaciones	5
C. Participación de mujeres empresarias en el diálogo sobre políticas entre los sectores público y privado e influencia en los resultados	
<i>Indicador (elija el más relevante)</i>	<i>Puntuación</i>
Los mecanismos de diálogo público-privado sobre políticas no están bien desarrollados en el país; las asociaciones y grupos de mujeres rara vez son incluidos	1
Las asociaciones empresariales tradicionales no representan de manera adecuada las opiniones y preocupaciones de sus mujeres miembros y rara vez introducen problemas que afectan al WED en el diálogo de políticas con el gobierno; la “voz” de las empresarias/emprendedoras es muy débil	2
Las asociaciones empresariales tradicionales han comenzado a reconocer la importancia de integrar mejor los puntos de vista de las mujeres en sus prioridades de promoción de políticas y las asociaciones de mujeres empresarias están desarrollando sus habilidades y capacidades de promoción, pero estos esfuerzos aún no han conducido a grandes avances en influenciar la agenda política del gobierno.	3
Las asociaciones empresariales tradicionales plantean habitualmente temas de interés para sus mujeres miembros en el diálogo sobre políticas con el gobierno; las asociaciones de mujeres empresarias tienen la capacidad de desempeñar un importante papel de promoción de los intereses y preocupaciones de las EPM y reciben aportes para documentos de políticas que están en espera de aprobación; las EPM son incluidas como miembros de grupos de trabajo y comités asesores del gobierno sobre reformas del entorno empresarial	4
Existe una serie de ejemplos concretos en los que la participación de mujeres empresarias/emprendedoras en procesos de diálogo público-privados ha conducido a resultados concretos en términos de mejorar el entorno para WED (por ejemplo, cambios en el Derecho de Familia, creación de mostradores especiales para mujeres en instituciones financieras, cambios en la ley de propiedad, etc.)	5
TOTAL	2,7

4 LIMITACIONES ESTUDIO

Antes de adentrarse en las consideraciones finales concluyentes del presente estudio, vale la pena atender a algunas limitaciones específicamente metodológicas del proyecto, que pueden dar luces respecto a nuevas indagaciones a realizar en posteriores estudios, así como la perspectiva desde donde mirar los presentes resultados. A continuación, algunos detalles de dichas limitaciones metodológicas.

Cabe señalar que la fase tanto cualitativa como cuantitativa fueron guiadas en buena medida por los postulados y términos dispuestos por la metodología WED. En este sentido, se espera que las limitaciones y modificaciones aquí propuestas colaboren en el enriquecimiento de dichas metodologías utilizadas a nivel internacional por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

En primer lugar, los métodos utilizados en la aproximación cualitativa, específicamente el caso de las **pautas** dispuestas por WED, sufrieron variadas modificaciones acordadas con la Contraparte del Estudio. Dichos cambios atendieron a modificaciones a nivel de forma más que al contenido de las preguntas postuladas. Esto, con el fin de colaborar en una obtención de información más exhaustiva y acorde al contexto chileno, con un especial foco en la emergencia de nuevos temas no vistos con anterioridad en la revisión documental, además de otorgar mayor flexibilidad al dispositivo de acopio de información más allá de un modo pregunta-respuesta, en consonancia con los postulados de la investigación social cualitativa. Las pautas modificadas se adjuntan en el **Anexo**.

En segundo lugar, para la sistematización de los datos obtenidos en la etapa cualitativa, la metodología WED dispuso de matrices de análisis -vaciado en rejillas- a partir de categorías comunes, a fin de permitir un análisis comparativo de los discursos entre los distintos casos consultados. A pesar de llevar a cabalidad este análisis propuesto, la rúbrica de clasificación de la información, también sufrió modificaciones con el fin de realizar un análisis más exhaustivo de la data obtenida por DESUC al agregar nuevas categorías en su estructuración original. Dichos cambios persiguieron los siguientes supuestos:

- **Rigidez:** Las categorías de análisis propuestas refieren en algunas ocasiones a datos que no es posible extraer desde una metodología cualitativa y en particular de entrevistas profundas, tales como las estadísticas de MIPYME. En este sentido, la importancia parece estar en acudir a datos sobre las MIPYME en general, pero desde la consideración de percepciones de los entrevistados (propuestas en la nueva rúbrica).
- **Grado de profundidad:** Las categorías de análisis pueden observarse con una amplitud que no permite atender a las particularidades discursivas de los y las entrevistadas (tales como WED como prioridad de política nacional). En esa medida, se propone la descripción de categorías de análisis más detalladas, que pueden ser atingentes al análisis de la data cualitativa tanto de Chile como de otros países.

Dicha matriz propuesta se adjunta en el **Anexo**. Finalmente, a nivel de la **muestra cualitativa** las limitaciones se restringen específicamente al bajo número de mujeres emprendedoras entrevistadas (3), ya que esto provocó que el foco de los resultados cualitativos estuviera en lo relatados por los representantes de las diversas organizaciones consultadas (20) más que en el caso a caso de las empresarias, lo cual hubiese sido de mucho provecho para desarrollar un relato consistente de los resultados expuestos por la encuesta realizada.

Y a pesar de tener mesas de trabajo con mujeres emprendedoras, lo que aumentó el número de experiencias de mujeres como insumo para la evaluación. Cabe señalar a modo de limitación que, la mayoría de las consultadas eran miembros de asociaciones de mujeres emprendedoras, con empresas establecidas y nivel socioeconómico medio-alto. En tal sentido, su visión y creencias sobre estas consideraciones se circunscriben a una realidad particular y no extrapolable a ser representativa de todas las emprendedoras chilenas.

En tercer lugar, a nivel de las limitaciones de la encuesta y los resultados cuantitativo, a pesar de que la encuesta diseñada por la metodología WED contiene varias preguntas relevantes para analizar el conjunto de condiciones marco para el desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, carece de puntos relevantes para un estudio más acabado e informativo, por ejemplo, alguna medición referente al éxito que se tiene con el desarrollo de la empresa, ya sea fáctica (por ejemplo, ventas anuales en UF) o de percepción. Tampoco se tiene algún indicador de bienestar o satisfacción con la vida de las empresarias, lo cual podría ser útil como variable de estudio en un análisis más explicativo que descriptivo. Además, un punto relevante entre los resultados obtenidos refiere a la baja participación en membresías de organizaciones relacionadas con gremios empresariales y en apoyos empresariales femeninos. A este análisis, le hace falta la explicación respecto a por qué no se participa en aquellas instancias, algo relevante sobre lo cual solo podemos elucubrar a partir de los datos recolectados.

Respecto a la definición de la muestra de la metodología cuantitativa WED, existe una importante imitación en tanto que, al encuestar solo a mujeres, se pierde la posibilidad de comparación con hombres en una situación de emprendimiento o desarrollo empresarial similar, lo que impide la observación de contrastes directos en la situación de hombres y mujeres empresarias, dejando un punto ciego respecto a si las situaciones acusadas refieren en realidad a falencias del ecosistema empresarial chileno en general o a brechas de género en el desarrollo empresarial.

Por último, una limitación propia del estudio en Chile, refiere a la carencia de un marco muestral y, por lo tanto, la imposibilidad de calcular una tasa de respuesta. Si bien se logró un número no menor de encuestadas, la encuesta llegó solo a algunas mujeres específicas, a saber, aquellas que forman parte de las bases de datos de los CDN SERCO'TEC y de Mujeres Empresarias, de modo que no es posible decir que las conclusiones obtenidas por medio de esos análisis son representativas de la realidad chilena total.

5 CONCLUSIONES

La evaluación de las condiciones marco de la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile evidencia que, si bien el apoyo del ecosistema empresarial es bastante extendido, a la hora de mirar el grado y modo de inserción de las mujeres en dicho sistema y sus potenciales de desarrollo, queda por hacer.

Los hallazgos muestran que Chile se encuentra en pleno despliegue de un piso adecuado para que el empresariado de mujeres se establezca sólidamente, con marcos regulatorios y políticas generalmente positivas en esa línea. En los últimos 20 años se han desarrollado en el país diversas instituciones, programas —estatales y no gubernamentales— y redes de asociaciones vinculados al emprendimiento liderado por mujeres, que visualizaron la existencia de mujeres con ímpetu emprendedor, con necesidades y factores contextuales particulares que marcan su grado y modo de inserción en el ecosistema empresarial. A pesar de este desarrollo de diversas instituciones y programas, persisten varias dificultades para el emprendimiento y desarrollo empresarial femenino.

En esa misma línea, los resultados evidencian que, a pesar de los esfuerzos de los Ministerios de la Mujer y Equidad de Género, el Ministerio de Economía, DIRECON y otros, no se observa una entidad u organismos dentro de estos ministerios con el mandato de proporcionar liderazgo y coordinación de políticas intergubernamentales para la promoción de WED y acciones de apoyo. Así, el impacto de las políticas e iniciativas que están en marcha, es poco probable que se maximicen esos esfuerzos, ya que no hay adecuada coordinación entre ellos.

Respecto a este camino por recorrer para la promoción del emprendimiento de las mujeres en Chile, podemos mencionar lo siguiente:

1. Ecosistema empresarial reforzado, pero mujeres siguen estando sub-representadas en estos espacios

En primer lugar, si bien este gran ecosistema empresarial en Chile permite un sinnúmero de servicios financieros y capacitaciones en distintos ámbitos, comparativamente con usuarios hombres, las mujeres empresarias suelen estar sub-representadas en estas iniciativas, a pesar de que en los últimos años programas con perspectiva de género han hecho esfuerzos para revertir eso. En este marco, a pesar de tener un ecosistema reforzado, las mujeres no se sienten llamadas a participar de estos espacios, a pesar de sus denuncias respecto a la necesidad de orientación y guía para desarrollarse y crecer como empresarias. Esto refuerza aún más las brechas de género en el sector empresarial. Ahora bien, cabe señalar que la información recogida no permite evidenciar el real impacto de estos programas en el desempeño empresarial de hombres y mujeres en el país. Esto invoca un llamado a documentar y reportar los datos desglosados por sexo y región sobre los/as clientes de estos servicios, de lo cual poca documentación existe de fácil acceso.

2. Programas para mujeres y programas tradicionales: un abismo en términos de su trabajo con sensibilidad de género

En segundo lugar y concordante con lo anterior, uno de los principales hallazgos de esta evaluación WED Chile es que, si bien existen múltiples programas exclusivos para mujeres, el sistema de servicios tradicionales tiene un enfoque pasivo respecto a la participación de las mujeres en sus servicios.

No existe evidencia de que las instituciones financieras tradicionales realicen esfuerzos por demostrar un enfoque de género en sus líneas de productos y servicios financieros tradicionales, fuera de las iniciativas

dirigidas a empresas de mujeres. Tampoco se evidencian capacitaciones sobre las limitaciones y barreras que enfrentan las mujeres a la hora de emprender para funcionarios de préstamos y/o evaluadores, donde incluso se da cuenta de sesgos de género en las evaluaciones de estas instituciones genéricas. Es más, si bien los programas exclusivos para mujeres muchos de ellos cuentan en sus líneas estratégicas una conciencia de las brechas de género en el sector empresarial, muchas de las mujeres consultadas sostienen que, aun así, existen limitantes para acceder a los programas tradicionales y para mujeres.

Algunas de estas limitantes son: la necesidad de complementar roles en el cuidado de terceros y los tiempos reducidos (p.e. solicitar 100% de dedicación o capacitaciones de largo aliento), la percepción de las entrevistas sobre sesgos de género por parte de evaluadores hombres, procesos de acceso a financiamiento engorrosos y con lenguaje altamente técnico que enlentece su alcance, la poca visibilidad de emprendimiento de mujeres en instancias mixtas; la dificultad en conseguir inversionistas cuando quieren dar escalabilidad a su emprendimiento y la poca visibilidad a referentes mujeres con emprendimientos exitosos, son algunas de las barreras que enfrentan las mujeres para acceder a estos servicios y hacer crecer sus empresas. Desde su perspectiva, son aspectos que los y las prestamistas de los mismos servicios para mujeres, no ven del todo.

Esto es de alta relevancia pues refuerza el hecho de que las mujeres no se sienten llamadas a participar a pesar de tener un ecosistema altamente positivo para las empresas en Chile. Trabajar en estas limitantes permitirá eliminar los aspectos discriminatorios de los programas y las prácticas que puedan obstaculizar la plena participación de las mujeres en la economía y la sociedad.

El reforzar el apoyo de las asociaciones de mujeres empresarias puede ser el primer paso para mejorar la promoción y los servicios para mujeres emprendedoras.

3. Múltiples emprendedoras, diferentes servicios de apoyo: la necesidad de atender a la expansión de los emprendimientos liderados por mujeres

En tercer lugar, tomando en consideración la existencia de muchos programas orientados a mujeres, no se observan iniciativas en todas las etapas de su desarrollo. Estos servicios para mujeres en general se quedan en líneas base de los emprendimientos para micro-empresas de mujeres, y existen pocos esfuerzos para la expansión y escalabilidad de las empresas lideradas por mujeres. Esto puede tener como resultado que las emprendedoras se queden atrapadas en etapas tempranas de sus emprendimientos, pues si bien declaran autofinanciarse en las primeras etapas de sus negocios, no hay evidencia de apoyos externos para el crecimiento de éstos, donde generalmente llegan menos emprendedoras chilenas a emprendimientos dinámicos y altamente escalables.

Un punto importante a considerar en ello, es que hoy existen diferentes perfiles de emprendedoras chilenas; desde micro emprendedoras informales, con empresas tradicionales, hasta empresas dinámicas, altamente tecnológicas y escalables. Esto plantea un desafío al ecosistema empresarial para mujeres, pues lo que hace 10 años se veía como un ecosistema para el fuerte de los emprendimientos femeninos que eran microempresas en la línea de lo informal, hoy desde la perspectiva de las y los entrevistados, esos emprendimientos han mutado a querer lograr empresas con alto crecimiento y con potencial de ser más empresas de mujeres con una economía circular. Y ahí es donde esas empresas de mujeres hoy no encuentran lugar.

La evaluación WED Chile si bien refuerza la necesidad de potenciar emprendimientos tradicionales donde se encuentran la mayoría de las mujeres empresarias, esta evaluación se nutre de la urgencia por perfeccionar el diagnóstico de emprendimientos liderados por mujeres hacia su diversificación. La

necesidad de diferenciar entre tipo de emprendimiento de mujeres y dar lugar a estas clasificaciones, permite realizar un diagnóstico correcto que puede llegar a un mayor éxito de estas políticas en favor del emprendimiento femenino.

Finalmente, y a modo de síntesis, las siguientes Figuras proporcionan una vista más detallada de dónde se encuentran los puntos fuertes y débiles en los niveles de las subcondiciones evaluadas. Seguido de cerca por un grupo de 8 subcondiciones que garantizan esta puntuación general:

Figura 5. Síntesis de la evaluación de las 6 condiciones marco WED Chile.

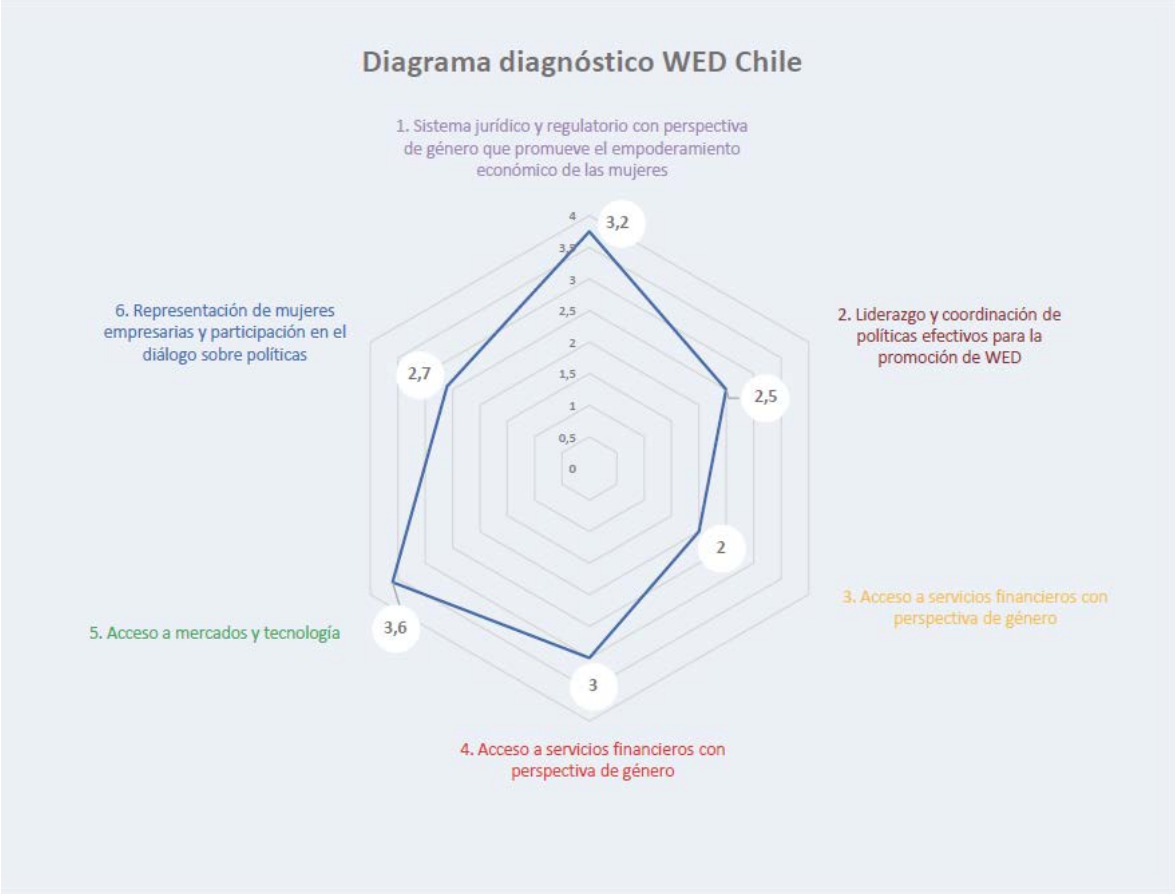
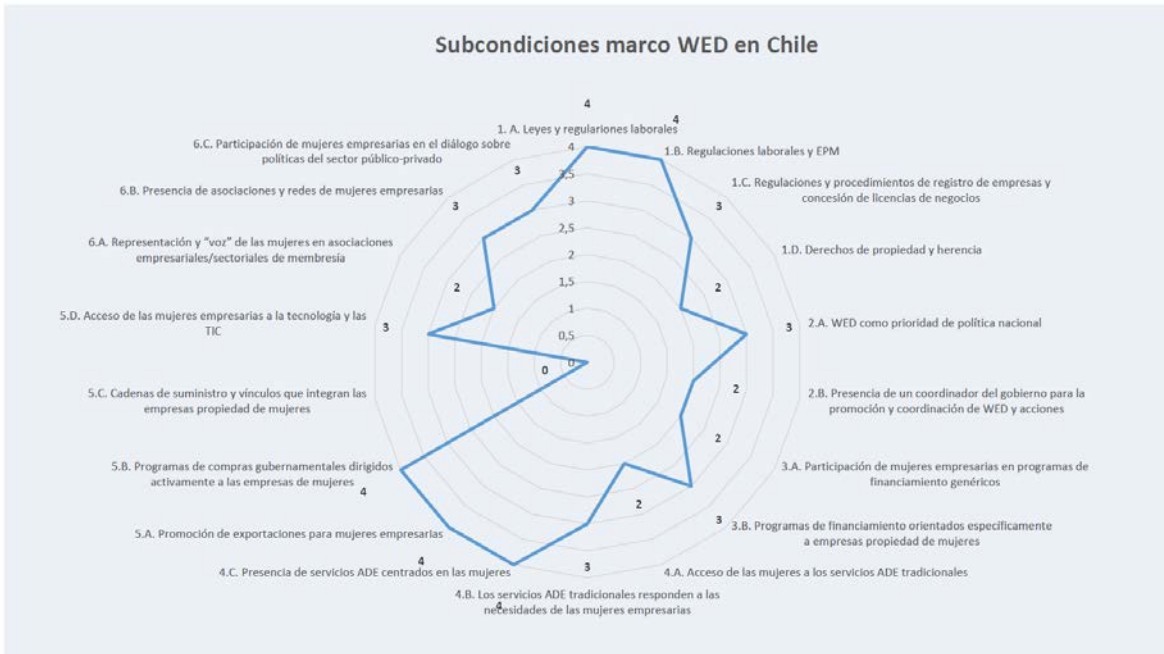


Figura 6. Puntaje de subcondiciones marco WED para Chile.



6 PLAN DE ACCIÓN NACIONAL

Como ente técnico, lo aquí expuesto obedece al análisis realizado a partir de los datos cualitativos y cuantitativos levantados en este estudio. La especificidad de las recomendaciones queda a criterio de la Contraparte del Estudio, en el entendido que constituye una orientación para la toma de decisiones. A partir de las conclusiones antes expuestas, y especialmente, tomando en consideración los aspectos mencionados en el análisis de las condiciones marco WED, el siguiente Cuadro presenta los objetivos en los cuales focalizarse para fortalecer la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile. Por cada pilar, se consideran acciones específicas a realizar, además del indicador para medir cada una de estas acciones.

En la medida que las condiciones de la iniciativa empresarial de las mujeres son indicadores contingentes a aspectos contextuales (políticos, legales, sociales) es que se recomienda hacer seguimiento de estos indicadores y recomendaciones para su atingente puesta en marcha a partir de futuras evaluaciones de las condiciones marco e indicadores relevantes detallados a continuación.

Cabe señalar, que dependiendo de la naturaleza de las acciones sugeridas para fortalecer el ecosistema WED Chile, algunos indicadores refieren a logros en términos de procesos (qué obtener para lograr el resultado esperado), mientras que otros atienden a indicadores de resultados (tales como aumento en el número de EMP en distintos ámbitos).

Tabla 12. Plan de acción nacional sugerido para el fortalecimiento de WED en Chile.

Pilar	Acciones	Indicadores
Sistema jurídico sensible al género que promueve el empoderamiento económico de la mujer	v. Proporcionar incentivos a las empresas propiedad de mujeres con potencial de crecimiento para que trasladen sus negocios a la economía formal.	Reporte del número de empresas de mujeres en SII 2020-2025
	w. Seguir trabajando en simplificar los procesos de registro de empresas e inscripción de negocios a través por ejemplo de generar capacitaciones a mujeres o utilizando postulaciones en línea, entre otros.	Portal de inscripción actualizado Plan de trabajo para capacitaciones aprobado
	x. Agregar a la ley 20.348 (mismo trabajo, mismo salario) normas de transparencia e información segregada por género que ayuden a velar por el cumplimiento de la misma.	Anexo de anteproyecto de ley aprobado.
	y. Asegurar la extensión de la protección social a mujeres emprendedoras (extensión del inciso primero del artículo 203 del código del trabajo).	Plan estratégico aprobado para protección cuidado infantil en independientes
	z. Modificación de la ley de sociedad conyugal (iguales derechos y obligaciones en administración bienes, y no autorización conyugue para operaciones empresa).	Anteproyecto de ley aprobado

Otorgar un rol coordinador de las líneas base del Estado para sistematizar y dar curso concreto a los esfuerzos ya realizados	aa. Establecer un coordinador nacional para WED dentro del Estado, con el mandato de liderar en materia de políticas, respaldado por el presupuesto, los recursos y la colaboración y cooperación interministerial necesarios para llevar a cabo dicho mandato. Y que consulte activamente sobre las necesidades de políticas y programas de las mujeres empresarias.	Selección de organismo coordinador WED
	bb. Visibilizar las restricciones y barreras que tienen las mujeres a la hora de emprender, por ejemplo, a través de desarrollar e implementar sesiones de orientación para proveedores genéricos sobre las necesidades específicas de mujeres emprendedoras y cómo abordarlas.	Plan de acción para orientaciones con proveedores tradicionales
	cc. Acordar una definición para todos los actores respecto a qué significa una empresa de mujer: supone un esfuerzo en esclarecer quienes son las beneficiarias (emprendedoras) que busca cada política y cómo pueden añadir un valor agregado versus otros programas.	Contar con definición aprobada. Plan de trabajo sobre capacitaciones a diversos grupos de interés
Acercar diversidad de servicios a sus potenciales beneficiarias	dd. Crear un portal del Estado focalizado con la información de bonos, créditos, programas dirigidos a mujeres. Pone el valor en simplificar la información de estos soportes beneficiando a sus usuarias, las mujeres.	Portal web unificado en funcionamiento
	ee. Simplificar la información de acceso a los programas; ocupar lenguajes menos técnicos y accesibles a las mujeres chilenas, así como el despliegue de asesorías para dichas postulaciones.	Evaluación de lenguaje utilizado para iniciativas. Número de EPM que acceden a programas 2020-2025
	ff. Repensar las líneas de acción y planificación de los apoyos del ecosistema, teniendo en cuenta las limitaciones de movilidad de las mujeres y la carga de cuidados no remunerados.	Plan de trabajo aprobado
	gg. Sistemas de apoyos de financiamiento y no financieros recopilen datos desglosados por sexo; qué programas acceden, cantidad de préstamos, tipos de capacitaciones, y estudios de impacto de las diferentes intervenciones de tutoría y apoyo WED.	Reporte de los datos y número de mujeres beneficiadas 2020-2025
	hh. Generar iniciativas centradas en mantención de emprendimientos EPM. Los esfuerzos ubicados al comenzar el emprendimiento de mujeres y reduciéndose a medida que las empresas van creciendo, es perjudicial. Esto, porque las complejidades de emprender, en general, y emprender, siendo mujer, en particular, se van mutando a medida que el emprendimiento va creciendo	Plan de trabajo en programas para el crecimiento de EMP (más programas semilla o de riesgo).

	ii. Fortalecer el incentivo a la participación y co-financiamiento de los programas relativos a EPM dinámicos y altamente escalables.	Número de mujeres beneficiadas Presupuesto aprobado.
	jj. Generar nuevas iniciativas para apoyar EPM que tengan en mente emprendimientos altamente escalables y tecnológicos.	Plan de trabajo aprobado
Fortalecer redes de mujeres	kk. Trabajar para promover la participación de mujeres emprendedoras en las principales asociaciones empresariales; implementar programas de concientización sobre las ventajas de membresía en estas redes.	Número de mujeres beneficiadas Plan de trabajo en capacitaciones aprobado
	ll. Promover la introducción de cuotas de mujeres en los consejos de participación en mesas de diálogo y asesorías a ministerios y coordinadores WED en el Estado.	Número de cuota establecido
	mm. Promover aumentar la participación de las mujeres emprendedoras en las cámaras y gremios empresariales.	Número de cuota establecido
Consolidar acceso a mercados y tecnologías	nn. Brindar incentivos adicionales para asumir nuevas prácticas comerciales tales como: capacitaciones en TIC, incorporar mujeres a las cadenas de suministros con grandes empresas y contratación pública pueden ser algunas de ellas.	Plan de trabajo aprobado
	oo. Recopilar datos de participación en ferias y exposiciones en exportación desglosados por sexo; por ventas de exportación totales para monitorear y evaluar el impacto en las empresas propiedad de mujeres.	Reporte de los datos y número de mujeres beneficiadas.
	pp. Incrementar los servicios de consultoría y capacitación en TIC de alta especialización (no sólo básicos) para mujeres emprendedoras, especialmente en las regiones.	Plan de trabajo en capacitaciones aprobado

7 REFERENCIAS

- Asociación de Emprendedores de Chile. (2018). Radiografía del Emprendimiento en Chile.
- Bampton, R., Cowton, C., & Downs, Y. (2013). The e-interview. En R. Bampton, C. Cowton, & Y. Downs, *Advancing social and business research methods with new media technology*. (págs. 329-343). PA, USA: IGI Global Jersey.
- Biblioteca del Congreso Nacional. (2010). Estatuto de las PYMES. Recuperado el 22 de marzo, 2019, de Biblioteca del Congreso Nacional. Sitio web: www.bcn.cl/leyfacil/recurso/estatuto-de-las-pymes
- BIRF. (2010). Mujeres empresarias barreras y oportunidades en el Sector Privado formal en América Latina y el Caribe. Washington, D.C.: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, Banco Mundial.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in Psychology*, 77-101.
- Comunidad Mujer y Virtus Partner. (2018). Ranking Mujeres en Alta Dirección. Recuperado el 22 de marzo, 2019 de www.comunidadmujer.cl/
- Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE-4). (2015). Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.
- Daniels, N., Gillen, P., Casson, K., & Wilson, I. (2019). STEER: Factors to Consider When Designing online focus group using audiovisual technology in health research. *International Journal of Qualitative Methods*, 1-11.
- Encuesta de Microemprendimiento (EME). (2017). Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.
- Encuesta Nacional de Empleo (ENE). (2017). Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.
- Ferrari, P. (2019). Experiencias y resultados de investigación participativa territorial: la mesa de trabajo del barrio Nueva Chubut, Puerto Madryn (Argentina). *Geo UERJ*, 1 - 17.
- Forrestal, S., D'Angelo, A., & Klein, L. (2015). Considerations for and lessons learned from online, synchronous focus groups. *Survey practice*.
- Kitchenham, B. (2004). *Procedures for performing systematic reviews*. Keele University Technical Report.

López-Herrera, F., & Salas, H. (2009). INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN ADMINISTRACIÓN. Cinta de Moebio, 128-145.

Mandakovic, V., & Serey, T. (2017). Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2017.

Mandakovic, V., Romani, G., Santander, P., Serey, T., & Soria, K. (2017). Mujeres y actividad emprendedora en Chile 2017: Global Entrepreneurship Monitor.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo - SERCOTEC. (2013). Manual para emprender en Chile 2013. Recuperado el 22 de marzo, 2019 de www.innovacion.cl

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2018). Género y Microemprendimiento. Recuperado el 22 de marzo, 2019 de www.economia.gob.cl

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2018). Segunda radiografía a la participación de las mujeres en las exportaciones chilenas. Recuperado el 22 de marzo, 2019 de www.direcon.gob.cl/

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2018). Representación política de mujeres en el poder legislativo: Análisis de la aplicación de las cuotas de género en las elecciones parlamentarias de 2017. Recuperado el 22 de marzo de www.cl.undp.org

Sandoval, C. (2002). Investigación Cualitativa. Bogotá: ARFO Editores.

SERVEL. (30 de noviembre de 2017). Histórico 23% de mujeres candidatas fueron electas en las parlamentarias 2017 en www.servel.cl

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la Investigación Cualitativa*. Medellín: Universidad de Antioquía.

Thomson Reuters Foundation. (2016). The best countries to be a social entrepreneur 2016. England.

World Bank Group. (2018). Doing Business: Reforming to create jobs. Washington.

World Economic Forum. (2017). The Global Gender Gap Report 2017. Geneva, Switzerland.

8 ANEXOS

8.1 Metodología encuestas mencionadas

A continuación, se exponen una serie de estadísticas de diversas fuentes, siendo relevante considerar sus particularidades, a fin de considerar el panorama general del desarrollo empresarial en Chile

Al momento de analizar los resultados de la **Encuesta Nacional de Empleo (ENE) 2017** realizada por el INE, es relevante considerar que su objetivo es caracterizar y cuantificar la población de 15 años y más respecto de su situación en el mercado laboral. Su aplicación consideró dos marcos muestrales según área geográfica (Urbana, Resto de Área Urbana y Rural). Para el área urbana del país se utiliza el Marco Muestral de Manzanas. Mientras que en las áreas RAU y Rural el marco muestral utilizado es el tradicionalmente empleado por la antigua Encuesta Nacional de Empleo, un Marco Muestral de Secciones construido a partir del CENSO 2002.

Por su parte, la **Encuesta de Micro emprendimiento (EME) 2017** es aplicada a una submuestra representativa de personas ocupadas clasificadas como Trabajadores Independientes (Empleadores o Trabajadores por Cuenta Propia) en la ENE 2017, y que son dueños de una unidad económica de *hasta 10 trabajadores* (incluyendo al encuestado).

Al momento de analizar los resultados de la **Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE) 2015** realizada por el INE, es fundamental considerar que su marco muestral se obtiene a partir del Directorio Nacional de Empresas año contable 2014, que contiene información de las empresas formales que desarrollaron sus actividades económicas en alguno de los sectores en estudio, además cuentan con venta anual (UF) declarada en el Formulario N°29 (declaración mensual de IVA) del Servicio de Impuestos Internos. Además, sólo se considera a las empresas cuyas ventas fueron superiores a 800,01 UF anuales en el año contable 2014. Este criterio se aplicó por requerimiento del Ministerio de Economía y por lo complejo que resulta investigar unidades extremadamente pequeñas debido a su inestabilidad en el tiempo.

De este modo, podemos analizar la participación laboral y empresarial de las mujeres en Chile a partir de diversas fuentes, **cuyas poblaciones objetivo difieren**. En el caso de la ENE y la EME la población objetiva son personas, mientras que, para la ELE la población objetiva es conformada por empresas.

Por último, al observar datos extraídos del **Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2017** hay que aplicar la definición de “Actividad emprendedora total” (TEA) elaborada por el mismo informe. Ésta comprende a todos los integrantes de la población económicamente activa que son emprendedores nacientes o nuevos emprendedores. Los **emprendedores nacientes** son aquellos que están comenzando un negocio que tiene menos de tres meses y los **nuevos emprendedores** son quienes tienen un negocio con más de tres meses de operación, pero menos de 42. Luego de los 42 meses, el GEM considera que estos emprendedores son **empresarios establecidos**.

8.2 Caracterización consultados

8.2.1 Informantes clave de la etapa cualitativa

A nivel cualitativo se abordó una diversidad de participantes representantes de múltiples organizaciones relativas al mundo del emprendimiento. Esto con el propósito de tener un panorama general respecto a sus percepciones especializadas en temas de empresarización en el país y en particular el estado actual de la empresarización femenina.

Siguiendo los criterios de selección descritos anteriormente, las personas consultadas provenían de diversas organizaciones chilenas tanto públicas (p.e. ministerios, organismos ejecutores) como privadas (p.e. ONGs, instituciones financieras como no financieras), con diversos tipos de apoyos para el emprendimiento y tipos de emprendedores beneficiarios. Cabe señalar a modo de consideración, el hecho que, de las 23 entrevistas realizadas, 16 de ellas fueron realizadas a informantes mujeres.

Entre las personas entrevistadas en la etapa cualitativa del estudio, se incluyó la visión de tres casos de mujeres emprendedoras en Chile. En términos descriptivos, fueron mujeres de entre 30-45 años. Para una de ellas, su emprendimiento tenía un tiempo de facturación de un año, mientras que para las otras dos su empresa tenía más de 20 años. Vale decir, se contó con distintos niveles de experiencia de mujeres en el mundo empresarial. Los rubros de sus emprendimientos iban generalmente asociados al tema de la manufactura de productos.

8.2.2 Encuestadas Encuesta WED 2019

A nivel cuantitativo, las características de las participantes son similares para quienes contestaron desde un link de CDN Sercotec y quienes contestaron desde un link de Mujeres empresarias, de modo que se muestran en conjunto en el Gráfico 14. En términos educacionales, la muestra posee un alto nivel educacional (58% tiene educación superior completa o más). Además, la maternidad es un rasgo generalizado, aunque aproximadamente un cuarto de la muestra no tiene hijos. En general, la edad de la primera empresa es entre los 30 y 45 años. Para la mayoría de las encuestadas, su empresa actual es su primera empresa.

Además de esta caracterización sociodemográfica, es interesante observar el Gráfico 15, que muestra las **principales razones de las encuestadas para iniciar su propia empresa**. La mayoría de las encuestadas emprendió por necesidad o búsqueda de mayores ingresos (62%, que reúne las categorías "Necesitaba más flexibilidad para obtener un ingreso y a la par seguir ocupándome de mis deberes familiares y domésticos" y "Quería aumentar mi potencial para obtener mayores ingresos"). Le sigue la oportunidad como motor (40%) y autonomía de ser la propia jefa (33%).

Gráfico 14: Caracterización sociodemográfica encuestadas

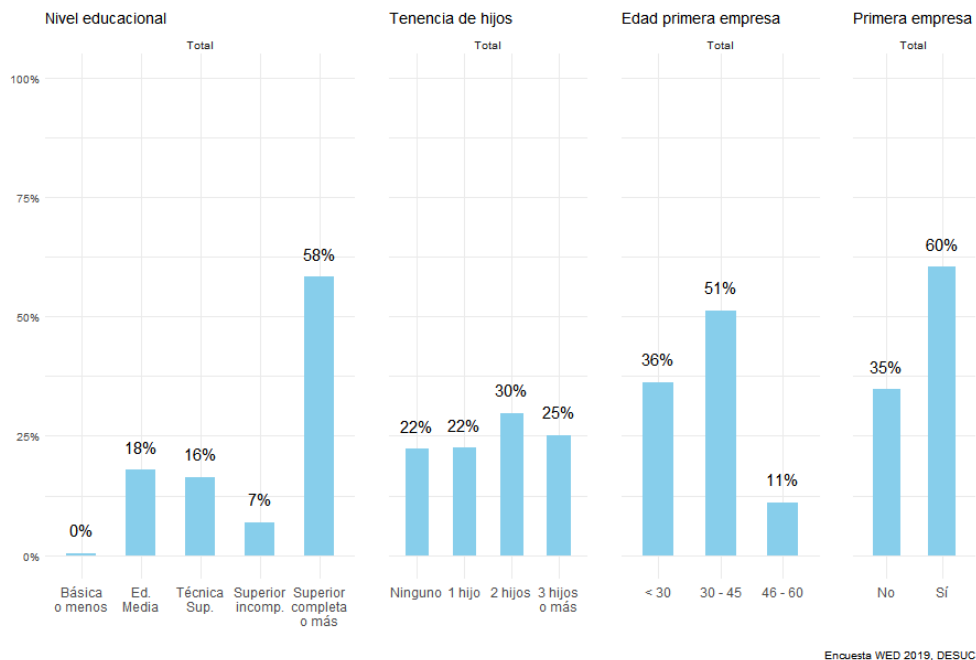
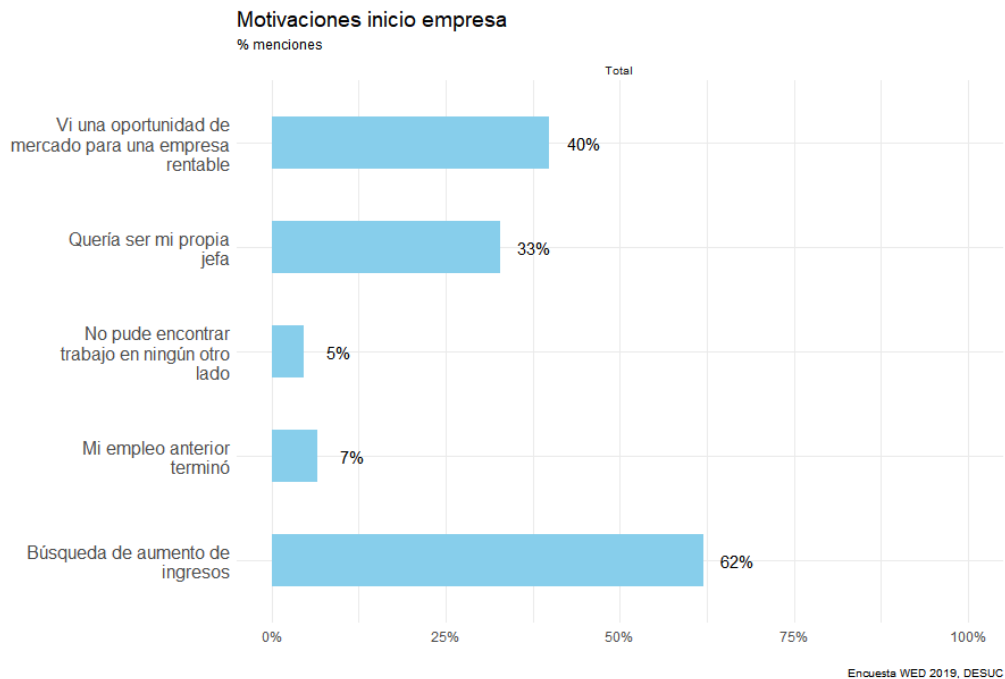
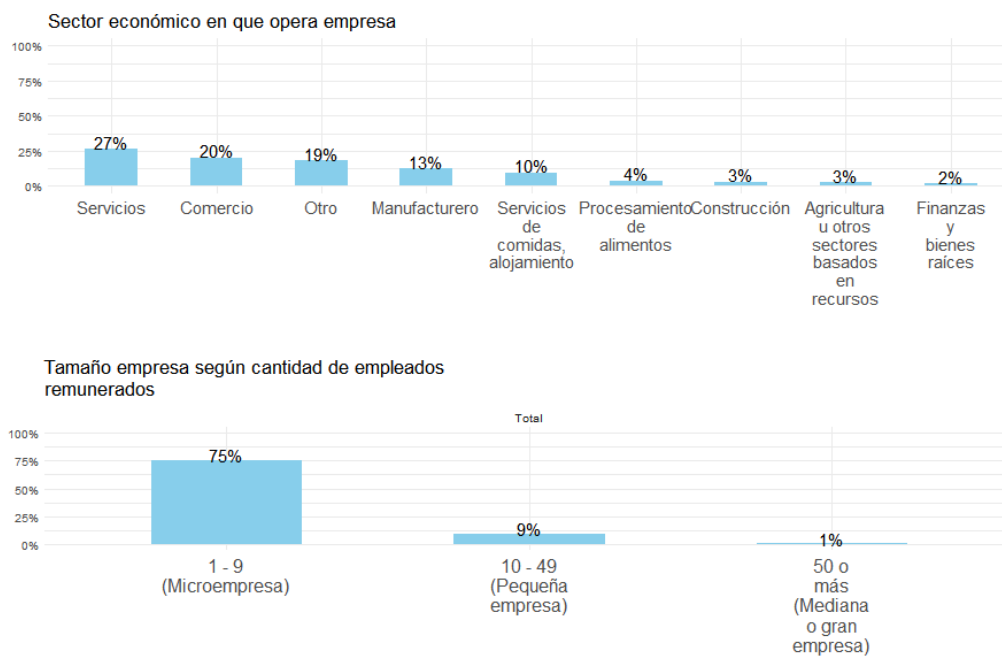


Gráfico 15: Caracterización sociodemográfica encuestadas



Respecto a las **empresas de las mujeres encuestadas**, en el Gráfico 16 observamos que los sectores en que operan son mayormente servicios –ya sea personales o empresariales- y de comercio –ya sea mayorista o minorista-. La categoría “Otro” que también tiene un porcentaje considerable está constituido principalmente por actividades similares a servicio o comercio, de modo que puede considerarse que la mayoría de las empresas de las encuestadas se desarrolla en esas categorías. Por su parte, de modo similar a los resultados de la ELE 2015 (ver Informe 1), la mayoría de las empresas son microempresas.

Gráfico 16: Caracterización empresas de mujeres encuestadas



Encuesta WED 2019, DESUC

8.3 Caracterización participantes grupos focales

Existen algunas características generales de las personas consultadas que resultan relevantes a la hora de pensar en el análisis ulterior de los resultados. El siguiente cuadro sintetiza algunas de ellas:

Tabla 13. Caracterización consultados/as.

ID	Género	Rango etario	Tipo de empresa/institución	Cuidado terceros	Rubro	Región	Años empresa
A	M	20- 30	Micro	0	Tecnológico	RM	2
B	M	30-40	Micro	2	Gastronómico	RM	5
C	M	20- 30	Micro	1	Entretenimiento	RM	2
D	M	20- 30	Pequeña	2	Tecnológico	RM	4
E	M	30-40	Pequeña	2	Educación	RM	5
F	M	20- 30	Pequeña	0	Tecnológico	RM	20
G	M	30-40	Pequeña	2	Gastronómico	RM	8
H	M	20- 30	Mediana	0	Educación	RM	2
I	M	30-40	Mediana	3	Cuidado personal	RM	12
J	M	30-40	Mediana	0	Tecnológico	Antofagasta	6
K	M	30-40	Mediana	4	Gastronómico	RM	6
L	M	40-50	Institución Financiera	-	Aceleradora	RM	4
M	M	40-50	ONG	-	Asociación mujeres emprendedoras	RM	2
N	M	30-40	Gremio	-	PYMES	RM	5
O	M	20-30	ONG	-	Asociación mujeres emprendedoras	RM	3
P	H	30-40	Institución estatal	-	Institución ejecutora	RM	2
Q	M	30-40	Pequeña	0	Sustentabilidad	Valparaíso	-
R	M	30-40	Pequeña	2	Educación	RM	-
S	M	30-40	Pequeña	0	Sustentabilidad	RM	-
T	M	30-40	Pequeña	0	Educación	RM	-
U	M	30-40	Pequeña	0	Cuidado personal	RM	-
V	M	40-50	Pequeña	4	Entretenimiento	RM	-
W	M	40-50	Pequeña	2	Salud	O'Higgins	-
X	M	40-50	Pequeña	1	Fúnebre	RM	-

8.4 Protocolos para producción de datos vía remota

Como parte de los protocolos éticos y confidencialidad de DESUC, el levantamiento de las mesas de trabajo contó con documentos de apoyo que respaldarán el anonimato y resguardo de la integridad de los participantes. Estos son:

- Carta de Invitación al estudio.
- Carta de Consentimiento Informado para el resguardo de la confidencialidad de las participantes (y las consideraciones éticas apropiadas).

Cabe señalar que, para el caso de la carta de consentimiento informada, esta fue sintetizada y transmitida vía video llamada como parte inicial de las consideraciones de la mesa de trabajo.

La fase de producción de las mesas de trabajo, contó con el apoyo de **Mujeres Empresarias (ME)** para acceder a posibles participantes de las mesas realizadas. Cabe señalar que, a pesar de confirmar la participación de 6 integrantes para cada mesa, no se logró completar el quorum total esperado. A pesar de estas dificultades a nivel de convocatoria, esto no atenta contra la obtención de información relevante para el análisis ulterior de resultados.

Tabla 14. Protocolo para acceso y administración mesas en línea.

Etapas	Detalles y requerimientos
1. Carta de presentación del estudio y consentimiento informado vía correo electrónico	<p>Esta carta detalla información sobre los objetivos del estudio, y los datos de contacto en caso de cualquier duda o eventualidad (enviado previo a las mesas de trabajo).</p> <p>El consentimiento informado debe ser enviado previamente a la participante para estar al tanto de los requerimientos éticos del estudio. Los temas de los consentimientos serán cubiertos igualmente al inicio de la instancia de levantamiento cualitativo y reforzar seguridad de los datos de acuerdo con la plataforma a utilizar. Dicho consentimiento debe aceptarse al inicio de la instancia de levantamiento cualitativo.</p>
2. Contacto previo (fortalecer agenda y recordatorios)	<p>El contacto implica el abordaje telefónico para su invitación y detalle sobre lo que consta su participación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este contacto previo, permite ajustar expectativas sobre su participación (breve resumen de qué se tratará la instancia de levantamiento cualitativo), así como afianzar el <i>rapport</i> con el/a entrevistado/a, ya que la instancia de levantamiento cualitativo vía remota necesita de mayores esfuerzos por establecer una buena relación entrevistado-entrevistador. • Es importante que este contacto previo permita una presentación por parte del investigador o coordinadora. • Esto permitirá además conocer el acceso a internet, y la factibilidad de realizar la instancia de levantamiento cualitativo bajo esta vía.
3. Testeo equipamiento y requerimientos.	<p>Las personas contactadas (vía previo llamado o correo electrónico) deben estar informadas de la necesidad de los siguientes requerimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de micrófono y cámara.

	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar sin distracciones ni ruido (<i>setting</i>). Esto ayuda a que pueda concentrarse en lo que dice la persona y lo ayudará a capturar la conversación. • Las instancias de levantamiento cualitativo en línea suelen extenderse más que una convencional. • Para el investigador se espera una prueba acuciosa de la plataforma a utilizar (<i>Zoom/Skype/Google Hang-outs</i>) que permita una interacción tanto de voz y cámara. No es inesperado que los participantes pasen tiempo (al inicio de grupos focales) discutiendo dificultades técnicas que estaban experimentando o familiarizándose con las tecnologías. Para eludir esto, se dirige a participantes al apoyo de otra moderadora y alentamos a los participantes a iniciar sesión temprano para disminuir esta demora.
<p>4. Administración instancia de levantamiento cualitativo</p>	<p>Se espera utilizar unos minutos antes de comenzar la instancia de levantamiento cualitativo para verificar audio y video de la entrevista, así como la conexión. Dentro de las etapas de la administración de la instancia grupal, se contempla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación investigadora y mencionar fases entrevista y tópicos a desarrollar. • Dar detalles del consentimiento y dudas si lo requiera, además de la aceptación en línea de dicha carta. • Verificar grabación y asegurar sala de chat es privado (además de breve tutorial para usabilidad de la plataforma). • Siguiendo las recomendaciones de (Bampton, Cowton, & Downs, 2013) se tomará especial cuidado en proteger la privacidad de los participantes a partir de limpiar información de identificación en correos electrónicos, base de datos utilizadas, y material de la entrevista (grabaciones y transcripciones). • Se contempla la utilización de láminas para administrar temas y preguntas claves. • Monitorear la participación. • Incluir un formato de preguntas <i>round-robin</i> (Para garantizar que todas las personas tengan la oportunidad de participar, un enfoque de turno puede ayudar a facilitar una conversación fluida, y al terminar conversaciones, dar la oportunidad de compartir comentarios adicionales a todos). • Reforzar recapitulaciones para moderar (Forrestal, D'Angelo, & Klein, 2015)

8.5 Mapeo de los instrumentos de apoyo al desarrollo empresarial

8.5.1 Instrumentos de apoyo al desarrollo empresarial: Con perspectiva de género

Instituciones públicas

Dentro de la institucionalidad pública chilena existen varias organizaciones que otorgan servicios financieros, capacitación u otros tipos de apoyo para las empresas de menor tamaño.

1.1.1.1 Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC

Nombre Iniciativa	Capital Abeja
Organización Responsable	Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC)
Año Inicio	2012
Tipo de intervención	Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Desarrollo de pequeñas empresas y fortalecer la capacidad de gestión de sus empresarias como una medida para acortar brechas de género y promover el emprendimiento femenino.
Beneficiarios objetivos	Mujeres emprendedoras sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos (SII) que cuenten con un Plan de Trabajo que quieran desarrollar, coherente con su dirección regional, y que requieran de financiamiento para poder concretarlo. La convocatoria es multisectorial, para mayores de 18 años.
Principales Características	Dentro de las problemáticas que aborda este programa tiene razón en la dificultad de acceso a financiamiento y a asesoría especializada que enfrentan las emprendedoras, en el caso de las mujeres ellas tienen que hacerse cargo al mismo tiempo del ámbito familiar, ganan menos que los hombres y, por ende, presentan alta informalidad El cofinanciamiento es un subsidio de hasta 3 millones 500 mil pesos. 96,3% de los emprendimientos apoyados en 2015 se mantenía vigente un año después. Entre 2014 y 2017 Capital Semilla y Capital Abeja Emprende permitieron la puesta en marcha de más de 6.500 nuevos negocios en todo el país, con un aporte público cercano a \$22.400 millones.
Web/Link/Contacto	Teléfono: (562) - 2840 92 65. Contacto: sercotec@tdcla.com https://www.sercotec.cl/capital-abeja.html

Nombre Iniciativa	Curso: Formulación de planes de negocios y acceso a financiamiento
Organización Responsable	Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC)
Año Inicio	2012
Tipo de intervención	Capacitación
Exclusivo para mujeres	SI

Objetivos	<p>El curso se centra en la estructura del Plan de Trabajo del Instrumento Capital Abeja de SERCOTEC.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Conceptos para comprender qué es un plan de negocios y cuál es su utilidad. · Estructura de un plan de negocios. · Consejos para completar un plan de negocios. · Necesidades de financiamiento y su naturaleza. · Alternativas de financiamiento.
Beneficiarios objetivos	Está dirigido a mujeres emprendedoras que necesiten de cofinanciamiento para sus proyectos.
Principales Características	Particularmente, este curso de capacitación permita atender a la configuración Plan de Trabajo del Instrumento Capital Abeja de Sercotec.
Web/Link/Contacto	<p>Teléfono: (562) - 2840 92 65. Contacto: sercotec@tdcla.com</p> <p>https://capacitacion.sercotec.cl/portal/cursos/formulacion-de-planes-de-negocios-y-acceso-financiamiento</p>

1.1.1.2 Corporación de Fomento de la Producción, CORFO

Nombre Iniciativa	Programa The S Factory (de Start-up Chile)
Organización Responsable	Corporación fomento a la producción (CORFO)
Año Inicio	2016
Tipo de intervención	Capacitación-Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Programa de pre-aceleración para startups en etapa temprana
Beneficiarios objetivos	Emprendimientos emergentes (máximo de 12 meses) liderados por personas que se identifiquen con el género femenino.
Principales Características	En términos específicos, este programa permite un acompañamiento – entrenamiento- y financiamiento en el inicio de un negocio viable (de hasta \$10.000.000 CLP). Esperando como resultado, el generar habilidades de liderazgo y técnicas relacionadas con el desarrollo de negocios tecnológicos de alto potencial global.
Web/Link/Contacto	Teléfono: 600 586 8000 - Contacto: contacto@startupchile.org http://www.startupchile.org/es/programs/the-s-factory-2/

Nombre Iniciativa	Programa Capital humano para la innovación en empresas de mujeres
Organización Responsable	Corporación fomento a la producción (CORFO)
Año Inicio	2017
Tipo de intervención	Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Contribuir al fortalecimiento de capacidades en I+D+i en las empresas nacionales, a través de la inserción de profesionales altamente calificados con la finalidad de aumentar la productividad y competitividad de dichas empresas.
Beneficiarios objetivos	Empresas Pyme y personas naturales de sexo femenino constituidas en Chile con iniciación de actividades en primera categoría del Impuesto a la Renta, que se encuentren comprendidas en alguna de las dos alternativas siguientes: <ul style="list-style-type: none"> • Que, al menos el 50% del capital social o de los derechos societarios, correspondan a una o más mujeres. • Que, a lo menos el 30% del capital social o de los derechos societarios, correspondan a una o más mujeres y que, además, le corresponda al menos a una mujer la representación conjunta o individual de la sociedad.
Principales Características	El cofinanciamiento contempla un subsidio no reembolsable según el tamaño de la empresa, con un tope de \$7.000.000 CLP. Actividades financiables como el desarrollo de un nuevo o mejor producto, de nuevo o mejor proceso de manufactura o de pruebas de un nuevo producto. Fabricación y diseño de prototipos, o trabajo de diseño para un nuevo producto o proceso Evaluación de asistencia en la introducción de nuevos materiales, proceso y/o técnicas
Web/Link/Contacto	Teléfono: 600 586 8000 - Contacto: capitalhumano@corfo.cl

Nombre Iniciativa	Voucher de Innovación Mujeres
Organización Responsable	Corporación fomento a la producción (CORFO)
Año Inicio	2014
Tipo de intervención	Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Contribuir a desarrollar soluciones innovadoras a problemas o desafíos de productividad y/o competitividad de las empresas nacionales, a través de la vinculación con proveedores de conocimiento
Beneficiarios objetivos	Empresas y personas naturales constituidas en Chile con iniciación de actividades en primera categoría del impuesto a la renta, en las que: <ul style="list-style-type: none"> • Una o más mujeres posean al menos el 50% de la empresa (capital o derechos societarios). • Una o más mujeres posean entre el 30% y el 50% de la empresa (capital o derechos societarios), y que además tenga la representación legal de la empresa (individual o conjunta).
Principales Características	Cofinanciamiento de hasta 90% del costo del proyecto. Problema a abordar con el programa: Las mujeres co fundadoras de empresas se encuentran en su mayoría concentradas en sectores de más baja productividad que carecen de innovación y diferenciación, con una baja utilización de la tecnología y, por ende, un limitado valor agregado. Por lo tanto, sus empresas son de menor productividad y la mayoría se encuentra en la categoría Pyme.
Web/Link/Contacto	Teléfono: 600 586 8000 Contacto: innovacionempresarial@corfo.cl https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/voucher_de_innovacion_mujeres

1.1.1.3 Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP

Nombre Iniciativa	Programa Adelante Mujer Rural
Organización Responsable	Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP)
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Financiar las necesidades de capital de trabajo y de inversión, requeridos para desarrollar actividades económicas y productivas, en las mujeres rurales del País.
Beneficiarios objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigido a las mujeres rurales y sus organizaciones (personas naturales o personas jurídicas), que estén participando en algún programa de fomento productivo y que hayan acreditado su condición de usuaria de INDAP. • Las organizaciones con personalidad jurídica, deberán estar conformadas mayoritariamente por mujeres usuarias de INDAP, y tener actividad productiva y económica. • Las empresas individuales y de responsabilidad limitada (EIRL), deberán estar constituidas por una mujer, y para el acceso a los beneficios que otorga INDAP, se asimilaran a las personas naturales.
Principales Características	Con respecto a los montos del crédito, será el establecido en las normas para operar el crédito de INDAP.
Web/Link/Contacto	<p>Teléfono: (56) 2 2303 8000</p> <p>https://www.indap.gob.cl/servicios-indap/plataforma-de-servicios/financiamiento/!k/programa-adelante-mujer-rural-programa-de-financiamiento-credificio-para-mujeres-del-campo-de-chile</p>

Nombre Iniciativa	Formación y Capacitación para Mujeres Campesinas
Organización Responsable	Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) - PRODEMU
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Financiamiento-Capacitación
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	El programa busca colaborar para apoyar eficientemente a las mujeres campesinas y/o pequeñas productoras agrícolas de familias rurales, estableciendo como finalidad contribuir al incremento de sus ingresos mediante la consolidación de iniciativas económico-productivas asociadas al mundo rural.
Beneficiarios objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Ser mujer campesina. • Comprometer a través de carta compromiso, que disponen de tiempo compatible con las actividades. • En grupo, deben estar dispuestas a compartir en forma asociativa un proyecto de inversión común. • Obligación de asumir el cofinanciamiento cuando la actividad o proyecto lo requiera.
Principales Características	<p>Las líneas de acción del programa son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesorías técnicas: entrega asesoría y capacitaciones. • Unidades Productivas de Emprendimiento: Consiste en apoyo inicial a la inversión para unidades de negocio de primer año. • Inversiones: Consiste en un proyecto de inversión común en el grupo de trabajo que fortalece el negocio en caso de unidades de segundo año. INDAP podrá cofinanciar hasta el 90% del valor bruto del incentivo, con un monto coherente al número de integrantes del grupo. • Elaboración Plan de Negocios Trienal: El Programa apoya con sesiones de capacitación de Planificación, la elaboración del Plan de Acción del Negocio que determinará las actividades y procedimientos de la unidad de negocio. • Apoyo a la Formalización y Comercialización.
Web/Link/Contacto	<p>Teléfono: (56) 2 2303 8000</p> <p>https://www.indap.gob.cl</p>

1.1.1.4 Ministerio de la Mujer y Equidad de Género

Nombre Iniciativa	Programa Mujer Emprende
Organización Responsable	Ministerio de la Mujer y Equidad de Género
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Capacitación y cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	SI

Objetivos	Este programa busca avanzar hacia la autonomía económica de las mujeres emprendedoras de 18 años y más de los quintiles I al IV, desarrollando estrategias de intervención que permitan mejorar sus competencias y habilidades contribuyendo a la viabilidad y sostenibilidad de sus emprendimientos
Beneficiarios objetivos	Pertenecer al 60% de la población más vulnerable o al 80% en regiones de Antofagasta, Aysén y Magallanes. Y con nula o baja participación laboral (mínimo 6 cotizaciones en los últimos 12 meses). Desde los 18 años a los 64 años.
Principales Características	<ul style="list-style-type: none"> • Contempla una capacitación gratuita y subsidio para herramientas (\$300.000 CLP). • Seguro de accidentes. • Subsidio diario. • Cuidado infantil hasta los cinco años.
Web/Link/Contacto	<p>Teléfono: (56) 225 196 400</p> <p>https://www.minmujeryeg.cl/ministerio/estructura/mujer-y-trabajo/programa-mujer-asociatividad-y-emprendimiento/</p>

Nombre Iniciativa	Mujeres, Asociatividad y Emprendimiento
Organización Responsable	Ministerio de la Mujer y equidad de Género
Año Inicio	2015
Tipo de intervención	Capacitación y formación
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Disminuir barreras de género que afectan los emprendimientos de las mujeres de 18 años o más.
Beneficiarios objetivos	Mujeres de 18 años o más que desarrollan un emprendimiento o micro-emprendimiento formal o informal, pertenecientes a los quintiles de ingreso I al IV, que cuenten con un emprendimiento con capacidad de crecimiento de al menos un año de antigüedad y que obtienen ingreso por su actividad económica independiente.
Principales Características	Desarrollo de modelo de intervención integral que contribuya a reducir las inequidades, brechas y barreras de género relacionadas a comercialización, producción, Asociatividad y capacidad de agencia de mujeres emprendedoras a través de emprendimientos sustentables y con potencial de crecimiento. Se propicia la Asociatividad entre mujeres como estrategia para el empoderamiento económico y óptimo desarrollo de sus emprendimientos. Se incluye la organización de la V Feria Mujeres emprendedoras indígenas considerando la discriminación multidimensional, que las afecta, y contribuir a la reducción de las brechas entre mujeres indígenas y no indígenas
Web/Link/Contacto	www.minmujeryeg.cl

Nombre Iniciativa	Mujeres Jefas de Hogar
Organización Responsable	Ministerio de la Mujer y equidad de Género
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Talleres de formación y acceso a red de apoyos para la empleabilidad
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Contribuir a la inserción y permanencia en el mercado del trabajo remunerado, de las mujeres jefas de hogar, a través del desarrollo de capacidades, habilidades y competencias que mejoren sus condiciones de empleabilidad, junto a la promoción de procesos de intermediación laboral a nivel local, que sean pertinentes y participativos.
Beneficiarios objetivos	Tener entre 18 y 65 años de edad. Ser jefa de hogar. Pertenecer a los tres primeros quintiles de ingreso. Ser económicamente activa. Vivir o trabajar en las comunas donde se implementa el programa. No haber sido participante del Programa Mujeres Jefas de Hogar en los últimos 3 años.
Principales Características	Ofrece talleres para mujeres dependientes e independientes, además de nivelación de estudios, cuidado infantil y alfabetización digital. La participación en el programa varía entre uno y dos años.
Web/Link/Contacto	www.minmujeryeg.cl

1.1.1.5 Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE)

Nombre Iniciativa	Programa +Capaz a la Mujer Emprendedora
Organización Responsable	SENCE
Año Inicio	2016
Tipo de intervención	Capacitación -Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Apoyar el acceso y permanencia en el mercado laboral de mujeres que desarrollan o pretendan desarrollar un emprendimiento económico o que trabajen en forma independiente.
Beneficiarios objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Tengan entre 18 y 64 años de edad y pertenezcan al 60% más vulnerable, según Registro Social de Hogares. • Desarrollen o pretendan desarrollar un emprendimiento económico o que trabajen en forma independiente. • Tengan nula o escasa participación laboral (menos de 6 cotizaciones previsionales en los últimos 12 meses).
Principales Características	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación gratuita. • Fondo de inversión, subsidio para herramientas (\$300.000 IVA incluido). • Seguro de accidentes. • Subsidio diario. • Cuidado infantil hasta los cinco años.
Web/Link/Contacto	<p>Teléfono: Contacto:</p> <p>http://www.sence.cl/portal/Prensa/Noticias/13193:Programa-Mujer-Emprendedora-disponible-en-las-regiones-de-Arica-y-Parinacota-Antofagasta-Maule-Nuble-La-Araucania-y-Metropolitana</p>

1.1.1.6 Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)

Nombre Iniciativa	Concurso Mujer Empresaria Turística
Organización Responsable	SERNATUR - MINISTERIO MUJER Y EQUIDAD DE GÉNERO - BANCO ESTADO
Año Inicio	2018
Tipo de intervención	Premio financiamiento
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	<p>Visibilizar los emprendimientos femeninos y su importancia en el desarrollo de la actividad turística.</p> <p>Considerar aspectos innovadores, junto con aquellos de género, que permitan identificar y premiar las postulaciones de mujeres que sirvan de ejemplos para otras de la industria turística.</p> <p>Aportar a la detección y promoción de este tipo de negocios y fomentar la propagación de buenas ideas para la industria</p>
Beneficiarios objetivos	<p>Mujeres emprendedoras en el área de turismo con empresas de ventas de hasta UF 40.000:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microempresa: registra un nivel de ventas anuales netas de impuestos hasta 2.400 UF. • Pequeña empresa: registra ventas anuales netas de impuestos entre 2.401 UF y 40.000 UF.
Principales Características	El concurso busca premiar a las dos mejores exponentes femeninas que hayan innovado en sus emprendimientos de turismo a nivel nacional, pudiendo postular empresas urbanas y rurales prestadoras de servicios turísticos.
Web/Link/Contacto	<p>Teléfono: (56) 2 2731 8310</p> <p>https://www.sernatur.cl/mujerempresariaturistica/</p>

1.1.1.7 Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, SENCE

Nombre Iniciativa	Mujer Emprende
Organización Responsable	SENCE
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Fondo de inversión, subsidio para herramientas (\$300.000 IVA incluido) + Capacitación
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Este programa busca avanzar hacia la autonomía económica de las mujeres emprendedoras de 18 años y más de los quintiles I al IV
Beneficiarios objetivos	Pertenecer al 60% de la población más vulnerable o al 80% en regiones de Antofagasta, Aysén y Magallanes. Y con nula o baja participación laboral (mínimo 6 cotizaciones en los últimos 12 meses). Desde los 18 años a los 64 años.
Principales Características	<p>Busca desarrollar estrategias de intervención que permitan mejorar sus competencias y habilidades contribuyendo a la viabilidad y sostenibilidad de sus emprendimientos.</p> <p>El Programa Mujer Emprende considera tres componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Genera Mujer Emprendedora (GEME) • Fomento de Redes y Asociatividad • Acciones para la Sostenibilidad de los Emprendimientos <p>Incluye subsidio diario y cuidado infantil hasta los 5 años.</p>
Web/Link/Contacto	www.minmujeryeg.cl - www.sence.cl/

1.2 Instituciones privadas

Entre las instituciones privadas que ofrecen servicios de crédito para empresas de menor tamaño, hay bancos, cooperativas de ahorro y crédito y fundaciones.

Nombre Iniciativa	Premio Ellas Emprenden
Organización Responsable	Scotiabank
Año Inicio	2012
Tipo de intervención	Premio
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	El propósito de este reconocimiento es galardonar el liderazgo y capacidad que las emprendedoras muestran para gestionar sus negocios y potenciar el crecimiento de los mismos, a través de su liderazgo, esfuerzo, dedicación y responsabilidad financiera.
Beneficiarios objetivos	Postulantes mujeres emprendedoras con residencia en el territorio nacional. Mayores de 18 años. Que realice alguna actividad emprendedora. Que participen directamente en la gestión de su negocio. Pueden ser clientas o no clientas de Scotiabank.
Principales Características	Postulación según categorías: pequeña emprendedora, mediana emprendedora y emprendedora gastronómica. El primer lugar se lleva \$4.000.000 , el segundo lugar \$3.000.000 y el tercer lugar \$2.000.000.
Web/Link/Contacto	http://www.premioellasemprenden.cl/

Nombre Iniciativa	Crece Mujer
Organización Responsable	Banco Estado
Año Inicio	2015
Tipo de intervención	Capacitación - Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	El propósito es capacitar, informar y poner en contacto a mujeres emprendedoras.
Beneficiarios objetivos	Mujeres emprendedoras
Principales Características	El programa ofrece nuevos productos financieros, mejora su atención en sucursales, incorpora asesoría telefónica y virtual con una nueva página web. Se incluyen charlas y coordinación con otros servicios de fomento del Estado.
Web/Link/Contacto	Teléfono: 800 835 000
	https://www.crecemujer.cl/

Nombre Iniciativa	Aceleradora de Negocios
Organización Responsable	Mujeres Empresarias
Año Inicio	2013
Tipo de intervención	Financiamiento-Asesoría
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Busca integrar la asesoría con financiamiento para potenciar los negocios liderados por mujeres de alto impacto y escalables
Beneficiarios objetivos	Mujeres empresarias y emprendedoras (MIPYME) que cumplan con los requisitos específicos de la organización.
Principales Características	Junto con este objetivo, tiene el propósito de generar un ecosistema mixto y enriquecedor. Potenciando las redes de contacto, networking y alianzas entre los mismos emprendedores para apoyar su crecimiento.
Web/Link/Contacto	https://www.me.cl/aceleradora

Nombre Iniciativa	Programa de Mentoría
Organización Responsable	Mujeres Empresarias
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Capacitación-Asesoría
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Generar redes entre mujeres
Beneficiarios objetivos	Mujeres empresarias y emprendedoras (MIPYME) que cumplan con los requisitos específicos de la organización.
Principales Características	<p>El programa de mentorías permite:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Talleres de Formación Empresarial. 2. Actividades de Networking exclusivas. 3. Participación en los Encuentros Empresariales. 4. Presencia en la Plataforma Virtual "Market ME". 5. Acceso a Convenios Empresariales con instituciones de apoyo al emprendimiento. 6. Acceso a Portafolio de Consultores de Mujeres Empresarias. 7. Posibilidad de Difusión de productos y servicios con medios de comunicación en alianza con Mujeres Empresarias. 8. Programas de Formación Académica a tarifas preferentes.
Web/Link/Contacto	https://www.me.cl/mentoría

Nombre Iniciativa	Asesoría ME
Organización Responsable	Mujeres Empresarias
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Capacitación-Asesoría
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Asesorías en distintos ámbitos para el fortalecimiento del desarrollo empresarial de las mujeres beneficiarias de dicho programa.
Beneficiarios objetivos	Mujeres empresarias y emprendedoras (MIPYME) que cumplan con los requisitos específicos de la organización.
Principales Características	<p>El programa de asesoría contempla los siguientes servicios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Talleres de Formación Empresarial. 2. Actividades de Networking exclusivas. 3. Participación en los Encuentros Empresariales. 4. Presencia en la Plataforma Virtual "Market ME". 5. Acceso a Convenios Empresariales con instituciones de apoyo al emprendimiento. 6. Acceso a Portafolio de Consultores de Mujeres Empresarias. 7. Posibilidad de Difusión de productos y servicios con medios de comunicación en alianza con Mujeres Empresarias. 8. Programas de Formación Académica a tarifas preferentes.
Web/Link/Contacto	https://www.me.cl/asesoria

Nombre Iniciativa	Mentoría para emprendedoras
Organización Responsable	ComunidadMujer
Año Inicio	2004
Tipo de intervención	Talleres y capacitaciones
Exclusivo para mujeres	SI
Objetivos	Asignar un guía o mentor para que oriente durante siete meses a una mujer profesional, emprendedora o líder social a desplegar sus capacidades, identificar sus necesidades y las competencias que desea desarrollar de acuerdo con sus metas y objetivos
Beneficiarios objetivos	Dirigida a mujeres que quieran potenciar su liderazgo personal, desarrollo de carrera profesional, emprendimiento y formación de redes.
Principales Características	Desarrolla programas que abordan el liderazgo, capacitación y mentoría para mujeres. Elabora propuestas basadas en estudios e investigaciones propias y acciones de incidencia con actores políticos, sociales y empresariales. Desarrollo de consultorías para favorecer procesos de cambio cultural desde un enfoque de género. Red de más de 200 mentores y mentoras; más de 850 mentoreadas.
Web/Link/Contacto	Comunidad Mujer (56-2) 2 222 31 30 info@comunidadmujer.cl

8.5.2 Mapeo de los instrumentos de apoyo al desarrollo empresarial: Sin perspectiva de género

Instituciones públicas

Dentro de la institucionalidad pública chilena existen varias organizaciones que otorgan servicios financieros para las empresas de menor tamaño, de diversas formas.

1.2.1.1 Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC

Nombre Iniciativa	Capital Semilla - Emprendimiento
Organización Responsable	Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC)
Año Inicio	2005
Tipo de intervención	Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Apoyar la creación de una microempresa o para permitir el despegue y/o consolidación de una actividad empresarial existente.
Beneficiarios objetivos	Personas naturales, mayores de 18 años, sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos, que presenten una idea de negocio que cumpla con el foco definido por la convocatoria de Sercotec en su región.
Principales Características	Este plan de trabajo incluye acciones de gestión empresarial (capacitación, asistencia técnica y acciones de marketing) e inversiones en bienes necesarios para cumplir el objetivo del proyecto.
Web/Link/Contacto	Teléfono: (562) - 2840 92 65. Contacto: sercotec@tdcla.com https://www.sercotec.cl/capital-semilla-emprende/

Nombre Iniciativa	Crece
Organización Responsable	Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC)
Año Inicio	2015
Tipo de intervención	Cofinanciamiento (subsidio)
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	potenciar el crecimiento de micro y pequeñas empresas o su acceso a nuevas oportunidades de negocio,
Beneficiarios objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos en primera categoría, con ventas anuales netas entre 200 y 25.000 U.F. • Empresas con ventas anuales demostrables inferiores a 200 U.F. solo en el caso de tener menos de un año de existencia. • Cooperativas con ventas anuales demostrables promedio por asociado/a menores a 25.000 U.F. al año.
Principales Características	Sercotec dispone del Fondo de Desarrollo de Negocios Crece, abierto también para cooperativas y empresas de menos de un año de existencia. Esto a través de un mecanismo concursable, Crece otorga un subsidio no reembolsable de hasta \$6 millones CLP.
Web/Link/Contacto	https://www.sercotec.cl/crece/

Nombre Iniciativa	Red de Centros de Desarrollo de Negocios
Organización Responsable	Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC)
Año Inicio	2014
Tipo de intervención	Asesoría técnica - Capacitación
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	El propósito es contribuir al aumento de la productividad y sostenibilidad de las empresas, de los empresarios y emprendedores, hombres y mujeres, para llevar adelante sus negocios.
Beneficiarios objetivos	Pequeñas empresas y emprendedores, hombres y mujeres, que requieran apoyo y se comprometan a implementar un plan de trabajo.
Principales Características	<p>Dentro de las principales características de este Centro es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de apoyo desplegados en el territorio de Chile (Mentoría y asesoría técnica de alto valor; Capacitación general y especializada; Acceso a oferta financiera; Investigación aplicada de negocio y mercado; Vinculación y articulación con el ecosistema productivo local). • Atención integral y sostenida en el tiempo para asegurar impacto económico. • Funcionan a través de Municipalidades Locales.
Web/Link/Contacto	<p>Teléfono: (2) 2386 7780 (RM)</p> <p>https://centroschile.sercotec.cl</p>

1.2.1.2 Fondo de Solidaridad e Inversión Social, FOSIS

Nombre Iniciativa	Yo Emprendo Semilla
Organización Responsable	FOSIS
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Capacitación, acompañamiento, asesoría técnica y financiamiento
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Obtener apoyo para desarrollar un micro-emprendimiento, con el objetivo de aumentar sus ingresos
Beneficiarios objetivos	Personas mayores de 18 años que se encuentren dentro de los segmentos más vulnerables según el Registro Social de Hogares, o pertenezcan al Subsistema de Seguridades y Oportunidades, residan en una comuna donde se desarrolle el programa y tengan una idea de negocio o micro emprendimiento funcionando.
Principales Características	El programa yo emprendo-semilla, cuenta con un financiamiento de plan de negocios con un mínimo de \$300.000 y un máximo de 500.000. A la misma vez que da una oportunidad económica, también brinda una oportunidad de asesoramiento y capacitación.
Web/Link/Contacto	http://www.fosis.gob.cl

Nombre Iniciativa	Yo Emprendo
Organización Responsable	FOSIS
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Capacitación, acompañamiento, asesoría técnica y financiamiento
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Según clasificación, <ul style="list-style-type: none"> • Yo emprendo básico regular, para hacer crecer a negocios productivos o de servicios. • Yo emprendo básico adulto mayor, orientado a adultos mayores de 55 años. • Yo emprendo avanzado regular, apoyo para potenciar oportunidades en el mercado.
Beneficiarios objetivos	Está dirigido a quienes ya tienen un emprendimiento y quieren hacerlo crecer para aumentar sus ingresos. Personas mayores de 18 años que se encuentren dentro de los segmentos más vulnerables según el Registro Social de Hogares, o pertenezcan al Subsistema de Seguridades y Oportunidades, tengan un negocio funcionando, puedan aportar recursos para el desarrollo del negocio, residan en una comuna donde se desarrolle el programa.
Principales Características	Con enfoque a distintos grupos se ofrecen distintas especificidades del programa
Web/Link/Contacto	http://www.fosis.gob.cl

1.2.1.3 Corporación de Fomento de la Producción, CORFO

Nombre Iniciativa	Start-Up Chile
Organización Responsable	Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)
Año Inicio	2015
Tipo de intervención	Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	El propósito de Start-Up es ser una aceleradora del Gobierno de Chile que potencia emprendimientos tecnológicos globales para que usen al país como plataforma para escalar al mundo
Beneficiarios objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Personas mayores de 18 años.• Chileno o extranjero.• Que sean fundadoras o titulares en la ejecución de un proyecto global que utilice a Chile como plataforma.
Principales Características	A fin de potenciar el desarrollo de aquellos proyectos que generen un impacto en el país y muestren tener altas posibilidades de viabilidad en el mercado y de obtención de financiamiento durante los primeros 5 meses de ejecución, se contempla la asignación de \$25.000.000 CLP.
Web/Link/Contacto	Teléfono: 600 586 8000 Contacto: contacto@startupchile.org https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/start-up_chile

Nombre Iniciativa	CRÉDITO CORFO MIPYME
Organización Responsable	Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Mejorar la oferta de financiamiento para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en adelante, MIPYMES. Lo anterior, a través de Intermediarios Financieros No Bancarios (IFNB), que otorguen operaciones de Crédito, Leasing y/o Factoring.
Beneficiarios objetivos	Personas naturales o jurídicas que destinen recursos a actividades de producción de bienes y servicios cuyos ingresos anuales por ventas, servicios y otras actividades no excedan las UF100.000.
Principales Características	El financiamiento otorgado por Instituciones, mediante operaciones de crédito y leasing de hasta 10 años plazo, y operaciones de Factoring.
Web/Link/Contacto	Teléfono: 600 586 8000 Contacto: unidadcomercial@corfo.cl https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/credito_corfo_mipyme

Nombre Iniciativa	Semilla- CORFO
Organización Responsable	Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Cofinanciamiento
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Tiene como propósito, potenciar un negocio que detecte una oportunidad y sea diferenciador en el mercado chileno.
Beneficiarios objetivos	<p>Personas naturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenga más de 18 años. • Cuento con residencia en Chile. • Que no haya iniciado actividades en SII o que tribute en segunda categoría sin importar la fecha de iniciación de actividades. Si tributa en primera categoría debe haber iniciado actividades en los giros de primera categoría en los últimos 24 meses. • Tener ventas netas que no excedan los \$100 millones en los últimos 6 meses. <p>O personas jurídicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenga fines de lucro. • Esté constituida en Chile. • Haya iniciado actividades en los últimos 24 meses. • Tenga ventas netas que no excedan los \$100 millones en los últimos 6 meses.
Principales Características	<p>Cofinanciamiento de \$25.000.000 CLP, el cual cubre hasta el 75% del costo del proyecto.</p> <p>Cada proyecto deberá presupuestar y recibir servicios de mentoría, realizados por integrantes de alguna de las Redes de Mentores de la misma institución, destinando \$500.000 CLP del subsidio para este fin.</p>
Web/Link/Contacto	<p>Teléfono: 600 586 8000 Contacto: semilla@corfo.cl</p> <p>https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/segunda_convocatoria_semilla_corfo</p>

1.2.2 Instituciones privadas

Entre las instituciones privadas que ofrecen servicios de crédito para empresas de menor tamaño, hay bancos, cooperativas de ahorro y crédito y fundaciones.

Nombre Iniciativa	Programa Nace
Organización Responsable	Banco de Crédito e Inversiones (BCI)
Año Inicio	2006
Tipo de intervención	Asesoría para conseguir financiamiento y apoyos
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Entregar financiamiento a emprendedores en fase temprana de desarrollo
Beneficiarios objetivos	Pueden acceder Emprendedores con una antigüedad inferior a 18 meses y con un potencial de ventas anuales superiores a UF 2.400.
Principales Características	Aporte al ecosistema del emprendimiento a partir de asesoramiento especializado. Más de 1.500 emprendedores bancarizados y una tasa de éxito del 85%
Web/Link/Contacto	www.bci.cl

Nombre Iniciativa	Jump Chile
Organización Responsable	Centro de Innovación UC
Año Inicio	2008
Tipo de intervención	Financiamiento
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Formar una nueva generación de emprendedores, que sean agentes de cambios y transformen problemas locales en oportunidades de impacto global.
Beneficiarios objetivos	Al menos 2 miembros del equipo (2-6 personas) deben estar en pre o postgrado de universidad, CFT o institutos profesionales de Chile y Latinoamérica.
Principales Características	El programa Jump Chile es una academia de aceleración que ayuda a los estudiantes a identificar problemas y oportunidades para desarrollar modelos de negocios y validarlos. Fondos: Entre \$3.000.000 y \$6.500.000 por concurso, pudiendo adjudicarse, más de un fondo dentro de la misma convocatoria.
Web/Link/Contacto	www.jumpchile.com

Nombre Iniciativa	Colab Alto Impacto
Organización Responsable	Centro de Innovación UC
Año Inicio	2015
Tipo de intervención	Financiamiento, talleres y acompañamiento
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Identificar y potenciar a emprendimientos de innovación social para convertirlos en empresas sociales.
Beneficiarios objetivos	Equipos con emprendimientos innovadores, proyectos autosustentables y modelos replicables de impacto social significativo, que se encuentren en etapa temprana e incluyan dimensiones sociales específicas.
Principales Características	Es un programa del Laboratorio de Innovación Social UC financiado por CORFO, a través del fondo Subsidio Semilla de Asignación Flexible para Emprendimientos de Innovación Social (SSAF-S). Además, es apoyado por Incuba UC y el Centro de Innovación UC. 10 negocios de impacto que participan en una aceleración de 8 meses. Proyectos seleccionados pueden acceder a: \$8.000.000 de financiamiento + \$2.000.000 de cofinanciamiento Acceso a redes de mentorías Talleres de fortalecimiento Acompañamiento para consolidar la comercialización del producto y/o servicio
Web/Link/Contacto	https://comunidad.socialab.com/challenges/altoimpacto

Nombre Iniciativa	Open Startup
Organización Responsable	Aceleradora de Negocios de la Universidad del Desarrollo
Año Inicio	2010
Tipo de intervención	Acceso a fondos + cofinanciamiento + acceso a redes
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Apoyar a emprendedores innovadores con proyectos de alto riesgo en el desarrollo de sus etapas tempranas para la creación, puesta en marcha y ejecución de éstas. Para emprendimientos que resuelvan problemas reales y que además sean capaces de validar su negocio comercialmente en el corto plazo (a través de ventas principalmente), es decir, en un plazo máximo de 12 meses.
Beneficiarios objetivos	Personas naturales o jurídicas mayores de 18 años. Sobre los postulantes extranjeros, al menos uno debe poseer CDI chilena vigente para comenzar con una personalidad jurídica o Personas Jurídicas con fines de lucro, nacionales o extranjeras que no presenten iniciación de actividades en un giro relacionado con el objeto del Proyecto de Emprendimiento de Innovación y/o alto impacto, por un período superior a 36 meses a la fecha de postulación y que sus ventas no superen los \$100.000.000.- durante los 6 últimos meses anteriores a la postulación.
Principales Características	Subsidio de hasta \$60.000.000 por proyecto
Web/Link/Contacto	http://openstartup.uddventures.udd.cl/

Nombre Iniciativa	Desafío SALUDD
Organización Responsable	Aceleradora de Negocios de la Universidad del Desarrollo
Año Inicio	N/A
Tipo de intervención	Financiamiento + acceso a redes
Exclusivo para mujeres	NO
Objetivos	Apoyar la primera fase de desarrollo de emprendimientos innovadores en Salud, que respondan a algún desafío planteado por las instituciones asociadas Intersystems, Hospital Clínico del Sur, Salcobrand y Hospital Las Higueras o a un problema detectado y validado por los emprendedores y que posean modelos de negocios escalables.
Beneficiarios objetivos	Personas naturales mayores de 18 años, nacionales o extranjeras con residencia temporal o definitiva en Chile. Personas jurídicas, con fines de lucro, nacionales o extranjeras que no tengan iniciación de actividades en un giro relacionado con el objetivo del Proyecto, por un período superior a 24 meses y que sus ventas netas no superan \$100.000.000.- (cien millones de pesos), en los seis meses anteriores a la fecha de postulación.
Principales Características	El subsidio máximo al que se puede optar es \$14.000.000. El emprendedor debe cofinanciar un 30% del costo total del proyecto. Se presentan 4 tipos de desafíos: trazabilidad, información oportuna, fidelización, auto monitoreo.
Web/Link/Contacto	http://desafiosalud.uddventures.udd.cl/

8.6 Carta de Invitación Mesas de trabajo

Estudio: Factores que afectan el desarrollo empresarial Femenino (WED)

Dirección de Estudios Sociales UC (DESUC)- OIT – Mujeres Empresarias - CPC

Carta de Presentación y Colaboración de Estudio

Santiago, octubre 2020

Presente

Estimado/a:

Junto con saludar muy cordialmente, me dirijo a usted para comunicarle que la Dirección de Estudios Sociales del Instituto de Sociología UC (DESUC), en conjunto con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Confederación de Producción y comercio (CPC) y Mujeres Empresarias (ME), se encuentran realizando la última etapa del estudio un estudio acerca de los **“Factores que afectan el desarrollo empresarial de las mujeres en el país (WED)”**, con el fin de colaborar en el diseño de acciones para la promoción del talento y la diversidad de los entornos empresariales en Chile.

El proyecto tiene como propósito producir información cualitativa a fin de identificar las percepciones de mujeres emprendedoras y representantes del ecosistema empresarial chileno, acerca del desarrollo empresarial de las mujeres y propuestas para su fortalecimiento, al alero de los resultados de la Evaluación Nacional WED realizada durante el año 2019.

En ese marco, estaríamos muy agradecidos si usted pudiese participar en una *mesa de trabajo* conjunta con otros participantes, en la que nos pueda dar su opinión y visión sobre los tópicos antes mencionados.

La dinámica contempla una duración aproximada de **115 minutos** y será realizada por investigadoras de la Dirección de Estudios Sociales UC en **día y hora a definir (vía remota; utilizando plataforma zoom)**. La dinámica será grabada en registro de audio y video se mantendrá en total confidencialidad, siguiendo los estándares éticos y técnicos que caracterizan el quehacer académico de nuestra universidad, y en particular de DESUC.

La coordinación del día y hora de la entrevista grupal, así como la confirmación de su participación estará a cargo de profesionales DESUC, quienes tomaran contacto directamente con Ud. a fin de agendar con la debida anticipación.

En caso de tener alguna consulta sobre esta etapa de la investigación, usted podrá contactarse con Conzuelo Rivas, profesional de DESUC, al número (569) 51244584, al correo electrónico ctrivas@uc.cl

Agradeciendo desde ya su buena disposición y colaboración, le saluda,


Cristián Ayala Armanet
Director DESUC
Instituto de Sociología UC
Pontificia Universidad Católica de Chile

8.7 Pauta de trabajo (mesas)

ESTUDIO WED – FASE 3

PAUTA MESAS DE TRABAJO EN LÍNEA

Buenos días/tardes, mi nombre es_____ y formo parte del equipo de la Dirección de Estudios Sociales (DESUC) de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que está a cargo de este estudio. El objetivo del estudio es indagar en las **percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres** en Chile, con el fin de colaborar en el diseño de acciones para la promoción del talento y la diversidad de los entornos empresariales del país. En este caso, esta instancia tiene como objetivo particular realizar una validación de los resultados de las fases anteriores del estudio, así como plantear propuestas concretas en pos de robustecer el ecosistema empresarial femenino en Chile.

La idea es que podamos conversar de algunos temas al respecto. Todo lo que aquí se converse tiene carácter absolutamente confidencial. ¿Están de acuerdo con que esta entrevista sea grabada? Se grabará solo con el objeto de dejar un registro y poder analizar la información adecuadamente, pero los datos sólo serán trabajados a nivel agregado, es decir, no serán trabajados a nivel individual. Por favor, siéntase con libertad para hablar. La conversación durará alrededor de *100 minutos*.

[Pedir aceptación verbal de consentimiento].

[Explicar modalidad de mesa en línea: uso de zoom, participación].

Introducción: Presentaciones

Antes de comenzar con las preguntas, quisiera pedirle que se presentarán brevemente:

- Cuéntenos un poco de ustedes ¿Cuántos años tienen? ¿Tienen hijos?
- Cuéntenos de sus empresas/emprendimientos: área, rol en ella, motivaciones iniciales ¿Hace cuánto tiempo están trabajando en sus empresas/emprendimientos? ¿Cómo ha sido la experiencia de trabajar en ese rubro?

[Para el caso de representantes ecosistema empresarial]

- Breve presentación: nombre, cargo, hace cuanto forma parte de su organización/institución
- Experiencia tiene respecto al desarrollo empresarial.

Módulo I: Presentación resultados y diagnóstico participativo

- **Introducir la lógica de los ejercicios a realizar:** exposición resultados estudio para indagar en sus evaluaciones y desde ahí realizar un diagnóstico, que puede estar de acuerdo o no lo expuesto (ejercicio 1). Para luego priorizar temáticas y finalmente elaborar en conjunto propuestas concretas para mejorar el ecosistema empresarial femenino (ejercicio 2).
- **Breve presentación de resultados** (10 minutos).

Ejercicio 1: diagnóstico participativo.

- Esta presentación otorga una panorámica respecto al estado de las mujeres empresarias en Chile. Aspectos que pueden validarse o refutarse de acuerdo a lo que hoy conversemos. Adicionalmente, la idea es abrir espacio a temas que no hayan sido tocados en esta presentación. Para ello queremos realizar en conjunto un diagnóstico de los principales temas que afectan a las mujeres para emprender en Chile.
- ¿Cuáles son sus primeras impresiones sobre el diagnóstico expuesto? ¿Qué diagnósticos de los resultados presentados les hacen sentido? ¿Con cuáles están en desacuerdo? ¿Por qué?

- Para reunir todos nuestros puntos de vista realizaremos el siguiente ejercicio. La premisa que tiene este y a la cuál queremos responder hoy es: **¿Qué aspectos afectan a las mujeres empresarias en Chile para emprender?**
- **Buscaremos dar respuesta a esta pregunta, conversando desde sus experiencias como empresarias:** ¿Cómo evalúan las siguientes dimensiones/temas en torno a la pandemia, y después en términos generales?

Dimensiones/temas	Periodo de pandemia	Perspectiva general
1. Inserción en programas de apoyos gubernamentales y no gubernamentales.		
2. Dificultades y necesidades de las mujeres para la creación y mantención de una empresa.		
3. Involucramiento e inserción de mujeres en el sistema.		
4. Otros temas		

- En el caso del **corto plazo (tiempos de pandemia), sino aparece preguntar por:**
 - ¿Qué áreas en sus propios negocios han tenido más desafíos?
 - ¿Qué oportunidades dilucidan a partir de la pandemia?
 - ¿Qué obstáculos ven hoy para emprender o mantener emprendimientos?
 - ¿Cómo han enfrentado la digitalización y el e-commerce?
 - ¿Qué problemas o necesidades de las mujeres empresarias se mantienen hoy, en tiempos de pandemia? ¿Cuáles han cambiado con la pandemia? ¿De qué manera?
- En cuanto a una **perspectiva general o de largo plazo, sino aparece preguntar:**
 - ¿Cómo evalúan los programas (qué tanto conocen de ellos, el trato de ejecutores) de apoyo al emprendimiento? ¿Y particularmente los programas de apoyo para emprendimientos de mujeres?
 - De acuerdo a lo expuesto ¿Qué dificultades tienen las mujeres para crear y/o mantener una empresa en Chile?
 - ¿Cómo los programas de apoyo involucran las dificultades que tienen las mujeres para emprender y/o desarrollar sus emprendimientos?

Módulo II: Elaboración de propuestas concretas

Ejercicio 2: propuestas y plan de acción

- Ahora que hemos podido desarrollar un diagnóstico general sobre estos factores, conversaremos sobre propuestas de solución para enfrentar los desafíos recién conversados.
- Para ello, les propongo pensar tomarse unos minutos en observar este listado de propuestas, teniendo en consideración las 3 áreas de acción recién expuestas. **Y elijan que 3 medidas. La idea es que después de votar nos expliquen el porqué de su elección y podamos conversarlo en conjunto.**

¿Hay alguna de las medidas que hayan mencionado que consideren más urgente para el apoyo de mujeres empresarias? Del listado de propuestas, Elija 3 más prioritarias para el apoyo a mujeres emprendedoras (Selección múltiple)

1. Visibilizar y aunar el diagnóstico de las restricciones de las mujeres para emprender
2. Acordar una definición única para todos los actores respecto a qué significa una empresa de mujer.
3. Crear un portal del Estado focalizado con la información de bonos, créditos, programas dirigidos a mujeres.
4. Generar alianzas que ya existen en otros organismos del Estado como por ejemplo a través de marketplace.
5. Más esfuerzos centrados en mantención de emprendimientos (no sólo la primera etapa).
6. Considerar en sus líneas de trabajo la multiplicidad de roles y las diversas responsabilidades
7. Generación de redes entre mujeres y espacios para compartir experiencias cotidianas.
8. Potenciar la noción de un emprendimiento como un trabajo colaborativo.

- **Profundizar en las propuestas planteadas:**
 - Evaluar la **novedad** de la propuesta: ¿Qué tanto impacto tendría una propuesta así? ¿Se asemeja a otros programas o políticas?
 - **Factibilidad** de implementación de las ideas enumeradas: ¿Qué obstáculos y facilitadores existen para llevar a cabo estas propuestas (redes, buenas prácticas, financiamiento, entre otras)?
 - ¿Qué tendrían que añadir estas propuestas para que incorporarán las necesidades particulares de las mujeres (perspectiva de género)?
- Y pensando en el contexto actual, ¿hay alguna de las medidas que hayan mencionado que consideren más urgente para el apoyo de mujeres empresarias?

Módulo III: Síntesis y cierre

- ¿Alguno quiere agregar algo más a lo conversado?
- Agradecer y finalizar.

8.8 Consentimiento Informado Mesas de trabajo

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

ESTUDIO Desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile (WED)

Dirección de Estudios Sociales UC– ME – OIT - CPC

Usted ha sido invitado a participar en el estudio **“Desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres en Chile (WED)”** a cargo de la Pontificia Universidad Católica de Chile, en conjunto con la Mujeres Empresarias, CPC y OIT. El objeto de esta carta es entregarle información para su participación en el estudio.

¿Cuál es el propósito de esta investigación?

El objetivo de esta investigación, es producir información cualitativa a fin de identificar las percepciones de mujeres emprendedoras y representantes del ecosistema empresarial chileno, acerca del desarrollo empresarial de las mujeres y propuestas para su fortalecimiento, al alero de los resultados de la Evaluación Nacional WED realizada durante el año 2019.

¿En qué consiste su participación? ¿Cuánto durará su participación?

Su participación en esta investigación consiste en mantener una **entrevista grupal (o mesa de trabajo)**, la cual debiese tomar alrededor de **90 minutos** y será grabada en audio. Usted no está obligado(a) a proporcionar ninguna información que le haga sentir incómodo(a) y puede retirar su participación en cualquier momento del estudio.

¿Qué riesgos corre al participar? No existen riesgos demostrados de participar en este estudio.

¿Qué beneficios puede tener su participación?

No hay beneficios directos de este estudio directamente para usted. Sin embargo, el ecosistema empresarial en Chile podría beneficiarse de este estudio en un futuro, en la medida que le permite conocer la visión de mujeres emprendedoras y representantes del ecosistema, respecto a la temática mencionada y mejorar su rol en torno a ella.

¿Qué pasa con la información y datos que usted entregue?

La información que se obtenga en la entrevista será utilizada sólo a nivel agregado, es decir, sin identificar casos particulares ni dar nombres, y exclusivamente para fines de este estudio. Es decir, toda información entregada por los entrevistados es **absolutamente confidencial**.

¿Es obligación participar? ¿Puede arrepentirse después de participar?

Usted **NO** está obligado de ninguna manera a participar en este estudio. Además, si accede a participar, puede dejar de hacerlo en cualquier momento sin repercusión alguna. Si usted se siente incómodo/a con la conversación, puede interrumpir la entrevista en cualquier momento.

¿A quién puede contactar para saber más de este estudio o si le surgen dudas?

La entrevista será aplicada por el equipo ejecutor de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Si tiene cualquier pregunta acerca de esta investigación puede contactar a Conzuelo Rivas, investigadora de DESUC. Su teléfono es el (569) 51244584 y su email es ctrivas@uc.cl

HE TENIDO LA OPORTUNIDAD DE LEER ESTA DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO, HACER PREGUNTAS ACERCA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, Y ACEPTO PARTICIPAR EN ESTE PROYECTO.

Nombre investigador

Firma investigador

Fecha

Nombre participante

Firma participante

Fecha

8.9 Pautas de entrevistas en profundidad para organismos gubernamentales

ESTUDIO “DIAGNÓSTICO FACTORES DESARROLLO EMPRESARIAL FEMENINO”

Pauta Entrevista Organizaciones Gubernamentales (RR mujer/Género)¹⁸

Buenos días/tardes, mi nombre es_____ y formo parte del equipo de la Dirección de Estudios Sociales del Instituto de Sociología (DESUC) de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que está a cargo de este estudio. El objetivo es indagar en las percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de informantes claves en esta temática.

La idea es que podamos conversar de algunos temas al respecto. Todo lo que aquí se converse tiene carácter absolutamente confidencial. Se grabará solo con el objeto de dejar un registro y poder analizar la información adecuadamente, pero los datos sólo serán trabajados a nivel agregado, es decir, no serán analizados a nivel individual. Por favor, siéntase con libertad para hablar. La conversación durará alrededor de una hora. (PEDIR SOLICITUD DE FIRMA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO).

Módulo Introductorio: Presentación

Lo primero, es que me cuente un poco de Ud.:

- Nombre, cargo (con definición de cargo y atribuciones), hace cuánto forma parte de su organización/empresa.

Módulo I: Organización y desarrollo empresarial femenino

- Para comenzar, cuénteme un poco sobre su **organización, sus principales objetivos, los apoyos –programas** y servicios que brinda.
- Me gustaría que nos adentráramos en el desarrollo empresarial/emprendimiento ¿Cuál es su percepción en relación al desarrollo empresarial, particularmente las MIYPYME en el país? ¿Cuáles serían los desafíos que tienen las MIPYME en la actualidad?
- Y ¿en particular para el caso de las mujeres en dicho sector MIPYME? ¿Qué necesidades-limitaciones le pueden aquejar a las mujeres en el desarrollo de sus MIPYME?

Módulo II: Organismos gubernamentales y su rol en iniciativa empresarial (femenina).

- En términos generales ¿Cómo cree Ud. que **el Estado –otros ministerios y programas-reconoce las necesidades particulares de las mujeres empresarias** y se preocupa por el desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres?
- ¿De qué manera **su organismo** se ha podido hacer cargo de **comprender y atender a las necesidades, limitaciones y oportunidades** particulares de las empresas de mujeres?
- ¿Qué componentes de la **política o estrategia de su ministerio ponen énfasis en el desarrollo empresarial** o de la iniciativa empresarial de las mujeres? De ser así, ¿Dicha política a quién está particularmente dirigida? (*Nota al entrevistador/a: indagar si está dirigida a ciertos grupos socioeconómicos o a todas las mujeres*).

¹⁸ Estos pueden ser responsables de la formulación de políticas, administradores de programas, asesores empresariales, o reguladores y gerentes. Es importante reunirse con los responsables de la formulación de políticas, así como con los funcionarios gubernamentales que tienen contacto directo con las MIPYME, como los administradores de los programas de asistencia a las MIPYME.

- ¿Cómo se podrían abordar los desafíos particulares que enfrentan las empresas propiedad de mujeres? ¿Y desde su organismo en particular?
- ¿Cómo percibe la coordinación y/o cooperación de otros ministerios y programas del Estado con su ministerio, en temas relacionados con la mejora de las condiciones para el empoderamiento económico de las mujeres?

Módulo III: Desarrollo empresarial de las mujeres en particular

- Ahora quisiera que habláramos de algunos temas particulares que aquejan a las mujeres propietarias de MIPYMES. Dentro de las temáticas que afectan a las MIPYME podemos considerar como algo relevante la comprensión de las **políticas, leyes y reglamentos de los propietarios**, gerentes y trabajadores/as de dichas MIPYME ¿Cuál es su visión acerca de esto?
- ¿Cómo percibe el acceso de la información sobre estas **políticas, leyes y regulaciones**? ¿Podrían existir diferencias entre quienes pueden acceder de buena manera a esta información? ¿Y entre hombres y mujeres?
- A su parecer ¿Cómo las mujeres propietarias de sus empresas están informadas sobre sus **obligaciones** (p.e. procedimientos de registro empresarial, obligaciones del empleador, etc.) y **derechos jurídicos** (p.e. derechos de propiedad, derecho a celebrar contratos, etc.)?
- Particularmente ¿Cuál es su opinión de las leyes y regulaciones que existen para dedicarse a la actividad empresarial independiente (p.e. propiedad de empresas)? ¿Cómo cree que impactan estas leyes y regulaciones en el desarrollo empresarial de las mujeres?
- ¿Cómo evalúa la ocurrencia de prácticas consuetudinarias en las leyes que garantizan los derechos de igualdad de las mujeres? ¿Qué impacto tendría esto en la capacidad de las mujeres para comenzar un negocio y acceder a los recursos que necesitan?
- Desde su experiencia ¿existen leyes para garantizar la igualdad de acceso de las mujeres a apoyos financieros y crediticios en Chile? (De no ser así) ¿Qué factores podrían estar influyendo en eso?

Módulo IV: Desafíos gubernamentales respecto al desarrollo de MIPYMES femeninas

- Ahora respecto a los desafíos que enfrentan en esta temática ¿Qué políticas, leyes, regulaciones o procedimientos administrativos serían los más propicios para crear un entorno más favorable para el surgimiento de nuevas empresas y el fortalecimiento de las empresas de mujeres? (*Nota al entrevistador/a: especificar lo más posible estos cambios.*)
- ¿Qué mecanismos existen actualmente para que la comunidad empresarial comparta sus preocupaciones con las autoridades (y su ministerio)? (con asociaciones empresariales, organizaciones de empleadores) ¿Cómo los evalúa? ¿Por qué sería relevante estos canales de comunicación con el mundo privado?
- ¿En qué medida participan las mujeres en estos diálogos entre los sectores público y privado? ¿Se ha tomado alguna medida para garantizar que los grupos de mujeres estén representados en estos mecanismos de diálogo?
- Para ir finalizando ¿Qué temas de especial importancia para las mujeres emprendedoras, se han planteado a través de estos mecanismos de diálogo? ¿Puede darnos algunos ejemplos concretos?
- ¿Quisieras agregar algo más a lo que hemos conversado?
- Agradecer y finalizar.

ESTUDIO “DIAGNÓSTICO FACTORES DESARROLLO DEL EMPRESARIAL FEMENINO”

Pauta Entrevista Organizaciones Gubernamentales (**Políticas MIPYME**)¹⁹

Buenos días/tardes, mi nombre es_____ y formo parte del equipo de la Dirección de Estudios Sociales del Instituto de Sociología (DESUC) de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que está a cargo de este estudio. El objetivo es indagar en las percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de informantes claves en esta temática.

La idea es que podamos conversar de algunos temas al respecto. Todo lo que aquí se converse tiene carácter absolutamente confidencial. Se grabará solo con el objeto de dejar un registro y poder analizar la información adecuadamente, pero los datos sólo serán trabajados a nivel agregado, es decir, no serán analizados a nivel individual. Por favor, siéntase con libertad para hablar. La conversación durará alrededor de una hora. (PEDIR SOLICITUD DE FIRMA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO).

Módulo Introductorio: Presentación

- Lo primero, es que me cuente un poco de Ud.: nombre, cargo (con definición de cargo y atribuciones), hace cuánto forma parte de su organización/empresa.

Módulo I: Organización gubernamental y desarrollo empresarial de las mujeres

- Para comenzar me gustaría que nos contara de su organización ¿qué labores específicas desarrollan? ¿Y respecto el desarrollo empresarial-emprendimiento en Chile?
- ¿Cómo observa el panorama del emprendimiento y desarrollo de las empresas en el país? ¿Cuáles serían sus desafíos que tiene las MIPYME en la actualidad?
- ¿Existe una definición oficial de lo que constituye una micro-, una pequeña y una mediana empresa? De ser así, ¿cuál es? En caso contrario, ¿cuáles son algunas de las diferentes definiciones que utilizan los ministerios y organismos gubernamentales?
- Y ¿en particular para el caso de las mujeres en dicho sector? ¿qué necesidades-limitaciones le pueden aquejar a las mujeres en el desarrollo de sus MIPYME? ¿Existen incentivos/apoyos para subsanar estas dificultades?
- ¿Qué rol tienen las mujeres empresarias en el desarrollo del sector MIPYME (por ejemplo, en la creación de empleo, la actividad de exportación o el crecimiento económico)?

Módulo II: Funciones gubernamentales en la iniciativa MIPYME femenina

- A su parece ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta el Estado y su organización en particular al tratar con el sector MIPYME en general? ¿Cuál es el marco de políticas del gobierno central para el desarrollo del sector MIPYME?
- Y en particular ¿existen políticas que aboguen por las necesidades de las mujeres en el sector MIPYME, especialmente para alentar a las mujeres a convertirse en empresarias y mejorar su capacidad para desarrollar y hacer crecer sus propias empresas?

¹⁹ Estos pueden ser responsables de la formulación de políticas, administradores de programas, asesores empresariales, o reguladores y gerentes. Es importante reunirse con los responsables de la formulación de políticas, así como con los funcionarios gubernamentales que tienen contacto directo con las MIPYME, como los administradores de los programas de asistencia a las MIPYME.

- ¿Cuáles cree que son los principales obstáculos que enfrentan las mujeres que poseen y administran sus propias empresas? ¿Se han realizado esfuerzos para identificar y responder a las limitaciones específicas que enfrentan las mujeres propietarias de empresas en el país?
- ¿Cuál es su visión respecto a los programas especiales para **mejorar el acceso al financiamiento para MIPYME** (por ejemplo, esquemas de garantía de créditos, capital semilla o capital de riesgo)? ¿Alguno de estos programas respaldados por el gobierno ha sido diseñado específicamente para abordar las necesidades de financiamiento de las empresas emergentes **propiedad de mujeres** y las MIPYME ya existentes?
- ¿Cuál es la política del gobierno central para asegurar que las MIPYME en **áreas rurales**, incluidas las empresas propiedad de mujeres, tengan el mismo acceso a los servicios de apoyo del gobierno que las MIPYME en los centros urbanos?
- ¿Cómo evalúa estas políticas desde su organización como operador de estas políticas en el fomento de las empresas y su crecimiento? ¿Qué desafíos comporta?

Módulo III: Especificidades del desarrollo empresarial de las mujeres

- De acuerdo a su experiencia ¿Qué leyes y regulaciones son las más importantes para normar el entorno empresarial y operativo para las MIPYME? ¿Cuáles cree que son las más restrictivas para las MIPYME ya existentes? ¿Alguna de estas plantea restricciones especialmente severas para las mujeres empresarias? ¿Y para empresas emergentes y nuevas?
- Dentro de las temáticas que afectan a las MIPYME podemos considerar como algo relevante la comprensión de las políticas, leyes y reglamentos de los propietarios, gerentes y trabajadores/as de dichas MIPYME ¿Cuál es su visión acerca de esto?
- ¿Cómo observa el acceso de la información sobre estas políticas, leyes y regulaciones? ¿Podrían existir diferencias entre quienes pueden acceder de buena manera a esta información? ¿Y respecto a hombres y mujeres?
- Particularmente para el caso de MIPYME de mujeres. ¿Cuál es su visión sobre la información de obligaciones (p.e. procedimientos de registro empresarial, obligaciones del empleador) y derechos legales (p.e. derechos de propiedad, derechos para celebrar contratos) con la que cuentan las mujeres propietarias de sus empresas? ¿Existen limitaciones específicas que enfrenten las mujeres para buscar recursos jurídicos? ¿Están disponibles en línea? (*Nota al entrevistador/a: Indagar en uso de TIC en estos programas*).
- ¿Por qué podría ser relevante garantizar que las mujeres estén informadas sobre sus derechos y prerrogativas legales (p.e. dirigirse a las redes de mujeres en las iniciativas de comunicación, utilizando la radio, la televisión y las redes sociales)?

Módulo IV: Desafíos para organismos gubernamentales y comunicación con empresas

- En su opinión, ¿qué cambios en qué políticas, leyes, regulaciones o procedimientos administrativos serían los más propicios para crear un entorno más favorable para el surgimiento de nuevas empresas/empresarios y el fortalecimiento del sector MIPYME, incluido el papel de la mujer? ¿Por qué?
- ¿Qué estructuras institucionales existen para facilitar las relaciones gubernamentales con las MIPYME (por ejemplo, ventanillas únicas para el registro de empresas, acceso en línea a licencias y registro de empresas, líneas de ayuda informativas, centros de información y apoyo a las MIPYME)?
- ¿Qué mecanismo existe para que la comunidad empresarial comparta sus preocupaciones con el gobierno? ¿Ha establecido el gobierno mecanismos formales para el diálogo sobre políticas con el

sector privado, incluidas las asociaciones empresariales y las organizaciones de empleadores? De ser así, ¿qué tipo de mecanismos son? ¿Utilizan las TIC como una herramienta para que la comunidad empresarial comparta sus inquietudes con el gobierno o brinde aportes de políticas?

- ¿En qué medida participan las mujeres en los mecanismos de diálogo entre los sectores público y privado? ¿El gobierno ha tomado alguna medida para garantizar que los grupos de mujeres estén representados en los mecanismos de diálogo de políticas a fin de que estos representen las preocupaciones de las mujeres empresarias y emprendedoras?
- ¿Qué temas de especial importancia para las mujeres de negocios, y específicamente las mujeres empresarias, se han planteado a través de estos mecanismos de diálogo?

ESTUDIO “DIAGNÓSTICO FACTORES DESARROLLO EMPRESARIAL FEMENINO”

Pauta Entrevista Organizaciones Gubernamentales **(RR economía)**²⁰

Buenos días/tardes, mi nombre es _____ y formo parte del equipo de la Dirección de Estudios Sociales del Instituto de Sociología (DESUC) de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que está a cargo de este estudio. El objetivo es indagar en las percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de informantes claves en esta temática.

La idea es que podamos conversar de algunos temas al respecto. Todo lo que aquí se converse tiene carácter absolutamente confidencial. Se grabará solo con el objeto de dejar un registro y poder analizar la información adecuadamente, pero los datos sólo serán trabajados a nivel agregado, es decir, no serán analizados a nivel individual. Por favor, siéntase con libertad para hablar. La conversación durará alrededor de una hora. (PEDIR SOLICITUD DE FIRMA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO).

Módulo Introductorio: Presentación

Lo primero, es que me cuente un poco de Ud.:

- Nombre, cargo (con definición de cargo y atribuciones), hace cuánto forma parte de su organización/empresa.

Módulo I: Organización y desarrollo empresarial femenino

- Para comenzar, cuénteme un poco sobre su **organización, sus principales objetivos, los apoyos –programas** y servicios que brinda.
- (En el caso de personeros de DIRECON-APEC) ¿Por qué sería relevante priorizar en la agenda APEC el tema del género? ¿Qué diagnósticos han realizado en esa línea? ¿Cómo ven a las mujeres en el mundo del trabajo y particularmente el empresarial?
- Me gustaría que nos adentráramos en el desarrollo empresarial/emprendimiento ¿Cuál es su percepción en relación al desarrollo empresarial? ¿Cuáles serían los desafíos que tienen en la actualidad?
- Y ¿en particular para el caso de las mujeres en dicho sector (MI)PYMES? ¿Qué necesidades-limitaciones le pueden aquejar a las mujeres en el desarrollo empresarial?

Módulo II: Funciones gubernamentales en la iniciativa MIPYME (y femenina)

²⁰ Funcionarios en los ministerios relacionados con la economía (por ejemplo, desarrollo económico, empleo/trabajo, comercio, agricultura, etc.)

- Desde su organismo y en términos generales en el Estado ¿Qué acciones y reformas actuales están en marcha para mejorar el entorno empresarial y operativo para las empresas del sector privado? (Ahondar en tema APEC).
- (Sólo en caso que sepa de esta temática) ¿Las políticas, leyes y regulaciones contemplan un tratamiento diferenciado de las empresas por tamaño? (Por ejemplo, reconociendo las necesidades específicas de las micro-, pequeñas y medianas empresas [MIPYME], otorgando incentivos o exoneraciones específicos a las MIPYME, o excluyendo a las MIPYME de ciertos beneficios e incentivos).
- ¿Qué mecanismos existen para la coordinación de políticas y leyes que influyan en el sector MIPYME? ¿Y que influyan en el desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres?
- ¿Existe un proceso formal para revisar/evaluar el impacto en materia de género de las regulaciones y leyes nuevas y existentes sobre las empresas de mujeres (por ejemplo, auditorías con perspectiva de género)?
- ¿Cómo el Estado reconoce el desarrollo y las necesidades operativas especiales de las empresas de mujeres? ¿Qué podría hacer el gobierno para abordar mejor estas necesidades?

Módulo III: Especificidades del desarrollo empresarial de las mujeres

- ¿Cuáles son las brechas de género más importantes que podrían afectar la habilidad y capacidad de las mujeres de trabajar como propietarias de empresas en igualdad de condiciones que los hombres (por ejemplo, derechos de propiedad, acceso a crédito y mercados, educación, experiencia y habilidades, acceso y apropiación de herramientas TIC, etc.)?
- ¿Existen políticas especiales para alentar la participación activa de las mujeres en la fuerza laboral? De ser así, ¿cuáles son?
- ¿Cómo el Estado y su organismo, apoyan las iniciativas de capacitación para mejorar las habilidades de empleabilidad de los trabajadores y los desempleados?
- ¿Qué tipo de esfuerzos se realizan para garantizar que las mujeres participen en los programas de capacitación laboral y, de ser así, qué tipo de capacitación se les ofrece (por ejemplo, capacitación técnica para mujeres con énfasis en la iniciativa empresarial y puesta en marcha de una empresa, capacitación digital y habilidades en TIC, etc.)?

Módulo IV: Desafíos para organismos gubernamentales y comunicación con empresas

- ¿Cómo percibe el aporte de las organizaciones y asociaciones de mujeres empresarias para el diálogo de políticas? De ser así, ¿cuál es? ¿Existe algún sistema organizado para solicitar este aporte?
- ¿Los ministerios relacionados con la economía cooperan/coordinan con los ministerios de asuntos de la mujer o de género en temas relacionados con la mejora del entorno para el empoderamiento económico de las mujeres?
- En su opinión, ¿qué políticas, leyes, regulaciones o procedimientos administrativos serían los más propicios para crear un entorno más favorable para el surgimiento de nuevas empresas/empresarios y el fortalecimiento del sector de MIPYME, incluidas las MIPYME propiedad de mujeres?
- Agradecer y finalizar

8.10 Pautas de entrevistas en profundidad para organizaciones de membresía

ESTUDIO “DIAGNÓSTICO FACTORES DESARROLLO EMPRESARIAL FEMENINO” Pauta Entrevista Organizaciones empresariales de membresía²¹

Buenos días/tardes, mi nombre es _____ y formo parte del equipo de la Dirección de Estudios Sociales del Instituto de Sociología (DESUC) de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que está a cargo de este estudio. El objetivo es indagar en las percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de informantes claves en esta temática.

La idea es que podamos conversar de algunos temas al respecto. Todo lo que aquí se converse tiene carácter absolutamente confidencial. Se grabará solo con el objeto de dejar un registro y poder analizar la información adecuadamente, pero los datos sólo serán trabajados a nivel agregado, es decir, no serán analizados a nivel individual. Por favor, siéntase con libertad para hablar. La conversación durará alrededor de una hora. (PEDIR SOLICITUD DE FIRMA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO).

Módulo Introductorio: Presentación

Lo primero, es que me cuente un poco de Ud.:

- Nombre, cargo (con definición de cargo y atribuciones), hace cuánto forma parte de su organización/empresa.

Módulo I: Organización empresarial de membresía

- Para comenzar, cuénteme un poco sobre su organización, sus principales objetivos, los apoyos –programas y servicios que brinda.
- ¿En qué medida las micro- y pequeñas empresas y los trabajadores por cuenta propia, están representados o vinculados con los miembros de su organización? ¿Qué **proporción** de sus miembros son **empresas propiedad de mujeres**, incluidas las mujeres que trabajan por cuenta propia?
- ¿Qué tipo de definición utilizan para pensar en una micro-, una pequeña y una mediana empresa para fines de la membresía? De ser así, ¿cuál es?

Módulo II: Desarrollo empresarial y el lugar de las mujeres en ello

- Ahora me gustaría que nos adentráramos en el desarrollo empresarial/emprendimiento en términos generales ¿Cuál es su percepción en relación al desarrollo empresarial, particularmente

²¹ Cuando se reúna con organizaciones empresariales de membresía, tales como cámaras de comercio e industria, asociaciones de MIPYME, asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras y asociaciones sectoriales, para realizar su evaluación de las condiciones marco de WED, puede ser útil abordar el siguiente conjunto de preguntas. Puede ser revelador **notar las diferencias en las respuestas a las preguntas entre las organizaciones tradicionales empresariales/sectoriales y las asociaciones de mujeres empresarias.**

las MIYPYME –si tiene experiencia con MIPYME- en el país? **¿Cuáles serían sus desafíos que tiene las MIPYME en la actualidad?**

- ¿Y particularmente las MIPYME de **mujeres**? ¿Existen características-necesidades-limitaciones particulares que les aquejen?
- ¿Cómo observa las empresas propiedad de mujeres en **entornos rurales versus las urbanas**? ¿Existen diferencias? (p.e., diferencias entre sectores, naturaleza de las limitaciones, características)? ¿Cómo observa las necesidades y desafíos de MIPYME en Santiago y en regiones? *(Nota al entrevistador/a: Importante esto para asociaciones agrícolas, abundar en este tema).*
- Al respecto ¿De qué manera **su organización** se ha podido hacer cargo de **comprender y atender a** las necesidades, limitaciones y oportunidades particulares de las empresas de mujeres?
- (En el caso que suceda) ¿Cómo evalúa estas acciones realizadas?
- (En el caso que no) ¿Qué piensa respecto a esto? ¿Comprende un desafío para su organización este tema? ¿Cómo se podría abordar los desafíos particulares que enfrentan las empresas propiedad de mujeres?
- ¿Cuáles son sus **prioridades de apoyo** para crear mejores condiciones para las MIPYME? ¿y para las mujeres empresarias?
- ¿Cómo cree Ud. que el **Estado** reconoce las necesidades particulares de las mujeres empresarias y se preocupa por el **desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer**? ¿De qué modo se han tomado acciones específicas al respecto?
- (Si desde su percepción se han tomado acciones) ¿Cómo podría el Estado abordar los desafíos particulares que enfrentan las empresas propiedad de mujeres?
- Respecto a la importancia de abordar de los desafíos y necesidades de empresas de mujeres ¿Cuál es su visión respecto a los **beneficios** de las empresas de mujeres traen al país y la localidad?

Módulo III: Particularidades desarrollo empresarial y MIPYME

- Dentro de las temáticas que afectan a las MIPYME podemos considerar como algo relevante la **comprensión de las políticas, leyes y reglamentos** de los propietarios, gerentes y trabajadores/as de dichas MIPYME ¿Cuál es su visión acerca de esto?
- ¿Cómo observa el acceso de la información sobre estas políticas, leyes y regulaciones? ¿Podrían **existir diferencias entre quienes pueden acceder de buena manera a esta información**? ¿Y respecto a hombres y mujeres?
- Particularmente para el caso de MIPYME de mujeres. ¿Cuál es su visión sobre la información de **obligaciones** (p.e. procedimientos de registro empresarial, obligaciones del empleador) y **derechos legales** (p.e. derechos de propiedad, derechos para celebrar contratos) con la que cuentan las mujeres propietarias de sus empresas? ¿Existen limitaciones específicas que enfrenten las mujeres para buscar recursos jurídicos?
- ¿Por qué podría ser **relevante garantizar que las mujeres estén informadas** sobre sus derechos y prerrogativas legales (p.e. dirigirse a las redes de mujeres en las iniciativas de comunicación, utilizando la radio, la televisión y las redes sociales)?
- ¿Cuál es su visión sobre las MIPYME y su relación con prácticas -funcionarios- gubernamentales que puedan dar lugar a instancias más disruptivas (como **corrupción u hostigamiento**)? Respecto a esto ¿ve diferencias entre prácticas con emprendimiento de mujeres versus las de hombres?

Módulo IV: Rol organismos gubernamentales y no gubernamentales

- ¿Cuál es su visión acerca del **rol que debe desempeñar el Estado en el desarrollo y la protección de las empresas propiedad de mujeres?** (gobiernos distritales y locales) ¿Y cuál sería el papel de los **organismos no gubernamentales?**
- ¿Cómo considera que es la coordinación y comunicación entre instituciones gubernamentales y no gubernamentales en torno a abordar las necesidades y contribuir al desarrollo y la protección de las empresas propiedad de mujeres?
- ¿Cómo observa la coordinación entre todos los ministerios pertinentes para promover, apoyar y abordar las necesidades políticas específicas de las empresas propiedad de mujeres?
- **¿En qué medida las mujeres empresarias y las asociaciones de mujeres empresarias participan en estos diálogos entre los sectores público y privado?**
- ¿Qué temas de especial importancia para las mujeres de negocios, y específicamente para las mujeres empresarias, se han planteado en estos mecanismos? ¿Puede dar algunos ejemplos específicos?

8.11 Pautas de entrevistas en profundidad para organismos no gubernamentales

ESTUDIO “DIAGNÓSTICO FACTORES DESARROLLO EMPRESARIAL FEMENINO” Pauta Entrevista Proveedores de programas y servicios no financieros de apoyo al desarrollo empresarial²²

Buenos días/tardes, mi nombre es _____ y formo parte del equipo de la Dirección de Estudios Sociales del Instituto de Sociología (DESUC) de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que está a cargo de este estudio. El objetivo es indagar en las percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de informantes claves en esta temática.

La idea es que podamos conversar de algunos temas al respecto. Todo lo que aquí se converse tiene carácter absolutamente confidencial. ¿Está Ud. de acuerdo con que esta entrevista sea grabada? Se grabará solo con el objeto de dejar un registro y poder analizar la información adecuadamente, pero los datos sólo serán trabajados a nivel agregado, es decir, no serán analizados a nivel individual. Por favor, siéntase con libertad para hablar. La conversación durará alrededor de una hora. (PEDIR SOLICITUD DE FIRMA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO).

Módulo Introductorio: Presentación

Lo primero, es que me cuente un poco de Ud.:

- Breve presentación: nombre, cargo, hace cuanto forma parte de su organización/institución
- Experiencia tiene respecto al desarrollo empresarial (*Nota al entrevistador: para tener visión desde dónde está hablando el/la entrevistado/a*).

Módulo I: Experiencia y Organización de apoyo al desarrollo empresarial

²² Recuerde que el grupo de partes interesadas para esta área de preguntas es bastante diverso. Puede incluir a cualquier organización (gubernamental, del sector privado, comunitaria, ONG, etc.) que ofrezca servicios de apoyo al desarrollo empresarial a las MIPYME (por ejemplo, asesoramiento, información, consejería), programas de capacitación en iniciativa empresarial (puesta en marcha de empresas) y gestión, servicios de consultoría, etc.

- Hábleme un poco **sobre su organización, la naturaleza de las iniciativas** (programas y servicios) que brinda para apoyar al sector MIPYME. (*Nota al entrevistador/a: Indagar si se dirige a determinados segmentos de la población de MIPYME, y la cobertura geográfica de sus servicios. Y miembros de la organización, si hay mujeres.*)
- ¿Quiénes son sus beneficiarios? ¿Qué porcentaje de sus beneficiarios de MIPYME son mujeres dueñas de sus propias empresas, incluyendo a las trabajadoras por cuenta propia? ¿Brinda servicios a MIPYME informales?
- ¿Cuenta con alguna definición operativa de lo que constituye una micro-, una pequeña y una mediana empresa para orientar sus programas y servicios? De ser así, ¿Cuál?

Módulo II: Emprendimiento y Mujeres

- Desde la experiencia de su organización ¿Cuál es su percepción acerca de las MIPYME en la actualidad? ¿Cuáles son sus desafíos?
- ¿Encuentra **diferencias en el perfil de MIPYME de mujeres en comparación con el de los hombres** (por ejemplo, tamaño de la empresa, sector o actividad, necesidades operativas, habilidades empresariales y de gestión, etc.)?
- ¿Qué tipo de **variación encuentra entre las empresas propiedad de mujeres en entornos rurales y urbanos?** (*Esto puede incluir sectores de actividad, tasas de informalidad, limitaciones y características y desarrollo empresarial regional.*)
- ¿Cuál es tu visión de las **motivaciones de las mujeres para emprender?** ¿Se adecuan los programas y políticas (de ONG y gubernamentales) a estas motivaciones? ¿las consideran? ¿las conocen?
- ¿Qué **beneficios cree que las empresas propiedad de mujeres y administradas por mujeres** traen al país y la localidad?
- ¿En qué medida cree que se comprenden las **necesidades, limitaciones y oportunidades** de las empresas propiedad de mujeres, desde ONG como instancias gubernamentales?
- ¿**Cómo puede el Estado abordar los problemas específicos que enfrentan las empresas propiedad de mujeres?** ¿Y los organismos no gubernamentales?
- ¿Contiene un enfoque particular para velar por la iniciativa y desarrollo de las empresas de mujeres?

Módulo III: Programas e iniciativas desarrollo empresarial (emprendimiento) de las mujeres

- ¿En qué medida su organización **se ocupa de temas de interés específico para mujeres empresarias y MIPYME propiedad de mujeres?** Por favor, dé algunos ejemplos de estos temas y de los programas y servicios que brinda para fomentar la iniciativa empresarial de la mujer.
- ¿Su organización cuenta con alguna **iniciativa** (programa) **dirigido específicamente a mujeres?** ¿Podría contarme más sobre la naturaleza de estos programas en términos de responder a las necesidades de las mujeres emprendedoras/empresarias?
- ¿Su organización ofrece programas/capacitación en **educación financiera** para mujeres empresarias? Y ¿para mejorar la **competencia digital** de las mujeres empresarias (por ejemplo, capacitación en informática y TIC)?
- ¿Cuál es su percepción acerca de las mujeres propietarias de sus negocios y cuán informadas están de sus **obligaciones** (p.e. procedimientos de registro empresarial, obligaciones del

empleador, etc.) y **derechos jurídicos** (p.e., derechos de propiedad, derecho a celebrar contratos, etc.)?

- ¿Cuál es su visión sobre las MIPYME y su relación con prácticas -funcionarios- gubernamentales que puedan dar lugar a **instancias más disruptivas** (como corrupción u hostigamiento)? Respecto a esto ¿ve diferencias entre prácticas con empresas-emprendimiento de mujeres versus la de hombres?

Módulo IV: Rol organismos gubernamentales y no gubernamentales

- ¿Cuál es su visión acerca del **rol que debe desempeñar el Estado en el desarrollo y la protección de las empresas propiedad de mujeres?** (gobiernos distritales y locales) ¿Y cuál sería el papel de los **organismos no gubernamentales?**
- ¿Cómo observa la coordinación entre todos los ministerios pertinentes para promover, apoyar y abordar las necesidades políticas específicas de las empresas propiedad de mujeres?
- ¿En qué medida su **organización puede participar en el diálogo sobre políticas con el Estado** (por ejemplo, cabildeo y promoción) en nombre del sector MIPYME?
- Agradecer y finalizar.

8.12 Pautas de entrevistas en profundidad para organismos con Apoyo Financiero

ESTUDIO “DIAGNÓSTICO FACTORES ASOCIADOS AL DESARROLLO EMPRESARIAL FEMENINO”

Pauta Entrevista Instituciones y organizaciones financieras (Bancos)

Buenos días/tardes, mi nombre es_____ y formo parte del equipo de la Dirección de Estudios Sociales del Instituto de Sociología (DESUC) de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que está a cargo de este estudio. El objetivo es indagar en las percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de informantes claves en esta temática.

La idea es que podamos conversar de algunos temas al respecto. Todo lo que aquí se converse tiene carácter absolutamente confidencial. Se grabará solo con el objeto de dejar un registro y poder analizar la información adecuadamente, pero los datos sólo serán trabajados a nivel agregado, es decir, no serán analizados a nivel individual. Por favor, siéntase con libertad para hablar. La conversación durará alrededor de una hora. (PEDIR SOLICITUD DE FIRMA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO).

Módulo Introductorio: Presentación

Lo primero, es que me cuente un poco de Ud.:

- Nombre, cargo, hace cuanto forma parte de su organización/empresa, su experiencia en el cargo.

Módulo I: Organización financiera

- Para comenzar me gustaría que nos contara de **su organización** (banco), la naturaleza de sus programas y servicios que brinda. Y específicamente, para apoyar al sector MIPYME.
- En términos específicos:
 - ¿Qué áreas geográficas son atendidas por su banco?
 - ¿Qué porcentaje de sus clientes con préstamos son MIPYME? ¿Qué porcentaje del valor de su cartera actual de préstamos pendientes está compuesto por préstamos a MIPYME?
 - ¿Cuáles son las necesidades más comunes de endeudamiento de sus clientes de MIPYME?
 - ¿Estas necesidades son las mismas para hombres y mujeres?

Módulo II: Financiamiento y desarrollo empresarial

- ¿Qué porcentaje de los clientes con préstamos de MIPYME son empresas propiedad de mujeres?
- Particularmente respecto a préstamos/créditos a clientes MIPYME:
 - Tamaño promedio de los préstamos de clientes de MIPYME,
 - Las tasas de incumplimiento de pago de los clientes de MIPYME
 - Principales dificultades para su institución al aprobar solicitudes de préstamos de MIPYME (por ejemplo, falta de información crediticia, propuestas de financiamiento deficientes, falta de herramientas para evaluar el riesgo de préstamos a empresas más pequeñas, altos costos de transacción al hacer préstamos pequeños, falta de garantías, etc.)
- ¿Todos estos elementos se configuran de la misma forma para MIPYME de mujeres que de hombres? ¿Existen diferencias en los tipos de dificultades que enfrenta con las mujeres empresarias?
- ¿Cuáles son los **requisitos actuales del banco en materia de garantías** para las MIPYME?
- Si están (estuvieran) disponibles garantías de préstamos respaldadas por el gobierno, ¿cambiarán (cambiarían) los requisitos de garantías del banco para las MIPYME?, ¿de qué manera?
- ¿Cuál es su visión respecto a las dificultades de las mujeres empresarias para cumplir con estos requisitos de garantías? ¿Sus políticas de préstamos se aplican de la misma manera a los clientes de préstamos hombres y mujeres o existen diferencias en su aplicación?
- ¿Cree que las MIPYME propiedad de mujeres o las mujeres empresarias representan un mayor riesgo crediticio (por ejemplo, una mayor tasa de rechazo, les cobran tasas de interés más altas)?

Módulo III: Organizaciones financieras y MIPYME mujeres

- ¿Realiza algún esfuerzo especial o tiene alguna iniciativa particular para atraer a más empresas propiedad de mujeres como clientes para sus servicios crediticios y financieros? De ser así, ¿cuáles son? En caso contrario, ¿por qué no? ¿Utiliza herramientas TIC (Internet, radio, TV) para promover la sensibilización y proporcionar información sobre estos servicios?
- ¿Su organización ofrece servicios de apoyo al desarrollo empresarial (ADE) a sus clientes de préstamos? (*Nota entrevistador/a: diferencias clientes mujeres a hombres*).
- ¿Ha realizado el banco alguna capacitación para la incorporación de la perspectiva género a los funcionarios de préstamos?

- ¿Ofrece el banco servicios de banca por Internet, banca telefónica o banca móvil? ¿En qué medida las mujeres empresarias los utilizan?
- ¿Existen medidas de política gubernamental que harían más atractivo para los bancos prestar a las MIPYME propiedad de mujeres y desarrollar el potencial de este mercado (por ejemplo, garantías respaldadas por el gobierno, etc.)?
- A su parecer ¿Cuáles son los beneficios de fomentar la iniciativa empresarial y desarrollo de PIMPYME de mujeres para el país y a nivel local?
- En tal sentido, ¿Cuáles son los desafíos que tiene su organización y el Estado en este apoyo y promoción de MIPYME propiedad de mujeres? ¿Qué tipo de enfoque en particular debería fomentarse para llevar a cabo esto?

8.13 Pauta de entrevista en profundidad para casos de mujeres empresarias

ESTUDIO “DIAGNÓSTICO FACTORES DESARROLLO EMPRESARIAL FEMENINO”

Pauta Entrevista Casos empresarias

Buenos días/tardes, mi nombre es _____ y formo parte del equipo de la Dirección de Estudios Sociales del Instituto de Sociología (DESUC) de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que está a cargo de este estudio. El objetivo es indagar en las percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de informantes claves en esta temática.

La idea es que podamos conversar de algunos temas al respecto. Todo lo que aquí se converse tiene carácter absolutamente confidencial. ¿Está Ud. de acuerdo con que esta entrevista sea grabada? Se grabará solo con el objeto de dejar un registro y poder analizar la información adecuadamente, pero los datos sólo serán trabajados a nivel agregado, es decir, no serán analizados a nivel individual. Por favor, siéntase con libertad para hablar. La conversación durará alrededor de una hora. (PEDIR SOLICITUD DE FIRMA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO).

Módulo Introductorio: Presentación

Lo primero, es que me cuente un poco de Ud.:

- Breve presentación: nombre, cargo, hace cuanto forma parte de su organización/institución
- Experiencia tiene respecto al desarrollo empresarial (*Nota al entrevistador: para tener visión desde dónde está hablando el/la entrevistado/a*).

Módulo I: Experiencia como empresaria

- Para comenzar, me gustaría que me hablara de su **trayectoria profesional**, en qué trabajos se ha desempeñado y cómo llegó finalmente a **crear su empresa** y cuénteme de ella.
- Al respecto ¿Qué tipo de **rol** tiene en ella?
- ¿Cuáles fueron las **condiciones generales** que usted ha observado para desarrollarse como empresaria?
- ¿Cuáles han sido los mayores **desafíos**? ¿Y aquellos aspectos que siente que le han **facilitado** su desarrollo empresarial?
[Nota al entrevistador: indagar en ADE y participación en financiamientos y cofinanciamientos]
- ¿Cómo veía usted antes de ser empresaria, el mundo del **desarrollo del emprendimiento en Chile**? ¿Ha cambiado esa visión con el tiempo?
- ¿Cuál fue su **motivación inicial** para emprender y desarrollar su propia empresa? ¿Ha cambiado dicha motivación en la actualidad? ¿Cómo se ve en un tiempo más a su empresa?

Módulo II: Emprendimiento mujeres y programas de apoyo

- Desde su experiencia como empresaria ¿Cuál es su visión de las **mujeres emprendedoras/empresarias** y sus **MIPYME** en términos de tamaño de la empresa, sector/actividad, necesidades, habilidades empresariales y de gestión?
- Entre estas particularidades y desde su experiencia ¿encuentra diferencias en el perfil de MIPYME de hombres, a las de las mujeres? Siguiendo en esa línea, ¿observa diferencias entre las experiencias de mujeres empresarias a hombres empresarias?

- Ha recibido **apoyo** de otras organizaciones y servicios que colaboren con el emprendimiento ¿Cuáles? ¿Cuál es su opinión de ellas? ¿Qué recomendaciones le haría usted a dichos organismos?
- Me comentó que en un inicio su motivación para emprender fue [nombrar motivación] En este sentido, ¿Los programas y políticas (de ONG y gubernamentales) se adecuaron a sus motivaciones?
- En términos generales, ¿Dichos organismos consideran las motivaciones y necesidades particulares de mujeres como usted para poder emprender y desarrollar una empresa a largo plazo?
- **¿Cómo puede el Estado abordar los problemas específicos que enfrentan las empresas propiedad de mujeres?** ¿Y los organismos no gubernamentales?
- Desde su experiencia ¿Qué **beneficios cree que las empresas propiedad de mujeres y administradas por mujeres** traen al país y la localidad?

Módulo III: Aspectos específicos del desarrollo empresarial (emprendimiento)

- En términos específicos, ¿Cómo observa su experiencia y expertiz en **educación financiera**? ¿Qué necesidades u oportunidades ha tenido para desarrollar esto? ¿Qué importancia le atribuye a la obtención de estos conocimientos para desarrollar su empresa? ¿Qué visión tiene de esta educación y las necesidades u oportunidades para obtenerlas en otras mujeres empresarias como usted?
- En ese mismo sentido ¿Cuáles son las **competencias digitales** que más utilizado en el día a día para desarrollar su empresa tales como tecnologías de la información o informática? ¿Qué importancia le atribuye al desarrollo de estas competencias? ¿Qué visión tiene de ellas en otras mujeres empresarias como usted?
- A su parecer ¿Cuáles son los **desafíos** a los que actualmente se enfrenta su empresa? ¿En este ámbito qué **habilidades o áreas** siente que está en falta para poder desarrollar de mejor forma su empresa?
- Finalmente, desde su experiencia como empresaria ¿Cuál fue su experiencia en la creación y mantención de su empresa en términos de las **obligaciones y derechos jurídicos** como procedimientos de registro empresarial, derechos de propiedad, etc.? ¿Qué tan informada se sentía para enfrentar estos aspectos más legales de desarrollo empresarial?
- En este sentido ¿Qué les **recomendaría a otras mujeres** empresarias que recién estén comenzando con esto?
- ¿Quisiera agregar algo más?
- Agradecer y finalizar.

8.14 Consentimientos Informados utilizados con participantes

ESTUDIO “DIAGNÓSTICO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MUJERES EN CHILE”

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Dirección de Estudios Sociales UC– Pontificia Universidad Católica de Chile

Usted ha sido invitado a participar en el estudio “**Diagnóstico del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile**” a cargo de la Pontificia Universidad Católica de Chile. El objeto de esta carta es entregarle información para su participación en el estudio.

¿Cuál es el propósito de esta investigación?

Esta fase del proyecto tiene como propósito levantar información cualitativa, a fin de indagar en las percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile, desde la perspectiva de informantes claves en esta temática. Esto con el fin de colaborar en el diseño de acciones para la promoción del talento y la diversidad de los entornos empresariales del país.

¿En qué consiste su participación? ¿Cuánto durará su participación?

Su participación en esta investigación consiste en mantener una *entrevista individual*, la cual debiese tomar unos *60 minutos*, que será grabada en audio –si no existe inconveniente-. Usted no está obligado(a) a proporcionar ninguna información que le haga sentir incómodo(a) y puede retirar su participación en cualquier momento del estudio.

¿Qué riesgos corre al participar?

No existen riesgos demostrados de participar en este estudio.

¿Qué beneficios puede tener su participación?

No hay beneficios directos de este estudio directamente para usted. Sin embargo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y otros organismos nacionales, podría beneficiarse de este estudio en un futuro, en la medida que le permite conocer la visión de informantes clave, respecto a la temática mencionada y mejorar su rol en torno a ella.

¿Qué pasa con la información y datos que usted entregue?

La información que se obtenga en la entrevista será utilizada sólo a nivel agregado, es decir, sin identificar casos particulares ni dar nombres, y exclusivamente para fines de este estudio. Es decir, toda información entregada por los encuestados es **absolutamente confidencial**.

¿Es obligación participar? ¿Puede arrepentirse después de participar?

Usted NO está obligado de ninguna manera a participar en este estudio. Además, si accede a participar, puede dejar de hacerlo en cualquier momento sin repercusión alguna. Si usted se siente incómodo/a con la conversación, puede interrumpir la entrevista en cualquier momento.

¿A quién puede contactar para saber más de este estudio o si le surgen dudas?

La entrevista será aplicada por el equipo ejecutor de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Si tiene cualquier pregunta acerca de esta investigación puede contactar a Conzuelo Rivas, investigadora de DESUC. Su teléfono es el (2) 2354 5959 y su email es ctrivas@uc.cl.

HE TENIDO LA OPORTUNIDAD DE LEER ESTA DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO, HACER PREGUNTAS ACERCA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, Y ACEPTO PARTICIPAR EN ESTE PROYECTO.

Nombre investigador

Firma investigador

Fecha

Nombre participante

Firma participante

Fecha

8.15 Carta de Invitación al Estudio

ESTUDIO “DIAGNÓSTICO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MUJERES EN CHILE”

Dirección de Estudios Sociales UC (DESUC) –Mujeres Empresarias (ME)

Pontificia Universidad Católica de Chile

Carta de Presentación y Colaboración de Estudio

Presente

Estimado/a:

Santiago, abril 2019

Junto con saludar muy cordialmente, me dirijo a usted para comunicarle que la Dirección de Estudios Sociales del Instituto de Sociología UC (**DESUC**), en conjunto con Mujeres Empresarias (**ME**), la Confederación de la Producción y del Comercio (**CPC**), y la Organización Internacional del Trabajo (**OIT**), se encuentra realizando un estudio acerca del “**Diagnóstico de los factores asociados al desarrollo empresarial de las mujeres**” en el marco del proyecto OIT “**Ganar-Ganar: La equidad de género es un buen negocio**”, el cual busca generar información confiable, de valor agregado y relevante para promover la discusión del tema a nivel nacional y constituir un aporte en la temática a nivel general.

Esta fase del proyecto tiene como propósito levantar información cualitativa, a fin de indagar en las **percepciones acerca del desarrollo empresarial de las mujeres en Chile**, desde la perspectiva de informantes claves en esta temática. Esto con el fin de colaborar en el diseño de acciones para la promoción del talento y la diversidad de los entornos empresariales del país.

En ese marco, estaríamos muy agradecidos si usted pudiese participar en una *entrevista individual*, en la que nos pueda dar su opinión y visión sobre los tópicos antes mencionados.

La dinámica contempla una duración aproximada de *60 minutos* y será realizada por los investigadores de la Dirección de Estudios Sociales UC en el lugar y horario a convenir. La dinámica será grabada en audio y el registro se **mantendrá en total confidencialidad**, siguiendo los estándares éticos y técnicos que caracterizan el quehacer académico de nuestra universidad, y en particular de **DESUC**.

La coordinación del día y hora de la entrevista, así como la confirmación de vuestra participación estará a cargo de profesionales **DESUC**, quienes tomaran contacto directamente con Ud. a fin de agendar con la debida anticipación.

En caso de tener alguna consulta sobre esta etapa de la investigación, usted podrá contactarse con Conzuelo Rivas, profesional de **DESUC** responsable en esta fase del estudio, al número (2) 2354 - 5959, al correo electrónico ctrivas@uc.cl o directamente con Alejandra Villalobos del Instituto de Sociología al (2) 2354 -5928 (alvillalobos@uc.cl).

Agradeciendo desde ya su buena disposición y colaboración, le saluda,

Cristián Ayala Armanet


Director **DESUC**

Instituto de Sociología UC

Pontificia Universidad Católica de Chile

8.16 Encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias 2019 - Chile

- El objetivo de esta encuesta es ayudar a identificar los problemas que enfrentan las mujeres al intentar poner en marcha sus propias empresas, así como las limitaciones que encuentran al administrar sus propias empresas y al tratar de hallar soluciones para resolverlas. Esta encuesta forma parte de un estudio más amplio de la OIT para evaluar las condiciones marco para el desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer y para identificar las políticas, instituciones y acciones que apoyan a las mujeres empresarias en zonas rurales y urbanas.
- Toda la información que brinde será tratada de manera agregada y confidencial. No se compartirá con nadie, excepto con el equipo de investigación DESUC para fines de análisis. Su nombre o el nombre de su empresa no aparecerán en ningún lugar de los resultados de la encuesta.
- En esta encuesta no hay respuestas correctas ni incorrectas. Responda cada pregunta con honestidad y de acuerdo a su conocimiento, a partir de su propia experiencia y opiniones.
- La encuesta se divide en 8 secciones y completarla tomará aproximadamente 25 minutos. Debe responderla completamente de una sola vez.
- Si le interesa, podemos enviarle una copia de los resultados de la encuesta cuando estén disponibles.
- Muchas gracias por aceptar participar.

1) Criterios iniciales

	Sí	No
¿Es Ud. mujer?	()	()
¿Es dueña(*) de una empresa o micro empresa?	()	()
¿Tiene Ud. la función principal en la gestión de la empresa o micro empresa y en la toma de decisiones empresariales?	()	()
¿Su empresa o micro empresa lleva en operación por lo menos 12 meses?	()	()
¿Su empresa o micro empresa está generando ingresos por ventas?	()	()
¿Ha sido propietaria/administradora de la empresa o micro empresa durante los 12 meses mínimos que la empresa lleva en operación?	()	()

- **En caso de que no se cumpla con uno o más de los criterios iniciales:**
- **Encuesta finalizada**
- Lamentablemente, Ud. no cumple con uno o más criterios de selección de las encuestadas.

¡Muchas gracias!

- **SECCIÓN A: Experiencia pasada e Historial de propiedad empresarial**

- En primer lugar, le haremos algunas preguntas sobre su trayectoria empresarial.

- 2) ¿Cuántas empresas posee actualmente? *Validación: número enteros y positivos.*

3) ¿Cuántas empresas de su propiedad ha tenido en el pasado (antes de la(s) que posee actualmente)? *Validación: número enteros y positivos.*

(Si la que posee actualmente es su primera empresa, responda "0")

4) ¿En qué año puso en marcha su primera empresa? *Validación: cuatro número enteros y positivos.*

- 5) ¿Qué edad tenía cuando puso en marcha su primera empresa? *Validación: cuatro número enteros y positivos.*

6) ¿A qué se dedicaba la mayor parte del tiempo antes de poner en marcha su empresa o micro empresa actual?

- Dirigía otra empresa
- Trabajaba en la empresa privada de otra persona
- Trabajaba en el gobierno
- Estaba desempleada
- Era estudiante a tiempo completo
- Era ama de casa a tiempo completo
- Otro. Especifique: *

7) ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la(s) razón(es) por la que tiene su propia empresa? Indique máx. 3. *Validación: selección mínima = 1, selección máxima = 3.*

- Quería ser mi propia jefa
 - Vi una oportunidad de mercado para una empresa rentable
 - No pude encontrar trabajo en ningún otro lado
 - Necesitaba más flexibilidad para obtener un ingreso y a la par seguir ocupándome de mis deberes familiares y domésticos
 - No tengo habilidades para otros tipos de empleo
 - Mi empleo anterior terminó
 - Quería aumentar mi potencial para obtener mayores ingresos
 - Otro. Especifique: *
-

8) ¿Tuvo que pedir permiso a su esposo para poner en marcha la empresa?

- Sí, era un requerimiento jurídico
- Sí, pero no era un requerimiento jurídico
- No, no fue necesario
- No aplica (por ejemplo, estaba soltera)

- **SECCIÓN B: Características de la empresa**

- Ahora le haremos unas preguntas sobre su empresa actual.

9) ¿En qué zona se ubica físicamente su empresa? Si tiene más de una sede o local, indique la zona en que se ubica en mayor medida

- Urbana
- Rural

10) ¿En qué sector económico opera su empresa?

- Manufacturero (Indique el tipo de producto): *
- Comercio minorista
- Comercio mayorista
- Servicios personales (*)
- Servicios empresariales (**)
- Construcción
- Restaurante, servicios de comidas (catering), alojamiento
- Finanzas y bienes raíces
- Agricultura u otros sectores basados en recursos (por ejemplo, pesca, minería, etc.)
- Procesamiento de alimentos
- Otro. Especifique el sector.: *

- (*) Por ejemplo, servicios domésticos, peluquería, lavandería, etc., donde los principales clientes son individuos o familias.
- (**) Por ejemplo, suministro de servicios a otras empresas, como servicios de impresión, publicidad o servicios de diseño gráfico, consultoría, etc.

11) ¿Cómo comenzó su empresa?

- Me hice cargo de una empresa de propiedad familiar
- Empecé la empresa por mi propia iniciativa
- Compré la empresa como una operación en marcha
- Heredé la empresa
- Otro. Especifique: *

12) ¿En qué tipo de local opera su empresa? Si tiene más de una sede o local, indique el tipo de local de la casa matriz

- Residencia personal
- Un local comercial formal (por ejemplo, edificio de oficinas, local con puerta de calle, fábrica, incubadora, etc.)
- Un local comercial informal (kiosco, carrito, puesto en una feria itinerante)
- En la calle (sin estructura)
- Una parcela de cultivo
- Otro. Especifique: *

-
- *Solo para quienes responden #12 "¿En qué tipo de local opera su empresa? Si tiene más de una sede o local, indique el tipo de local de la casa matriz": "Residencia personal", "Un local comercial formal (por ejemplo, edificio de oficinas, local con puerta de calle, fábrica, incubadora, etc.)", "Un local comercial informal (kiosco, carrito, puesto en un feria itinerante)", "Una parcela de cultivo".*

13) ¿Es dueña del local de su empresa?

- Sí
- No

14) ¿Qué tipo de organización jurídica tiene su empresa?

- Persona Natural
- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL)
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)
- Sociedad Anónima Abierta
- Sociedad Anónima Cerrada
- Sociedad por Acciones (SpA)
- Cooperativa
- Otro. Especifique: *

15) ¿Cuántos propietarios (es decir, socios, accionistas) hay en su empresa y cuál es su sexo? (Ingrese número).

Ingrese números; ingrese '0' para 'ninguno' y '9999' para 'no responde' o 'no sabe'.

Validación: número enteros y positivos.

Mujeres propietarias (excluyéndose):

Hombres propietarios:

16) ¿Cuántos trabajadores hay en la empresa?

Ingrese números; ingrese '0' para 'ninguno' y '9999' para 'no responde' o 'no sabe'.

Validación: número enteros y positivos.

Incluyéndose, ¿cuántos trabajadores remunerados y no remunerados hay en su empresa actualmente?:

Excluyéndose, ¿cuántos de estos trabajadores son permanentes a tiempo completo?:

Excluyéndose, ¿cuántos de estos trabajadores son permanentes a tiempo parcial?:

Excluyéndose, ¿cuántos de estos trabajadores son eventuales o temporales?:

Excluyéndose, ¿cuántos del total de sus trabajadores son mujeres?:

¿Cuántos del total de sus trabajadores son hombres?:

Excluyéndose, ¿cuántos de sus trabajadores actuales son trabajadores remunerados?:

¿Cuántos de sus trabajadores actuales son miembros de su familia?:

¿Cuántos de estos miembros de su familia son trabajadores no remunerados?:

17) ¿En qué mercados vende la mayoría de sus productos/servicios?

- Mercados locales (en la zona local)
- Mercados regionales o provinciales
- Mercados nacionales (en todo el país)
- Mercados internacionales

18) ¿Utiliza alguna de las siguientes herramientas para la operación de su empresa?

Seleccione todas las que correspondan

- Teléfono móvil regular
- Teléfono inteligente
- Computadora de escritorio
- Computadora portátil
- Conexión de Internet de línea fija
- Conexión de Internet móvil
- Cibercafé, telecentro o quiosco de Internet
- Ninguna de las anteriores

19) ¿Su empresa tiene un sitio web?

- Sí
 No

20) ¿Vende alguno de sus productos o servicios en línea?

- Sí
 No

21) ¿Utiliza alguna de las siguientes plataformas digitales para los siguientes propósitos?

Seleccione todas las que correspondan.

	Página web	Red social (Facebook, Instagram, etc)	Mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram, etc)	No utilizo ninguna de estas plataformas para este propósito
Encontrar clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Encontrar proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicarse con los clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicarse con los proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obtener información para tomar decisiones empresariales (*)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aprender habilidades y participar en capacitaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Operaciones comerciales diarias (**)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promocionar sus productos o servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vender sus productos o servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Establecer redes de contactos o participar en actividades de asociaciones o grupos empresariales/sectoriales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- (*) Por ejemplo, informarse sobre regulaciones gubernamentales, investigar sobre competidores o tendencias del mercado para un nuevo producto, etc
- (**) Por ejemplo, gestionar a sus empleados, mantener control del inventario, contabilidad, etc

-
- **SECCIÓN C: Desafíos y financiamiento para la puesta en marcha de la empresa**
 - Ahora nos gustaría saber más sobre algunas de las experiencias y desafíos que enfrentó durante la etapa de puesta en marcha de su empresa.

22) ¿Cuáles fueron los principales desafíos para poner en marcha su empresa?

Indique máx. 3. *Validación: máximo 3 selecciones.*

- Acceder al financiamiento
- Obtener el apoyo de mi familia
- Encontrar una ubicación comercial adecuada
- Encontrar información sobre cómo poner en marcha un negocio
- Lidar con los requisitos regulatorios y para el registro
- Saber adónde ir para obtener asesoría
- Encontrar proveedores
- Obtener clientes
- Otro. Especifique: *

23) ¿Qué fuente(s) de financiamiento usó para poner en marcha su empresa?

- Mis propios ahorros
 - Venta de un activo
 - Préstamo/crédito bancario
 - Cofinanciamiento de programas de gobierno
 - Cofinanciamiento de programas privados
 - Institución microfinanciera
 - Prestamista
 - Proyecto internacional (financiado por donantes)
 - Ayuda de familia/amigos
 - Otro. Especifique: *
-

24) ¿Ha tratado de obtener un préstamo para su empresa en algún momento durante el último año?

- Sí
 - No
-

Solo para quienes responden #24 "¿Ha tratado de obtener un préstamo para su empresa en algún momento durante el último año?": "Sí".

25) En el último año,

	¿Trató de acceder a un crédito de...?	Seleccione esta casilla si logró acceder al crédito solicitado
Un banco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un fondo de préstamos del gobierno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un proyecto internacional (financiado por donantes)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Familia/amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Una institución microfinanciera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un prestamista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ahorro informal y esquema de crédito rotativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26) En su opinión, ¿cuáles son (o serían) los principales problemas para obtener un préstamo de una institución financiera (banco o institución microfinanciera)?

	Sí, es un problema	No es un problema	No sabe
Los requisitos de garantía son demasiado altos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Las tasas de interés son demasiado altas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El monto del préstamo es (sería) demasiado pequeño	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El plazo del préstamo es (sería) demasiado corto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se requiere proporcionar una garantía personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se requiere tener un consignatario (esposo, padre u otro)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las mujeres empresarias no son tomadas en serio por los funcionarios de préstamos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

- Sí
- No

28) **¿Accede a algún servicio financiero en línea o a través de un teléfono inteligente?**

- Sí
- No

• **SECCIÓN D: Apoyo de información y desarrollo empresarial**

- A continuación, le pedimos responder algunas preguntas sobre dónde y cómo accedió a información útil y servicios de apoyo al desarrollo empresarial para la puesta en marcha y la operación de su empresa.

29) **¿Es usted miembro de alguna de las siguientes organizaciones relacionadas con gremios empresariales? Seleccione todas las que correspondan.**

- Cámara de comercio o industria
- Asociación empresarial que tiene hombres y mujeres como miembros

- Asociación de mujeres empresarias o emprendedoras
 - Asociación de la industria (de un sector específico)
 - Asociación de empleadores
 - Otro. Especifique: *
 - Ninguna de las anteriores
-

30) ¿En algún momento durante el último año ha obtenido asesoramiento para su empresa de...? Seleccione todas las que correspondan.

- Centro empresarial o de pequeñas empresas
- Asesor empresarial profesional
- Propietaria (mujer) de otro negocio
- Propietario (hombre) de otro negocio
- Abogado
- Contador
- Otro. Especifique: *
- No ha obtenido asesoramiento para su empresa durante el último año

31) ¿Alguna vez ha participado en un evento o exposición? Seleccione todas las que correspondan.

- Sí, evento o exposición comercial local
- Sí, evento o exposición comercial nacional
- Sí, evento o exposición comercial internacional
- No, nunca

32) ¿Ha participado alguna vez en un programa de capacitación para aprender a usar TICs en sus operaciones comerciales? (TICs: Tecnologías de Información y Comunicación, como computadoras, celulares, internet, etc)

- Sí
- No

33) Por favor indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre sus habilidades en TIC:

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Confío en mis habilidades para usar mensajería instantánea para enviar y recibir comunicaciones sobre mi empresa o negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Confío en mis habilidades para usar redes sociales para enviar y recibir comunicaciones sobre mi empresa o negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Confío en mis habilidades para usar una planilla de cálculo para la gestión de mi empresa o negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Confío en mis habilidades para realizar transacciones comerciales para mi empresa o negocio vía web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Confío en mis habilidades para realizar trámites empresariales vía web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

34) ¿Ha participado alguna vez en un programa de capacitación empresarial o de administración de pequeñas empresas?

- Sí
 No

Solo para quienes responden #34 "¿Ha participado alguna vez en un programa de capacitación empresarial o de administración de pequeñas empresas?": Sí".

35) ¿El programa de capacitación era para hombres y mujeres, o solo para mujeres?

- Para ambos, hombres y mujeres
 Solo para mujeres

36) ¿Ha participado alguna vez en alguno de los siguientes programas de apoyo empresarial ofrecidos específicamente a mujeres empresarias? Seleccione todas las que correspondan.

- Programa de préstamos para mujeres empresarias
 Programa de capacitación empresarial (o en empleo por cuenta propia) para mujeres empresarias
 Servicios de un centro empresarial / de apoyo empresarial para mujeres
 Programa de compras gubernamentales dirigido a mujeres propietarias de empresas
 Feria comercial o exposición para mujeres (regional, nacional o internacional)
 Programa de orientación empresarial, mentoría o tutoría para mujeres empresarias
 Otro. Especifique: *
 No ha participado en programas de apoyo empresarial para mujeres empresarias

- **SECCIÓN E: Formalidades de registro de empresas y tratos con funcionarios gubernamentales**
- A continuación, le haremos algunas preguntas sobre el contacto que ha tenido con funcionarios del gobierno que se ocupan de asuntos relacionados con su empresa.

37) ¿Su empresa está registrada o ha participado en instancias de alguno de los siguientes organismos?

- Servicio de Impuestos Internos
- Fondo nacional de seguridad pública
- Directorio nacional de empresas
- Ministerio de Economía (Registro de Empresas y Sociedades (RES))
- Registro central de colaboradores del Estado
- Portal web Chile Compras
- Otro. Especifique: *

38) Según su opinión, ¿cuál de los siguientes factores un obstáculo para registrar una empresa?

	Sí, es un obstáculo	No es un obstáculo	No sabe/No responde
Los costos del registro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El tiempo que toma el registro (considerando traslados, esperas y otros)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saber cómo registrarse (tener información sobre los pasos por seguir, cuándo y dónde)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proximidad o accesibilidad de la oficina de registro empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No poder hacer el registro empresarial por medio de Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La cantidad de informes al gobierno que se deben hacer una vez registrado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El requisito de pagar impuestos regulares sobre ventas e ingresos, una vez registrado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

39) En su opinión, ¿cuáles son (serían) las principales ventajas de tener una empresa registrada (formal)?

	Sí	No	No sabe/No responde
Las empresas registradas pueden acceder a los programas gubernamentales de asistencia/apoyo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las empresas registradas pueden beneficiarse de los programas de seguridad social o protección social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las empresas registradas tienen un mejor acceso a programas de financiamiento, programas de servicios de apoyo empresarial y programas de capacitación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las empresas registradas tienen un mejor acceso a los mercados, incluidos los mercados de exportación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las empresas registradas pueden competir por contratos gubernamentales como proveedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las empresas registradas no temen a las multas o el hostigamiento de la policía y otras autoridades, a diferencia de las empresas informales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

40) ¿En algún momento del último año visitó su negocio algún funcionario del gobierno?

- Sí
- No

Solo para quienes responden #40 "¿En algún momento del último año visitó su negocio algún funcionario del gobierno?": "Sí".

41) ¿Con qué propósito visitaron los funcionarios del gobierno su negocio?

- Por un tema de registro empresarial
- Por un tema de licencias de negocios
- Por un tema de inspección laboral
- Por un tema de impuestos
- Otro. Especifique: *
- Otro. Especifique:

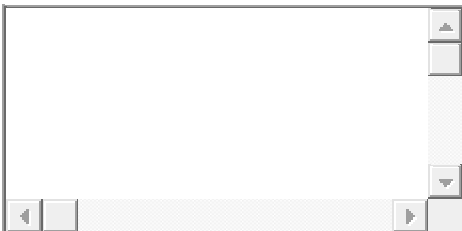
-
- Le recordamos que sus respuestas son completamente confidenciales y los datos se analizarán de manera agregada.

42) ¿En algún momento del último año le han pedido que realice un pago no oficial a un funcionario del gobierno? De ser así, ¿cuántas veces ha ocurrido esto?

- No, no me han pedido realizar un pago no oficial en el último año
- Sí, una vez en el último año
- Sí, 2-5 veces en el último año
- Sí, 6-10 veces en el último año
- Sí, más de 10 veces en el último año

Solo para quienes responden #42 "¿En algún momento del último año le han pedido que realice un pago no oficial a un funcionario del gobierno? De ser así, ¿cuántas veces ha ocurrido esto?": "Sí, una vez en el último año", "Sí, 2-5 veces en el último año", "Sí, 6-10 veces en el último año", "Sí, más de 10 veces en el último año".

43) ¿Puede explicar brevemente por qué motivo le pidieron realizar este pago no oficial?



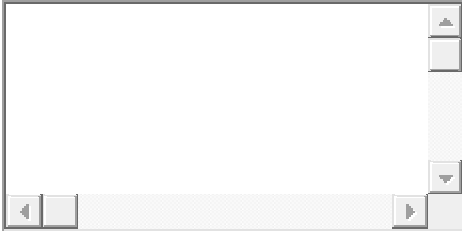
44) ¿En algún momento del último año ha vivido algún otro tipo de hostigamiento por parte de una institución del gobierno?

- Sí

No

Solo para quienes responden #44 "¿En algún momento del último año ha vivido algún otro tipo de hostigamiento por parte de una institución del gobierno?: "Sí".

- **45) ¿Podría describir brevemente la situación de hostigamiento?**



-
- **SECCIÓN F: Desarrollo de la Empresa**

- Las siguientes preguntas refieren al desarrollo de su empresa.

46) ¿En algún momento durante el último año ha realizado alguna de las siguientes inversiones en su empresa? Seleccione todas las que correspondan.

- Adquirió nuevo equipo de producción
- Realizó mejoras en equipos de producción antiguos o actualizó su tecnología
- Adquirió nuevo equipo de oficina
- Adquirió tecnología de la información (por ejemplo, un teléfono inteligente, un sistema informático, un sistema de información de gestión, etc.)
- Contrató a más trabajadores
- Invirtió en desarrollar un nuevo producto o en mejorar uno ya existente
- Se mudó a un local mejor
- Expandió su local existente
- Estableció locales o sedes adicionales
- Invirtió en la puesta en marcha de otro negocio
- Otro. Especifique: *
- No ha realizado ninguna inversión en su empresa en el último año

47) ¿Planea realizar cambios para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año?

- Sí, estoy planeando hacer algunos cambios
- No, no planeo hacer ningún cambio
- No sabe/No está segura

Solo para quienes responden #47 "¿Planea realizar cambios para desarrollar o mejorar su empresa en el próximo año?": "Sí, estoy planeando hacer algunos cambios".

48) ¿Cómo piensa desarrollar o mejorar su empresa durante el próximo año?

Seleccione todas las que correspondan

- Invertir en nuevos equipos o tecnología para la empresa
- Aumentar el número de trabajadores
- Disminuir el número de trabajadores
- Expandir la gama de productos/servicios
- Reducir la gama de productos/servicios
- Expandirse a nuevos mercados
- Desarrollar un sitio web para hacer más de las ventas en línea
- Mudarse a un local más grande
- Mejorar las condiciones de empleo para los trabajadores
- Incorporar la tecnología de la información para mejorar la eficiencia y la capacidad de comercialización de la empresa
- Implementar prácticas para ser más ambientalmente sensibles (conservar energía y agua, reducir, reciclar, reutilizar)
- Otro. Especifique: *

49) ¿Podría indicar cuáles de los siguientes probablemente sean (o no sean) problemas para hacer crecer su empresa en el futuro?

	Probablemente no sea un problema	Probablemente sea un problema
Acceder a financiamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obtener apoyo de mi familia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontrar una ubicación comercial más adecuada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Encontrar información sobre nuevos mercados (por ejemplo, oportunidades de cadenas de suministro, exportación, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontrar trabajadores calificados y confiables	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enfrentarse a las regulaciones gubernamentales y los costos de cumplimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontrar asesores/consultores/mentores que le den consejos para crecer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Temas tributarios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Temas de transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

• **SECCIÓN G: Percepciones de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial de la mujer**

- En las próximas preguntas, buscamos conocer sus percepciones sobre las condiciones y las necesidades operativas de las mujeres empresarias en Chile.

50) Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones. Para todas ellas, considere el contexto y situación del Chile actual.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	No sabe/No responde
Es difícil para una mujer empresaria lidiar con las	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

regulaciones gubernamentales					
El acceso al crédito y al financiamiento es bueno y los prestamistas tienen buena disposición hacia las mujeres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las mujeres tienen los mismos derechos que los hombres para poseer propiedades y registrarlas a su nombre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sé todo lo que necesito saber para que mi empresa tenga éxito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi educación y experiencia previas me prepararon bien para mi rol como empresaria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Necesito más habilidades para operar mi empresa con éxito y para hacerlo crecer hasta la siguiente etapa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recibo mucho apoyo de asociaciones y grupos empresariales de mujeres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

51) Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones. Para todas ellas, considere el contexto y situación del Chile actual.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	No sabe/No responde
Las mujeres tienen las mismas oportunidades que los hombres para participar en programas de educación y capacitación empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las mujeres tienen las mismas oportunidades que los hombres para acceder a financiamiento para sus empresas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las mujeres empresarias tienen la misma oportunidad de acceder a la tecnología que los hombres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hacer un mejor uso de las tecnologías de la información permitiría a las empresas propiedad de mujeres competir en los mercados de manera más efectiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La información sobre los servicios de apoyo al desarrollo empresarial se encuentra ampliamente disponible para las mujeres empresarias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La información sobre tipos y fuentes de financiamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

se encuentra ampliamente disponible para las mujeres empresarias					
La información sobre las regulaciones empresariales se encuentra ampliamente disponible para las mujeres empresarias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

52) Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones. Para todas ellas, considere el contexto y situación del Chile actual.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	No sabe/ No responde
Las asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras tienen influencia en las políticas y en los procesos de toma de decisiones del gobierno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las asociaciones de mujeres empresarias/emprendedoras pueden representar de manera efectiva mis intereses y preocupaciones como mujer empresaria ante el gobierno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Las asociaciones empresariales e industriales abogan para que el gobierno adopte políticas para satisfacer las necesidades de las mujeres empresarias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La iniciativa empresarial se considera un rol aceptable para las mujeres en la economía y la sociedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es más difícil para una mujer poner en marcha y hacer crecer un negocio que para un hombre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El gobierno apoya a las mujeres empresarias con sus posiciones y con programas de asistencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las leyes y regulaciones en Chile respaldan un alto nivel de equidad e igualdad de género	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En general, el entorno empresarial es muy favorable para las mujeres empresarias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- 53) ¿Qué consejo daría para resolver los problemas que usted y otras mujeres como usted enfrentan como propietarias de empresas?



- **SECCIÓN H: Datos Sociodemográficos**

54) ¿Podría decirme en qué rango de edad se encuentra?

- 15-24 años
- 25-39 años
- 40-55 años
- Más de 55 años

55) ¿Cuál es el grado educativo más alto que ha obtenido?

- Sin educación formal
- Primaria o Preparatoria (Sistema antiguo)
- Educación básica
- Humanidades (Sistema Antiguo)
- Educación Media Científico-Humanista
- Técnica, Comercial, Industrial o Normalista (Sistema Antiguo)
- Educación Media Técnica Profesional
- Técnico Nivel Superior Incompleto
- Técnico Nivel Superior Completo
- Profesional Incompleto
- Profesional Completo
- Postgrado Incompleto
- Postgrado Completo

56) ¿Cuál es su estado conyugal o civil actual?

- Casada o Conviviente civil (con acuerdo de unión civil)
- Conviviente sin acuerdo de unión civil
- Anulada
- Separada
- Divorciada
- Viuda
- Soltera

57) ¿Cuántos hijos tiene?

- Ninguno
- 1 hijo
- 2 hijos
- 3 hijos
- 4 hijos
- 5 hijos
- Más de 5 hijos

58) ¿Cuántos hijos menores de 18 años viven con usted actualmente?

- Ninguno
- 1 hijo
- 2 hijos
- 3 hijos
- 4 hijos
- 5 hijos
- Más de 5 hijos

**59) Indique cuáles de los siguientes está presente en su hogar.
Seleccione todos los que correspondan**

- Televisión
- Radio
- Conexión a Internet

- Computadora
 - Conexión de teléfono fijo
 - Conexión a Internet móvil
-

60) Agradecemos mucho su participación en esta encuesta. Por motivos de supervisión, le solicitamos ingresar su nombre y apellido. Estos datos se mantendrán como confidenciales.

Si desea recibir una copia de los resultados de la encuesta o del informe final, indique su correo electrónico.

Nombre:

Dirección de correo electrónico:

- **¡Muchas gracias!**
- **La OIT, CPC, Mujeres Empresarias y DESUC agradece su participación.**



**Evaluación Nacional del Desarrollo
de la Iniciativa Empresarial
de la Mujer (WED) - Chile**

Diciembre, 2020

