



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

Revista Trabajo Social

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**Desigualdades
de género en el
emprendimiento y
en los negocios de
las mujeres.**

CAROLA NARANJO

**Familias y servicios,
coordinados para
encontrar soluciones
eficaces a los problemas
de protección de la
infancia.**

El modelo de las
Family group conferences.

FRANCESCA MACI

**Acción materna
y acción social:**

el caso estadounidense.

MARÍA JOSÉ BINETTI

**La búsqueda del
paraíso:**

el apego y la reparación de la
infancia perdida en niños vulnerados
en sus derechos

CATHERINE ANNE LABRENZ

**Posibilidades y
límites del enfoque de
intervenciones sociales
basadas en evidencia**

ENTREVISTA

DR. CHRISTOPHER BONELL

J U L I O
86 | 20
14

Desigualdades de género en el emprendimiento y en los negocios de las mujeres

Gender inequalities in women's entrepreneurship and business

CAROLA NARANJO

Antropóloga Social, Universidad de Chile, master en igualdad de género. Es asesora y consultora especialista en transversalizar el enfoque de género en las políticas públicas (gender mainstreaming) en múltiples instituciones del Estado de Chile. Doctoranda en Ciencia Política de la Universidad Diego Portales. carolanaranjo@gmail.com

Resumen

El presente artículo plantea un análisis de género de los principales resultados obtenidos de un estudio realizado en el año 2012 que muestra los estereotipos culturales, masculinos y femeninos, relacionados con los distintos emprendimientos y generación de negocios apoyados por las políticas públicas en Chile. El estudio fue de carácter cualitativo, descriptivo y exploratorio, se desarrollaron 11 entrevistas en profundidad dirigidas a funcionarios/as expertos/as en programas de emprendimiento, y 10 *focus groups* con mujeres emprendedoras pertenecientes dichos programas. Este estudio permitió identificar inequidades y barreras de género percibidas y experimentadas por mujeres chilenas emprendedoras, que impiden su desarrollo en plenitud y en igualdad de condiciones. El documento presenta en primera instancia los antecedentes generales del emprendimiento constituido desde la perspectiva de género, para luego mostrar la metodología y los principales resultados obtenidos del estudio.

Palabras claves. *enfoque de género, inequidades y barreras de género, emprendimientos en Chile, mujeres.*

Gender gap in entrepreneurship and business women.

This paper presents a gender analysis of the main results of a study in 2012 showing the cultural, male and female stereotypes, related to different projects and doing business supported by public policies in Chile. The study conducted was qualitative, descriptive and exploratory 11 in-depth interviews aimed at officials / experts / as in entrepreneurship programs were developed, and 10 Focus Groups with entrepreneurial women from these programs. This study identified perceived inequities and gender barriers experienced by entrepreneurs and Chilean women, preventing their full development and equal. The paper presents the first instance in the general background of the venture formed from the gender perspective and then show the methodology and the main results of the study.

Key words. *Gender, gender inequities and barriers, entrepreneurship in Chile, women.*

Emprendimiento desde la perspectiva de género

El surgimiento de mujeres emprendedoras es un fenómeno que ocurre no tan solo en América Latina sino también a nivel mundial. Muchas investigaciones y organismos internacionales han centrado su atención a este fenómeno. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) en sus investigaciones se ha abocado a estudiar los mecanismos para reducir la brecha tecnológica y las desigualdades de género. Se

ha constatado que existen características y/o modos particulares de encarar proyectos o emprendimientos de las mujeres y de los hombres y esto podría extrapolarse respecto de los emprendimientos o empresas. Por lo general las mujeres emprendedoras pueden ser tanto profesionales universitarias o expertas en distintas áreas, como mujeres sin formación específica o de bajos recursos; inmigrantes o de comunidades indígenas. Pero existen temas que les son comunes solo por el hecho de ser muje-

res: la necesidad de cuidar a los hijos; la obligación de coordinar ocupaciones laborales con los tiempos del embarazo y de la lactancia; los cambios culturales respecto a nuevas configuraciones familiares y en la pareja; las propias necesidades de desarrollo personal, y la carencia de acceso a créditos u otros beneficios de los que gozan, aún en nuestros días, solo los hombres. Esto para desarrollar negocios que puedan transmitir a los descendientes, como una suerte de seguro de trabajo e ingresos; para permitirse la creatividad en la manera de ofrecer productos o servicios; para trabajar en actividades que conocen o les resultan más atractivas; para soñar con mejores perspectivas económicas.

Esto constituye un largo camino de aprendizaje que incluye la búsqueda tanto de ideas como de proyectos a desarrollar en el marco del complejo mundo de los negocios, y es aquí donde se enfrentan a desventajas o a dificultades para acceder a las múltiples opciones que el mercado ofrece en igualdad de condiciones frente a un sector en el que históricamente prevalece una participación masculina en los negocios. Participar de este mundo lleva a las mujeres mucho tiempo, sobre todo en la búsqueda de información y de apoyo para concretar sus ideas. En Chile el panorama antes descrito se evidencia en los resultados de las investigaciones y la recopilación que el mismo Gobierno de Chile ha realizado en el último tiempo.

De acuerdo a cifras entregadas por la Corporación de Fomento a la Producción, CORFO, por el Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC y por el Servicio Nacional de la Mujer, SERNAM, en Chile existen 744.186 empresas formales, de las cuales 609.921 son microempresas (82%), 110.261 son pequeñas (15%), 15.979 son medianas (2%) y 8.025, grandes.

Del total de empresas, un 33,9% son de propiedad de mujeres. Del total de empresas de propiedad de mujeres, un 90,6% son microempresas. Casi la mitad de estas empresas (un 47,8%) se ubica en el sector comercio.

Otro aspecto importantes es que las empresas de mujeres tienen menor acceso al financiamiento que las empresas de hombres (83,7% versus 77,7%).

En cuanto a los productos financieros, las mujeres cuentan con un menor acceso a ellos que los hombres. El 55, 2% de las mujeres no utiliza ningún producto financiero. Esta cifra se reduce en el caso de los hombres a un 38,3%.

Si de instrumentos de fomento se trata, existen diferencias en relación con el conocimiento y solicitud de estos instrumentos por parte de las empresas. El 73,9% de las mujeres no solicitan el apoyo público por falta de información sobre los instrumentos de fomento productivo. En el caso de los hombres, la cifra alcanza al 63,6. Pareciera ser que uno de los principales problemas radica en la falta de información y redes de apoyo. Las empresas de mujeres, generalmente más pequeñas y más dedicadas a mercados locales, están más aisladas y disponen de menos fuentes de información sobre asuntos que afectan sus proyectos. Las mujeres tienen menos acceso que los hombres a las fuentes de información de negocios y tienen menos contactos para desenvolverse en el mercado como oferentes de sus productos o servicios. Las mujeres tienen también menos acceso que los hombres a información sobre las iniciativas/proyectos públicos que se están desarrollando y sobre los programas e instrumentos de fomento. La falta de información limita el acceso al financiamiento, las oportunidades de negocios y acceso a nuevos mercados, la posibilidad de capacitación y de acceso a instrumentos de apoyo del Estado.

Lo anterior nos muestra las brechas aún existentes para lograr el acceso real y en igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en Chile. Adecuar las herramientas, metodologías y/o los canales de comunicación es uno de los grandes desafíos para las instituciones dedicadas al fortalecimiento del emprendimiento en nuestro país, pues pareciera evidente que la difusión y el acceso a la información es un aspecto a mejorar con el fin de llegar al universo de los/as beneficiarios/as.

El problema de investigación es ¿de qué manera se expresan los estereotipos¹ culturales masculino y femenino en el emprendimiento? Lo anterior desde una mirada de políticas públicas con enfoque de género. Entendemos que el género es una dimensión de análisis que nos permite mejorar la calidad

1 El estereotipo es una idea que se repite y se transmite sin variaciones. Es una representación compartida por la mayoría de los miembros de un grupo.

Estas imágenes, por lo general, no consideran las características individuales de las personas.

Estereotipo de género: son ideas construidas y reproducidas culturalmente en torno a las diferencias de género.

Si en un estereotipo se adjudica mayor jerarquía y valor a un sexo que a otro, se habla de estereotipos sexistas.

Por lo general, los estereotipos sexistas tienden a minusvalorar a niñas y a mujeres y a sobrevalorar a niños y a hombres, sin que exista una razón para ello.

de entrega de los instrumentos y programas de innovación, por cuanto permite a las instituciones identificar posibles limitantes que tienen los potenciales usuarios, hombres y mujeres.

El análisis se estructuró, por una parte, en inequidades de género, definidas como situaciones injustas por razones de género: situaciones en que hombres o mujeres no se encuentran en igualdad de oportunidades, acceso, uso, control de los recursos y/o derechos en torno a un ámbito social. Y, por otra parte, en barreras de género, que son factores limitantes que impiden la participación de las mujeres en igualdad de condiciones.

Metodología

El estudio desarrollado fue de carácter cualitativo, descriptivo y exploratorio. La muestra fue escogida mediante el muestreo teórico o intencionado tal como es definido en *Grounded Theory* (Glaser y Strauss, 1967; Strauss y Corbin, 2002; Charmaz, 2006). En el muestreo teórico o intencionado, las muestras quedan definidas de acuerdo a una serie de atributos o criterios definidos por el investigador, quien toma en consideración la revisión de la literatura existente sobre la materia y la pertinencia del rescate de la comunicación que elaboran “sujetos tipo”, considerados relevantes e indispensables. Los criterios de selección del muestreo teórico fueron:

Técnicas de levantamiento de información

Se realizaron once entrevistas en profundidad a funcionarios/as encargados/as y/o conocedores/as “expertos/as” de distintos instrumentos y programas de emprendimiento.

Se realizaron diez *focus groups* con mujeres emprendedoras que utilizaron programas de em-

prendimiento del Estado chileno, los que fueron realizados en las distintas regiones del país.

Técnicas de análisis de datos

Las entrevistas en profundidad y *focus groups* fueron grabadas y transcritas en su integridad en forma textual, tal como se recomienda en investigación social cualitativa.

Este método de análisis de información cualitativa fue realizado por medio de un procedimiento de comparación constante. Se realizó codificación abierta y codificación axial. Los criterios de confiabilidad y validez quedaron resguardados mediante los siguientes procesos: codificadores independientes, utilización de memos y registros del proceso, observaciones independientes, revisión del proceso de análisis mediante juicio de experto. Todo lo anterior se realizó utilizando el *software* de análisis de datos cualitativos ATLAS Ti. 5.2, que se encuentra diseñado bajo los parámetros teórico-metodológicos de la “grounded theory”.

Resultados de la investigación

A continuación se presentan los factores que hemos denominado inequidades de género percibidas y experimentadas por mujeres chilenas emprendedoras:

Rol reproductivo de las mujeres interviene en la formación de negocios

Lo que mayor presencia tuvo en los discursos femeninos es que la construcción de género que tiene que ver con que las mujeres se hacen cargo exclusivamente de las tareas reproductivas, del cuidado doméstico-familiar y del cuidado comunitario en general, interviene de sobremanera en el emprendimiento.

Emprendedoras	Funcionarios/as públicos de organismos de emprendimiento chilenos.
<p>Mujeres.</p> <p>Con representación en regiones del país.</p> <p>Usuaris de los instrumentos y programas de emprendimiento chilenos.</p> <p>Que sean capaces de reflexionar sobre su experiencia en los distintos programas de emprendimiento.</p>	<p>Hombres y mujeres.</p> <p>Encargados/as y/o conocedores “expertos” de distintos instrumentos y programas.</p> <p>Capaces de narrar la operación, objetivos y principales características de los/as usuarios/as.</p> <p>Con contacto directo con usuarias y usuarios de programas de emprendimiento.</p>

“En cambio nosotras no, nosotras asumimos los problemas, tenemos que hacernos responsable de todas las falencias, o sea problemas, llanto, guagua, enfermedad, todo. En cambio los hombres no poh, el cabro se enferma y la mamá va a tener que ir al hospital, el papá llama de la pega, el papá no va a ir a pedir licencia, la mamá va a pedir licencia, entonces no esa es una cuestión súper complicá y es así por eso es que la banca no deposita el dinero en nosotras”. (Emprendedora chilena)

El rol reproductivo, la maternidad de forma explícita hace que las mujeres tengan que distribuir sus múltiples roles y cumplir todos a la vez.

De esta forma, la inequidad de género se manifiesta en el sentido de que las mujeres tienen que compatibilizar estos roles, la mayoría de las veces con los ámbitos del emprendimiento, de la gestión de sus negocios, de la producción de sus comercios, de la venta de sus productos, de las acciones de mercadeo y planificación empresarial, etc.

“Es que pareciera que fuera excluyente, o soy exitosa o soy madre.” (Emprendedora chilena)

Esta inequidad de género hace que, muchas veces, las mujeres tengan que optar por dedicarse exclusivamente a la crianza o a los negocios, lo que deja en evidencia la falta de redes de apoyo y el hecho de que no todos los actores sociales y económicos se hacen cargo de la reproducción social y del mantenimiento de las familias. Esta desigualdad se profundiza en las familias monoparentales femeninas, en que son ellas las únicas encargadas de mantener y financiar el hogar.

Esta problemática hace que los emprendimientos femeninos tengan que sortear mayores dificultades para que sean exitosos, las mismas mujeres testimonian lo complejo e inequitativo que les resulta esta situación, y quienes lo consiguen lo hacen luego de mucho sacrificio, y la mayoría de las veces a costa de sus propias familias.

“Pero hay que conocer las barreras también y yo creo que la más preponderante para las mujeres es la maternidad.” (Empresaria chilena)

Dualidad de la unidad de negocio con la unidad doméstica

Otra de las características de la mayoría de los emprendimientos femeninos estudiados es la noción de que sus unidades de negocio son a la vez su propia unidad doméstica. Esto en la práctica quiere decir que sus relaciones comerciales se hacen desde lo doméstico y con lo doméstico.

Ocurre que las mujeres tienen que compatibilizar sus negocios con los tiempos de sus familias. Es una característica que las empresas de las mujeres estén ubicadas en los propios hogares, para no descuidar a los hijos e hijas.

“En el fondo, puede ser que sean negocios personales, bipersonales, porque tú te encuentras por ejemplo con una señora que tiene una empresa textil, entonces ella se dedica hacer las compras, se relaciona con proveedores, ella también produce, ella se sienta en un momento, corta y cose, pero también tiene el vínculo con el banco, con nosotros para ver alguna problemática que tenga.” (Funcionario de programa de emprendimiento)

Lo anterior tiene variadas implicancias en la gestión de sus emprendimientos. Por una parte los rubros de las mujeres son extensiones de roles domésticos tradicionales: cocina, confección de vestuario, peluquería, servicios variados. Por otro lado, ellas son su propio capital de trabajo o son las únicas trabajadoras de la empresa.

Es característico que las ganancias no sean invertidas en la empresa misma, sino que vienen a cubrir necesidades básicas familiares urgentes e inmediatas. Lo anterior limita el desarrollo empresarial.

“Ahí hay un tema porque como decían ellas, en si los ingresos de la empresas de las mujeres normalmente se van para sus familias, entonces les da poco para reinvertir e ir mejorando sus empresas.” (Funcionario de programa de emprendimiento)

Emprendimientos femeninos con menor competencia en tecnologías de la información

Como resultado del estudio, se constata que las mujeres tienen menos competencias instaladas en el manejo de tecnologías. Todas las mujeres que participaron de él señalaron que esta es una falencia, llama la atención que también fuera mencionada por participantes con perfiles de instrucción académica mayor.

Esta característica las sitúa en al menos dos situaciones a enfrentar. La primera es que no utilizan estas herramientas de gestión en sus negocios, con los consiguientes beneficios que esto trae en el ámbito de la gestión empresarial; y la segunda se refiere a que tienen menor acceso a la red de fomento económico del Estado, que transita a pasos agigantados hacia la utilización de las plataformas virtuales e informáticas para conocer, acceder y postular a sus programas.

“(...) Y descubrir que hay mujeres que no tienen preparación, que no se manejan con el computador, que no saben lo que es un flujo, que hay que explicarles, buscar a alguien que las pueda asesorar, hay que buscar la forma para que alguien las asesore.” (Funcionario de programa de emprendimiento)

Falta de competencias en la gestión financiera de negocios de mujeres

Las mujeres señalan que se debe considerar como una inequidad de género que en la mayoría de los emprendimientos liderados por ellas se tiene como falencia la falta de competencias instaladas en gestión financiera formal o contabilidad básica, lo que produce que las empresas de mujeres tengan que estar sorteando constantemente dificultades que pueden ser evitables al tener conocimientos en la materia.

Esto explica, en alguna medida, que ellas mismas confiesen que les cuesta más crecer financieramente, que se mantienen estancadas y finalmente terminen sucumbiendo al mercado

“Lo que pasa es que yo, yo la mayoría de las mujeres que he atendido son muy emprendedoras y de bajo nivel socioeconómico, no tienen mucha competencia en los sistemas, no se manejan en eso, de repente se estancan en cosas pequeñas como el hacer una solicitud, o no saben hacer un plan de negocios, lo que las dificulta.” (Funcionario programa de emprendimiento)

No contar con las competencias necesarias para llevar de forma óptima sus emprendimientos se debe considerar una inequidad, debido a que hay una noción de injusticia social. Este elemento debiera ser corregido, una vez que las mujeres sean clientas de los instrumentos, para que el impacto positivo de los programas de emprendimiento e innovación llegue en igualdad de condiciones y de forma equitativa a la población.

“También temas de finanzas, de presupuestos, saber qué hacer con las platas del negocio y separarlo de los gastos del hogar en eso tú te das cuenta que no compiten en igualdad de condiciones.” (Funcionario programa de emprendimiento)

No obstante lo anterior, no se debe confundir esta inequidad de género con el hecho de que las mujeres no conozcan o tengan claridad en los ámbitos de la producción y de la idea de su negocio, ya que sí están presentes estos elementos.

“Lo que yo percibo es que las mujeres que son usuarias nuestras tienen la condición de ser dueñas, pero además tienen mucha claridad de su negocio, es como eso que se dice que las mujeres pueden hacer más de dos cosas a la vez, entonces generalmente la mujer que viene a consultar acá o que es parte, suele ser la que lleva varias áreas de su negocio o de su empresa o tiene claridad de varias cosas en su empresa” (Funcionario programa de emprendimiento)

Los roles de género hacen que las mujeres se auto-limiten para emprender

Otra inequidad del género femenino, y que ellas mismas testimonian, es que les cuesta decidirse a emprender.

Lo anterior lo podemos explicar desde los estereotipos de género, por cuanto la realidad sociocultural los construye bipolares y complementarios, lo que hace que las personas tengan valoraciones propias de lo que pueden o no pueden hacer. Esta autovalueoración femenina muchas veces está mediada por la identidad de género, que tiende a restringir las capacidades personales.

Los testimonios de las usuarias de programas de emprendimiento ilustran que ellas tenían/tienen muy poca valoración de sus propias capacidades en el área del emprendimiento, situación que actúa como inequidad de género, al ser ellas mismas las que refuerzan estos patrones de comportamiento.

Cabe señalar que la cultura emprendedora está mucho más relacionada con patrones masculinos de comportamiento que con valoraciones femeninas, que las sitúan en espacios más conservadores y pasivos.

“Yo al principio tiritaba entera, temblaba pensando en qué voy a hacer yo con una empresa. Ahora ¿sabe? hasta mi marido me valora y como que nos hemos llevado mucho mejor.” (Emprendedora chilena)

“Señorita, es que nos han dicho tantas, pero tantas veces que las mujeres somos malas para los negocios, que somos pésimas para sacar las cuentas, que una se la cree y ni se atreve a pensar que podemos ser mujeres emprendedoras”. (Emprendedora chilena)

Los tipos de negocio o rubros en que emprenden las mujeres son menos rentables

Otra inequidad de género detectada tiene relación con el tipo de negocio que emprenden las mujeres. Recordemos que las caracteriza la dualidad entre

el negocio y la familia; y que el rol reproductivo, particularmente la maternidad, cruza sus relaciones comerciales.

Esta posición en la que se encuentran hace que sus rubros tiendan a ser extensiones de sus roles de género, como gastronomía, producción textil, prestación de servicios, etc., que están fuertemente relacionados con tareas domésticas. La inequidad de género que se presenta en esta situación es que estos rubros tienen menor retribución económica en el mercado.

Lo anterior se profundiza a la hora de innovar, puesto que estos rubros se caracterizan por ser “tradicionales”, y como las mujeres son a su vez la propia empresa, no cuentan con los recursos y el tiempo para realizar innovaciones.

“Normalmente los rubros en que están las mujeres microempresarias son trabajos en que pueden compatibilizar el hogar con las horas de trabajo y por eso son rubros que no son rentables, además lo que han dicho, ellas son súper ordenadas para el pago de sus deudas, alguna vez hicimos un trabajo de etnografía y fuimos a las ferias y lo que veíamos es que las mujeres estaban siempre en la caja y el hombre tiraba la talla, hablaba con el vecino de al frente y la mujer estaba sentada con la caja y un cuaderno.” (Funcionario de programa microcrédito femenino)

Mujeres tienen que hacer doble esfuerzo para valerse como emprendedoras

Las mujeres tienden a realizar emprendimientos en rubros “tradicionales feminizados”. Ellas mismas relatan que a la hora de intentar emprender o innovar en áreas económicas fuertemente masculinizadas deben estar constantemente realizando un doble esfuerzo, que se traduce en que primero deben demostrar que pueden emprender un negocio y luego demostrar que pueden emprender un negocio en rubros en que han estado poco representadas.

“Yo como mujer vendí mucho más de lo que vendieron otros hombres acá, me fue regio, pero a lo que yo voy es a esa desigualdad, no estamos iguales, cuando dicen de repente que las mujeres estamos casi iguales que los hombres, yo creo que en algunas cosas sí, pero en esto del trabajo, lo laboral, todavía no, estamos todavía por debajo del hombre.” (Emprendedora chilena)

Mujeres tienen asimetría en el conocimiento de información para emprender

Las emprendedoras declararon desconocer los programas e instrumentos que el Estado tiene en materia de emprendimiento, comentaron que existía confusión acerca de lo que hacen las instituciones y qué es lo que ofrecen.

“Fui una de las ganadoras del capital semilla este año en mayo, pero como te digo, yo empecé a trabajar sola porque no había conocimiento de todas estas cosas. Y yo tenía entendido que CORFO era un banco más y al pensar que era así no prestaba al pequeño empresario, entonces yo me imaginaba que era tan difícil ir a CORFO y nunca me acerqué tampoco.” (Emprendedora chilena)

Las mujeres sienten que las discriminan al solicitar mayor monto de financiamiento en las instituciones bancarias

Las emprendedoras consideran que cuando su negocio llega al punto en que necesita mayores recursos para seguir creciendo, existen barreras de parte de las instituciones bancarias. Expresan que al solicitar montos de créditos altos, se encuentran con restricciones antojadizas de los bancos.

Muchas de las entrevistadas señalaron que aún cumpliendo con los requisitos financieros, por el solo hecho de ser mujer, las instituciones bancarias no confiaban en ellas.

Mujeres emprenden como alternativa al trabajo asalariado

La mayoría de los emprendimientos femeninos son una alternativa al trabajo asalariado. Esto estaría explicado por la brecha salarial que hoy existe en el país, por la necesidad de compatibilizar familia trabajo, porque sus parejas están o estuvieron desempleados y porque muchas de ellas son jefas de hogar. Emprenden porque tienen una necesidad imperiosa de generar recursos para sus familias.

Los testimonios repetían que les costó mucho tomar la decisión de emprender y que luego, cuando estaban embarcadas en este desafío, se les ha hecho extremadamente difícil.

La inequidad de género estaría dada porque todas aquellas desigualdades sociales, de formación y económicas que tiene el segmento emprendedor en Chile se ven profundizadas en las mujeres.

“Yo mi taller lo formé porque yo no quería salir a trabajar afuera, yo quería quedarme con mis niños en la casa, entonces yo decía yo no me voy a quedar en la casa haciendo

nada esperando que mi marido me mantenga, no puedo, pero tampoco quería dejarlos solos porque mi mamá trabajó toda la vida y yo crié a mis hermanos más chicos, me tocó el tener que criar a mis hermanos más chicos.”
(Emprendedora chilena)

En esta investigación se hizo una distinción entre inequidades de género y barreras de género, estas últimas son situaciones experimentadas por las mujeres y que en la práctica de emprendimiento se transforman en limitantes que las excluyen. Pasamos a revisarlas:

La capacitación para las mujeres es siempre la misma

Una primera barrera es la preparación para emprender que realizan los distintos programas de emprendimiento. Se indica que las materias impartidas obedecen a un nivel introductorio, que no se va complejizando en el tiempo, tal como si se pensase que las mujeres que están realizando un emprendimiento estuviesen siempre comenzando. Ello desincentiva a las mujeres a asistir a dichas asesorías o transferencias de conocimiento.

En este sentido, las asesorías de consultores deberían estar de acuerdo con los diagnósticos empresariales y no al prejuicio de que son mujeres sin conocimiento, y establecer una malla curricular, donde las emprendedoras tengan acceso a conocimientos más avanzados de acuerdo a su propio diagnóstico.

“Yo de CORFO estoy participando hace harto tiempo, y los cursos siempre son los mismos, siempre los mismos, por ser yo a lo mejor haber sido invitada 3 veces al mismo curso, fui uno y dos veces y la tercera ya no voy por, si pa’ qué, si eso ya lo aprendí.”

Las instituciones que fomentan el emprendimiento no visualizan a las personas, no realizan análisis de género

Los programas e instrumentos de emprendimiento no son pensados o diseñados desde una perspectiva de género, sino desde un estándar relacionado con el emprendimiento masculino. Al no tomar en consideración las variables asociadas al género no se permite dar cuenta de las diferencias, dificultades y particularidades que hombres y mujeres tienen a la hora de realizar sus emprendimientos productivos.

“Entonces nosotros conversamos, puede ser una ceguera absoluta respecto de, pero es que nuestros instrumentos no tienen problemas de género, están pensados desde la unidad del trabajo que quiere hacer, pero nunca se

ha pensado, o no se ha pensado haciendo la diferencia. A lo mejor ahí puede estar el error, de que si son emprendedores hombres o mujeres, uno piensa mirando desde lo que quieren hacer”
(Funcionario programa de emprendimiento)

Las mujeres perciben que los funcionarios no las ven como contrapartes válidas de Programas de emprendimiento

Un elemento común indicado por las mujeres, es que ellas perciben que el personal involucrado en los programas de emprendimiento no las ve como potenciales usuarias de programas e instrumentos. Ello es una barrera interna de género invisible. De esta manera se encuentran operando valoraciones y prejuicios relacionados con que las mujeres no son sujetos activos de emprendimientos e innovación. Persiste la suposición de que estos ámbitos de la economía se encuentran asociados a los hombres.

“Entonces ahí quedé neutralizada, porque me dijo que yo era mujer y ¿qué le podía decir yo?... ¿que no era mujer? Porque pegan ahí en el punto justo, en la conciencia de todo esto que nos han hecho creer que por ser mujer, una es débil, entonces quedé ahí, dijo la palabra clave, ¿Cómo lo va a hacer si usted es mujer? Y me sentí chiquitita y no fui capaz de enfrenarle.”
(Emprendedora chilena)

Las mujeres tienen menor acceso a redes para optar a mejores apoyos técnicos

Otro elemento a considerar dice relación con el hecho de que las mujeres parecen tener un menor acceso a redes o contactos donde poder elegir de mejor manera buenos/as consultores/as que lleven adelante sus proyectos. Lo anterior se profundiza en las mujeres que emprenden por primera vez, unido a la poca experiencia que tienen en tratar con profesionales consultores.

Existen conocimientos financieros diferenciados entre hombres y mujeres

El personal de programas de emprendimiento señala que existirían elementos diferenciadores entre hombres y mujeres respecto al uso de los distintos programas e instrumentos institucionales. De esta manera, se indica que en algunas oportunidades las mujeres, a pesar de tener el dinero suficiente para realizar un emprendimiento, no disponen del conocimiento técnico necesario para tomar decisiones de negocio o simplemente llenar formularios de postulación a los programas.

En otras oportunidades se indica que las clientas mujeres realizan un manejo responsable y

oportuno de los dineros asociados a los créditos otorgados, a diferencia del manejo que realizan los clientes hombres.

“Entonces lo que pasa aquí en la zona es que puede haber una mujer que cultiva tomates y que es un rubro rentable, ella tiene treinta millones para instalarse con un invernadero, pero no tiene idea de sumar y restar, entonces hay una informalidad y el instrumento está pensado o está el prejuicio de que o la idea de que el que tiene doce millones para invertir tiene la capacidad de llenar la ficha, ver el computador y no es así.” (Funcionario programa de emprendimiento)

Programas con agente operador intermedio pueden no considerar a mujeres en la elegibilidad de proyectos

Los agentes operadores mantienen un control en el proceso de postulación a los programas e instrumentos institucionales. En este sentido, ellos podrían estar manejando a conveniencia determinadas variables que hicieran más elegible una postulación masculina que una femenina. En este sentido, se indica que la presencia de clientas mujeres podría ser considerada como uno de los elementos no preferibles a la hora de realizar las postulaciones, puesto que ellas no reúnen de buenas a primeras todos los requisitos para calificar. De manera que se convertiría en una barrera al acceso de los instrumentos institucionales.

“Quien llena la solicitud de recursos es el agente operador, quien presenta el proyecto es el operador, el agente operador se encarga de buscar en las empresas que cumplan con la legitimidad, pero si esas empresas tienen diferencias en la preparación, si son hombres o son mujeres, el agente operador de alguna manera va subsanar eso, porque él llena la ficha, él va a pedir los papeles, él va hacer esto otro, él lo va hacer y lo va a presentar.” (Funcionario programa de emprendimiento)

Requerimientos para postular son considerados como excesivos por las mujeres

Un elemento destacado tanto por funcionarios como por mujeres emprendedoras dice relación con la percepción de que los requerimientos para postular a los programas e instrumentos, sobre todo con los programas de financiación y garantías, son excesivos. Ello llevaría a constituirse en una barrera para que las mujeres puedan solicitarlos con mayor frecuencia y prontitud.

“Es que ese es el problema, es que uno está ingresando algo y ya se venció el documento, entonces vamos de nuevo, entonces esos son los tiempos con que tenemos que lidiar las instituciones, pero bueno, ahí está la fortaleza del emprendedor, seguir adelante no más.” (Emprendedora chilena)

Conclusión

Esta investigación permitió constatar que existen desigualdades de género en el emprendimiento, que están relacionadas con el rol reproductivo femenino, con que sus emprendimientos son asimilables a su unidad doméstica, carecen de formación y competencias en nuevas tecnologías y gestión financiera, les falta información en la oferta programática de emprendimiento del Estado, emprenden en rubros que son menos rentables, el mercado les envía señales que hacen que se autolimiten y que a su vez tengan que hacer doble esfuerzo para validarse como emprendedoras y con que no cuentan con la confianza de las instituciones bancarias a la hora de solicitar créditos. Finalmente se constató la existencia de barreras de género que actúan como cortapisas en el emprendimiento femenino, las que están relacionadas con la excesiva burocracia estatal en las postulaciones a programas, con agentes relacionados con el apoyo al emprendimiento que discriminan a las mujeres porque no las ven sujetas válidas para emprender, con que la posición social de la mayoría de las mujeres las aleja de redes de apoyo al emprendimiento y soportes técnicos de calidad, y con que son capacitadas en tópicos empresariales muy básicos una y otra vez.

En concordancia con los estudios de la mujer y de género, la evidencia empírica nos muestra que existe una clara “invisibilidad analítica” de las mujeres como protagonistas de programas de emprendimiento y de generación de negocios. Esta invisibilidad queda de manifiesto en el hecho de que al diseñar este tipo de instrumentos no se toman en cuenta las desigualdades de género y cómo estas inequidades están en la base del acceso y permanencia de las mujeres en este tipo de programas socioeconómicos. Es aquí en donde los diagnósticos diferenciados de género cobran una vital importancia, porque es posible recabar información tendiente a conocer brechas, barreras e inequidades de género que experimenta la población objetivo.

Sumado a lo anterior, se logra constatar sesgos y prejuicios “androcéntricos”: Los programas de emprendimiento son diseñados e implementados bajo

una lógica masculina, esto quiere decir que si bien en el discurso no existe nada que haga suponer que existen barreras de género, en la práctica el perfil de usuario/a al que se convoca y difunden los programas es un usuario estándar, y ese usuario estándar cumple con los patrones del estereotipo social de género masculino; de esta forma se recomienda utilizar siempre lenguaje inclusivo de género e imágenes paritarias que representen tanto a mujeres como a hombres en roles activos y protagónicos.

Otro elemento a destacar es que nos fue posible recoger en el discurso la existencia de sesgos “etnocéntricos” en la implementación de los programas, puesto que cuando se asumen desigualdades de género y se planifican “acciones afirmativas” en ciertos programas, se asume que todas las mujeres están en la misma situación y posición social, esto quiere decir que no existen diferenciaciones intragénero, y que siempre se entiende la situación de las mujeres desde paradigmas de vulnerabilidad social. Esto quedó de manifiesto por las propias usuarias de programas de emprendimiento en que fueron enfáticas en señalar que siempre se les entregaban capacitaciones básicas y las hacían empezar una y otra vez con el plan de negocios de sus proyectos. Un análisis de género debe suponer al menos la intersección de las variables de generación, etnicidad y estrato social, justamente para indagar en las diferencias que experimentan las personas en cuanto a posicionamiento social. Dichas diferencias deben ser conocidas y gestionadas por diseñadores/as e implementadores/as de programas socioeconómicos.

Las inequidades, brechas y barreras de género planteadas en esta investigación, están en concordancia con los principales elementos expresados por las teorías de género. Al hacer un zoom al sistema sexo/género es posible establecer que estructura relaciones de desigualdad en lo que al emprendimiento, negocios y rol productivo de las mujeres se refiere en nuestra sociedad.

Los hallazgos ponen de manifiesto que existe una forma primigenia de relaciones significantes de poder entre hombres y mujeres a la hora de emprender negocios. Siguiendo a Joan Scott (1990), estas se dan en un nivel simbólico, por ejemplo, mitos, conceptos normativos, nociones políticas y referencias a las instituciones y organizaciones sociales, y, como vimos en esta investigación, a la propia la identidad subjetiva de las mujeres.

Finalmente, nos fue posible rescatar el concepto de “estructura de prestigio”, muy en relación a lo que plantean Sherry Ortner (1979) y H. Whitehead

(1981), puesto que esta noción nos conmina a que el género sea estudiado en su relación con un sistema más amplio de símbolos y significados que están en interrelación. Para nuestro caso, el significado del rol productivo, del ejercicio del emprendimiento del “hacer negocios”, responde a una estructura masculinizada que entiende, simbólicamente, que las mujeres no están relacionadas con estos quehaceres y no cuentan con las condiciones para realizarlo de forma exitosa. Esto explicaría, de alguna forma, muchas de las barreras de género presentadas en esta investigación.

Concluimos que los distintos programas de emprendimiento no están diseñados con perspectiva de género, o cuentan con un incipiente análisis de este tipo, y que aún deben incorporar metodologías que recojan y gestionen las necesidades diferenciadas de hombres y mujeres a la hora de emprender.

Bibliografías

- APEC (2009). *Public Policies to Promote Women Entrepreneurs Project: Cases of Australia, Canada, Chile and Peru*. APEC Gender Focal Point Network. Singapur.
- BANDEIRA, L. (2010). *Experiencia de Brasil en la incorporación del enfoque de género*. Subsecretaría de Planificación de Brasil.
- BRUHN, M. (2009). *Female-Owned Firms in Latin America. Characteristics, Performance, and Obstacles to Growth*. Documento de Trabajo sobre Investigación de Política, 5122. Banco Mundial, Washington, D.C. 28 pp.
- CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, UNCTAD, OMC (2006). *Guide to Promote Businesswomen in Trade*. 22 pp.
- FONDO INTERNACIONAL DE DESARROLLO AGRÍCOLA (2003). *Memoria del Taller Experiencias microempresariales rurales con enfoque de género en proyectos FIDA*.
- FONDO INTERNACIONAL DE DESARROLLO AGRÍCOLA (1992). *Estrategias del FIDA para el adelanto económico de la mujer rural pobre*. GC 15/L.5, Roma.
- GTZ (2009) *Documento de trabajo: Estrategia de Género 2010-2014*.
- HELLER, L. (2010) *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Serie Mujer y Desarrollo. CEPAL. 83 pp.
- MORENO, A. (2004) *La Equidad de Género en los Proyectos. Programa de Apoyo a la Implementación de Proyectos*. RUTA.
- MOORE, H. *Antropología y Feminismo*. Cátedra, 1991. Madrid.

- **NASH, MARY Y MARRE DIANA:** “Muticulturalismo y Género”, 2001 Barcelona, Bellaterra.
- **OCDE (2002).** *¿Mi Bebé o mi Jefe? Cómo conciliar la vida familiar con el trabajo.* México: Fondo de Cultura Económica, 372 pp.
- **OCDE (2009).** *Doing Better for Children.* Paris: 191 pp.
- **PARKER, S C.** (2004) *Ethnic Minority and Female Entrepreneurship*, en *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship.* Cambridge University Press, pp. 113-134.
- **SCOTT, JOAN (1990).** *El género: una categoría útil para el análisis historic.* En Nash y Amelang (eds.) *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Ed. Alfons el Magnanim.
- **POLLACK, M. (2007)** *Incorporación de la perspectiva de género en proyectos productivos de la CEPAL.*
- **SISTEMA ECONÓMICO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE, (2010).** *Desarrollando Mujeres empresarias: La necesidad de replantear políticas y Programas de género en el Desarrollo de PYMES*, Secretaría Permanente de SELA, Caracas, Venezuela.



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE