



Género y Microemprendimiento

Unidad de Estudios

División de Política Comercial e Industrial

Julio, 2018

Resumen Ejecutivo

El presente informe de resultados aborda las diferencias entre los microemprendedores y microemprendedoras y sus respectivos negocios, utilizando la Quinta Encuesta de Microemprendimiento (EME 5). Dentro de los principales hallazgos destacan:

En relación al microemprendedor:

- El **39,2 % de los emprendimientos son de mujeres**. 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).
- **Las microemprendedoras son más jóvenes y tienen, en promedio, 49 años**. Los hombres tienen en promedio 51 años. Sin embargo, se observan microemprendedores hombres desde los 17 años, mientras que las mujeres emprendedoras más jóvenes tienen 18 años.
- La principal motivación para emprender es **obtener mayores ingresos (hombres 26,7 % y mujeres 26 %)**. La segunda motivación de las mujeres corresponde a **responsabilidades familiares (mujeres 19,9 % y en contraste hombres 3,8 %)**.
- **Un porcentaje similar de hombres y mujeres desarrolla una segunda actividad económica (hombres 15,8 % y mujeres 15,5 %)**. El principal rol en la actividad paralela corresponde a trabajador por cuenta propia (hombres 71,5 % y mujeres 68 %), mientras que se observan fuertes diferencias de roles según sexo, en servicio doméstico (hombres 0,1 % y mujeres 5,8 %), al igual que en dueño o socio de otra empresa (hombres 11,3 % y mujeres 8,2 %).
- **Una menor proporción de mujeres se despeñó como asalariada u obrero antes de su negocio actual (hombres 79,8 % y mujeres 68,3 %)**. Siendo responsabilidades familiares la principal razón de las mujeres para dejar este último trabajo (hombres 4 % y mujeres 31,9 %).
- El principal beneficio de ser independiente, indicado por las mujeres, es que **le permite realizar tareas domésticas (hombres 17,3 % y mujeres 59,2 %)**, mientras que la segunda razón corresponde a que le permite ajustar las horas trabajadas (hombres 48,5 % y mujeres 51 %).
- **Una menor proporción de mujeres se asigna formalmente un sueldo en el negocio (hombres 12,9 % y mujeres 9,1 %)**. Es más, dentro de este grupo, **las mujeres se asignan un sueldo, en promedio 28,6 % menor al que se asignan los hombres**.
- **Una proporción similar paga al menos un tipo de cotización (hombres 41,9 % y mujeres 41,2 %)**. Sin embargo, se observa únicamente una mayor proporción de mujeres pagando cotizaciones de salud (hombres 39,4 % y mujeres 41 %).
- **Las emprendedoras se capacitan más (hombres 16,7 % y mujeres 26,2 %)**. La principal fuente de financiamiento de las mujeres corresponde a organismos públicos o sin fines de lucro (hombres 41,8 % y mujeres 65,1 %).
- 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 (hom-

bres 8,4 % y mujeres 20,7 %).

En relación al microemprendimiento:

- Los negocios de **mujeres** se concentran en comercio (34,9 %), servicios (33,6 %) e industrias manufactureras (20,2 %), aquellos que pertenecen a **hombres** en comercio (24,9 %), construcción (18,4 %), servicios (18 %), agricultura y pesca (14,2 %) y transporte y almacenamiento (11,9 %).
- **Los microemprendimientos en manos de mujeres son más nuevos que aquellos en manos de hombres.** En promedio los negocios de mujeres tiene una edad de once años y registra una mediana de siete, mientras que los negocios de hombres registran una edad promedio de quince y una mediana de doce años.
- **Más de tres cuartos de los negocios funciona permanentemente, independiente del sexo del dueño.** Los microemprendimientos temporales son más prevalentes entre mujeres que entre hombres (25,2 % versus 22,5 %).
- 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.
- **La informalidad es más prevalente entre los negocios de mujeres que en los de hombres (55,3 % versus 50,3 % respectivamente), al igual que en 2015.** En el caso de los microemprendimientos de mujeres la informalidad se redujo 0,2 p.p., mientras que en los de hombres se incrementó 0,6 p.p.
- **Los negocios en manos de mujeres perciben utilidades por la mitad que la de los hombres (\$565.665 versus \$1.069.603).** Al controlar por horas trabajadas, la brecha entre ambos grupos se mantiene, pero su magnitud disminuye.
- Del universo de trabajadores empleados en los microemprendimientos **el 61,3 % son hombres, el 37,5 % mujeres**, mientras que el 1,1 % restante no registra información según sexo.
- **Los negocios de hombres que registraron un incremento neto en el número de asalariados alcanza 10,9 % versus 11,2 % en los de mujeres.** En el caso de los familiares que no perciben remuneraciones la variación neta es positiva entre las mujeres (4,5 %), mientras que entre los hombres es negativa y cercana a cero (-0,4 %).
- **Las microempendedoras disponen proporcionalmente menos herramientas y equipos que los hombres en todas las categorías.** Especialmente llamativa es la diferencia entre el porcentaje que dispone vehículo para fines de la actividad entre ambos sexos (29,4 p.p.)

En relación a los negocios permanentes, agrupados según antigüedad¹ y formalidad:

- Existe una mayor contratación de trabajadores en negocios de mujeres con antigüedad menor a tres años (51,1 %) que lo observado en hombres (54,1 %). Sorprende que **las menores contrataciones se dan en negocios informales con antigüedad mayor a tres años** (hombres 20,7 % y mujeres 16,1 %).
- **Una gran mayoría de los negocios de las mujeres se encuentra con ganancias por debajo de 257 mil pesos mensuales** (hombres 35,1 % y mujeres 66,9 %), lo cual es todavía más agudo en el caso de los informales, incluso cuando tienen más de tres años (88,1 % de estos emprendimientos). Este

¹Los negocios fueron agrupados en menores a tres años y el resto.

fenómeno es fuertemente menor en el caso de los emprendedores hombres (48,8 %).

- Se observa una pequeña brecha de género en solicitudes de crédito dentro de los negocios menores a tres años (hombres 16 % y mujeres 13,7 %). Mientras que en los negocios con más de tres años esta brecha es aún mayor, siendo los formales el grupo con mayor diferencia (hombres 44,7 % y mujeres 31,7 %).
- **Los emprendimientos de hombres venden más fuera de su región.** Esta brecha se intensifica en los negocios formales (hombres 36,6 % y mujeres 20,2 %).

Índice General

Índice de figuras	5
Índice de tablas	6
1. Introducción	7
2. Revisión de literatura	8
3. Diferencias entre microemprendedores	10
3.1. Características generales	10
3.2. Motivación para iniciar el negocio	11
3.3. Desarrollo de actividad en paralelo	12
3.4. Trabajo como asalariado	13
3.5. Beneficios de ser independiente	14
3.6. Sueldo de los microemprendedores	16
3.7. Pago de cotizaciones	18
3.8. Capacitación	19
3.8.1. Distribución según realización de capacitaciones	19
3.8.2. Distribución según el área de capacitación	21
3.8.3. Distribución según el motivo por el que no se ha capacitado	23
4. Diferencias entre negocios	24
4.1. Características generales	24
4.2. Utilidades del negocio	29
4.3. Trabajadores	30
4.4. Herramientas y equipos	32
5. Comparación entre negocios	34
5.1. Negocios que contratan trabajadores	35
5.2. Negocios según tramo de ganancias	36
5.3. Solicitud de crédito bancario	37
5.4. Ventas fuera de la región	38
6. Conclusiones	40
7. Nota Técnica	42
8. Referencias	43

Índice de figuras

1.	Distribución de los negocios según región y sexo del microemprendedor	10
2.	Distribución de edad de los microemprendedores, según sexo	11
3.	Proporción de microemprendedores y su motivación de emprender, según sexo	12
4.	Emprendedores que tienen actualmente otra actividad o trabajo, según sexo	13
5.	Rol en el que se desempeña en su otra actividad o trabajo, según sexo	13
6.	Porcentaje de emprendedores que trabajó como asalariado u obrero con anterioridad a su negocio actual, según sexo	14
7.	Distribución de principales razones para dejar último trabajo, según sexo	15
8.	Distribución de principales beneficios de ser independiente, según sexo	16
9.	Distribución de salario en el último empleo y en el último mes como independiente, según percentil de ingreso y sexo	17
10.	Proporción de microemprendedores que se asigna un sueldo, según sexo	18
11.	Distribución de sueldo por hora de microemprendedores que se asignan sueldo, según percentil de sueldo y sexo	18
12.	Proporción de microemprendedores que pagan al menos un tipo de cotización, según formalidad y sexo	19
13.	Proporción de microemprendedores que paga cotizaciones, según tipo y sexo	19
14.	Proporción de microemprendedores que realizó capacitación, según sexo	20
15.	Fuentes de financiamiento para capacitación, según sexo	21
16.	Áreas en que se capacitaron los microemprendedores, según sexo	22
17.	Beneficios percibidos de haber recibido capacitación, según sexo	22
18.	Razón principal para no recibir capacitación, según sexo	23
19.	Distribución del total de socios según sexo	25
20.	Distribución de los negocios según el sexo de sus socios	25
21.	Distribución de los negocios según antigüedad y sexo del microemprendedor	26
22.	Distribución de los negocios según temporalidad de funcionamiento y sexo del microemprendedor	26
23.	Distribución de los negocios según el lugar en el que se desarrolla la actividad y sexo del microemprendedor	27
24.	Distribución de los negocios según formalidad y sexo del microemprendedor	28
25.	Distribución de las utilidades mensuales según percentil y sexo del microemprendedor (Percentiles 1 al 90)	29
26.	Distribución de las utilidades por hora trabajada según percentil y sexo del microemprendedor (Percentiles 1 al 90)	30
27.	Distribución de los negocios según disposición de trabajadores	31
28.	Distribución de los trabajadores según categoría ocupacional y sexo del microemprendedor	31
29.	Variación del número de trabajadores según sexo del microemprendedor	32
30.	Disposición de activos según tipo y sexo del microemprendedor (Porcentaje que indicó que sí tenía activos, según categoría)	33
31.	Propiedad de los activos según tipo y sexo del microemprendedor (Porcentaje promedio)	33
32.	Clasificación de emprendimientos para comparación	34
33.	Microemprendimientos que tiene trabajadores empleados o contratados por al menos una hora a la semana, según sexo y grupo de emprendimiento	35

34.	Microemprendimientos que alguna vez han solicitado personalmente un crédito bancario (no hipotecario) para fines de su actual negocio, según sexo y grupo de emprendimiento . . .	38
35.	Microemprendimientos que venden parte de sus productos o servicios fuera de su región, según sexo y grupo de emprendimiento	38

Índice de tablas

1.	Distribución de los negocios según rama de actividad y sexo del microemprendedor	25
2.	Negocios según tramo de ganancias, sexo y grupo de emprendimiento	37

1. Introducción

La Encuesta de Microemprendimiento (EME) es realizada desde el año 2013 por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en conjunto con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Se caracteriza por ser una encuesta a hogares que se implementa bienalmente, con el objetivo principal de describir la heterogénea realidad de los microemprendedores a nivel nacional. A contar de la quinta versión, la Encuesta se enfoca sólo en los Trabajadores por Cuenta Propia o Empleadores que cuenten con hasta 10 trabajadores (incluyendo al dueño) y se dispone de representatividad regional para los resultados.

Adicionalmente, la encuesta busca, por una parte, nutrir de evidencia relevante la política de apoyo al emprendimiento y, por otro, de permitir una comprensión integral de las unidades productivas más pequeñas del país. Así, la quinta versión de la EME, contiene información útil para el diseño e implementación de políticas públicas enfocadas al microemprendimiento.

En este documento, se exploran las diferencias entre los microemprendimientos en manos de hombres y de mujeres². Es así, que en primer lugar, se vuelve clave entender el origen de tales discrepancias, dilucidando el primer eslabón en la construcción de un sistema que persiga la equidad de género. Es más, entendiendo estos factores, se pueden focalizar instrumentos de política pública, teniendo en consideración las características de las emprendedoras, según su nivel de desarrollo y características de grupo.

Este boletín se compone de cuatro secciones, la primera presenta una revisión de literatura, con el fin de entregar antecedentes que ayuden a entender de mejor manera los resultados de la encuesta. La segunda, se aboca en profundizar en las características que tienen las microemprendedoras y microemprendedores, la tercera analiza las diferencias de los negocios según el sexo del dueño. En la cuarta sección, se entregan comparaciones entre negocios permanentes, por características claves, con el objetivo de generar un análisis más profundo de las diferencias encontradas en las secciones anteriores. Para finalizar, en la última sección se presentan las conclusiones.

²En este boletín se realiza un estudio en base al sexo del microemprendedor, es decir, la condición biológica del individuo, la cual, en la mayoría de los casos, se divide entre hombres y mujeres. Por otro lado, los roles de género, es decir, los comportamientos, atributos y tareas que una sociedad considera apropiados para hombres y mujeres, son las categorías de género masculino y femenino, OMS (2015). De esta forma, se utilizarán diferencias de sexo entre los microemprendedores para analizar las distintas características de los negocios, mientras que se referirá como género a los roles asignados por la sociedad a hombres y mujeres.

2. Revisión de literatura

Sin duda, el emprendimiento es una actividad clave y prioritaria para todos los mercados. Desde muy temprano, el pensamiento económico ha enfatizado el rol transformador que la creación de nuevos negocios en el aumento sostenido de la productividad y, por consiguiente, en el bienestar de las personas. Estudios tanto teóricos como empíricos han concluido que los emprendimientos son un mecanismo de desarrollo socioeconómico, a través de la reducción de la pobreza y la generación de empleo (Austin, Stevenson, y Wei-Skillern (2006); Audretsch (2012); Baumaol y Storm (2007); Galindo y Méndez-Picazo (2013)). Además, crear oportunidades de emprendimiento para las personas en los deciles más bajos de ingresos, es clave para fomentar un crecimiento inclusivo, Hall, Matos, Sheehan, y Silvestre (2012).

Por otra parte, la inclusión de las mujeres en la economía puede impulsar decididamente el desarrollo económico. Es así, que aumentar los niveles de empleo de mujeres puede incrementar la tasa de crecimiento del PIB, incluso en un 34 % en el caso de algunos países, al igual que aumentar la productividad en hasta un 25 %, de acuerdo a reportes de La Organización de Desarrollo Industrial de las Naciones Unidas, UNIDO (2017). Esto, principalmente a que se ha documentado que cuando las mujeres empiezan a recibir ingresos, se observan incrementos en la educación de sus hijos y en el bienestar de sus familias, Doepke y Tertilt (2011). De esta forma, fomentar la incorporación de las mujeres en actividades económicas tiene un efecto directo en la economía, junto con ayudar a incrementar el capital humano y, en un futuro, creando empleos que estimulen aún más el crecimiento económico.

Sin embargo, las mujeres siguen estando subrepresentadas en el emprendimiento. Estudios muestran que una proporción menor de mujeres que hombres, dice que preferirían ser independiente. Es más, cuando ellas escogen ser emprendedoras, tienden a citar como principal motivación el iniciar sus negocios para poder balancear, de mejor forma, el trabajo con otras responsabilidades, Adema et al. (2014), similar a lo encontrado en este documento. Además, independiente del nivel de desarrollo, las mujeres muestran, en promedio, una probabilidad del 20 % mayor que los hombres de citar a la necesidad como razón de emprender. Aún así, los factores económicos constituyen la principal razón de emprender para hombres y mujeres.

Es más, las mujeres enfrentan mayores barreras al momento de emprender, siendo la principal, verse obligadas a dividir su tiempo entre trabajar y preocuparse de responsabilidades consideradas de mujeres. Estas emprendedoras, tienden a tener menor experiencia cuando inician sus negocios y es menos probable que reciban un crédito financiero, Adema et al. (2014). Otros documentos, también registran como barreras al emprendimiento el tener menos redes empresariales, lo cual afecta negativamente a negocio de mujeres, Seon, Kim, y Sherraden (2014). Es así, que las dificultades encontradas por las emprendedoras, contribuyen a que estas ganen, frecuentemente, entre 30 % y 40 % menos que los emprendedores.

Si bien, en la mayoría de las investigaciones respecto del emprendimiento de mujeres, el problema de las familias ha jugado un rol central (Aldrich y Cliff (2003); Sieger, Nason, Zellweger, y Nordqvist (2009) y Sciascia, Mazzola, Astrachan, y Pieper (2012)), otros estudios se han enfocado en el rol de las familias para empujar a las mujeres hacia el emprendimiento, Hughes (s.f.). En efecto, la decisión de las mujeres de emprender ha sido usualmente interpretada como necesidad y como un deber, más que el resultado de una decisión libre de mujeres y una aspiración personal. Por otra parte, también se ha mostrado que las familias pueden jugar un rol central en la experiencia de las emprendedoras, no solo como una fuente de restricciones, obligaciones y tareas, sino además, como una fuente de apoyo (Ram y Holliday (1993); Dyer (1994); Colette (1998); McElwee y Al Riyami (2003) y Ahmad (2011)).

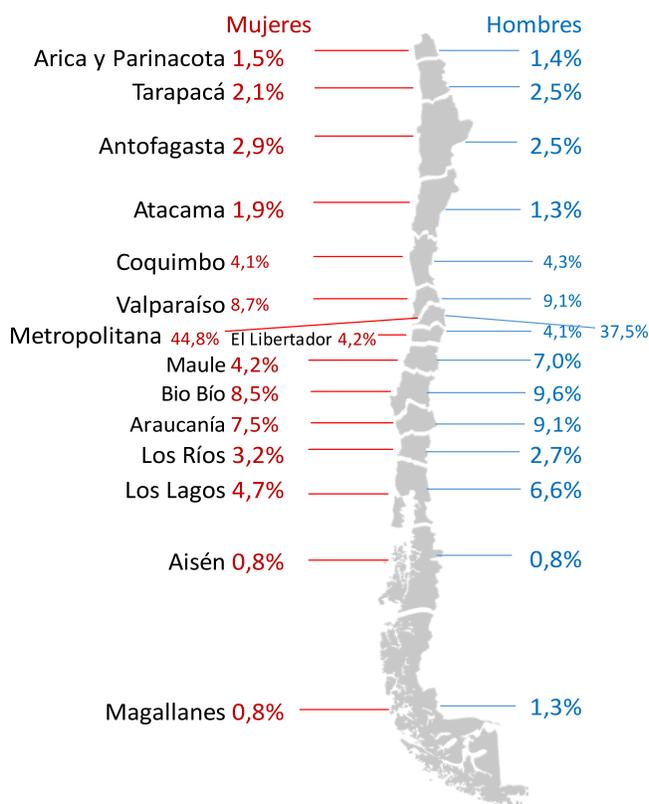
Las temáticas anteriormente mencionadas se observan en los resultados de la quinta encuesta EME y, a lo largo de este documento, se busca presentar la situación de las mujeres emprendedoras, destacando los principales problemas, dificultades y diferencias encontradas.

3. Diferencias entre microemprendedores

El microemprendimiento es clave para el desarrollo del país, dado que genera ingresos para sus dueños y son una fuente de empleo en la economía. Es más, entender las características de las emprendedoras y emprendedores de las unidades más pequeñas es vital para lograr un desarrollo más dinámico y equitativo. A lo largo de esta sección, se presentaran las principales características de los hombres y mujeres detrás de estos microemprendimientos.

3.1. Características generales

Figura 1: Distribución de los negocios según región y sexo del microemprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

A nivel nacional, se continua observando una menor participación de mujeres microemprendedoras, destacando que tan solo el 39,2% de todos los emprendimientos son de mujeres. Aunque existe una mejora frente a la versión anterior de la encuesta, donde el 38,1% era mujeres, este progreso es paulatino y no necesariamente refleja una mejora en la equidad de género³.

Adicionalmente, se observa que el 44,8% de las microemprendedoras se concentran en la Región Metropolitana, 7,2 p.p. por sobre lo registrado en los microemprendedores (37,5%). Es más, se observa una mayor concentración⁴ de microemprendimientos liderados por mujeres en cuatro regiones (Región Metropolitana, Valparaíso, Bio Bío y Araucanía), mientras que los negocios liderados por hombres, tienen una mayor dispersión a lo largo del territorio nacional, teniendo una concentración en seis regiones del país, donde en ambos casos, esta concentración se da principalmente en la zona central, como es posible notar en la figura 1.

Al analizar la participación de mujeres microemprendedoras a nivel regional, se observa que en todos los casos existe una mayor proporción de emprendimientos liderados por hombres, aunque

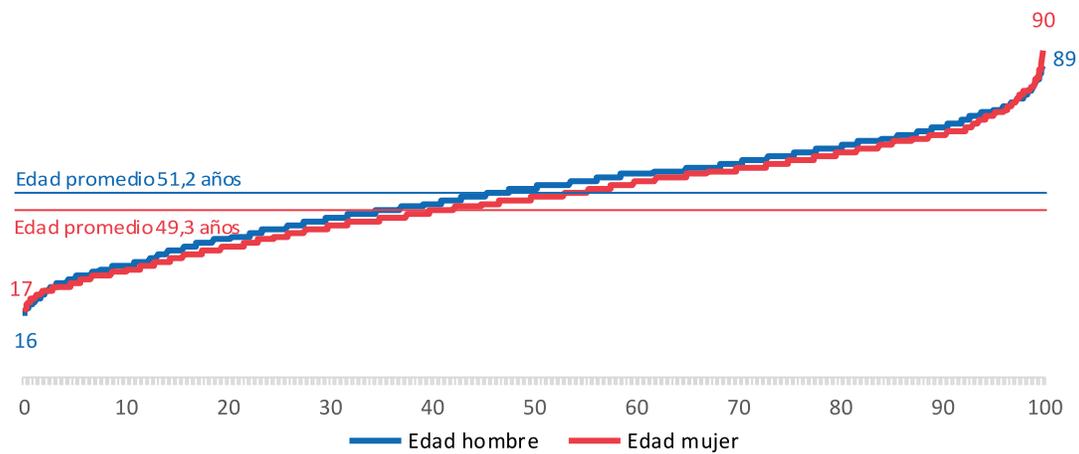
³Emprendedores informales pueden ser considerados como una población marginalizada, conduciéndolos por necesidad o por una mirada basada en la racionalidad de los emprendedores de entrar al mundo de los negocios, siendo esta una estrategia óptima (Snyder (2004); Williams (2006); Williams (2008)). Además, en Williams (2009) y Brush, de Bruin, Gatewood, y Henry (2010), se encuentra que ambas miradas conviven, aunque el porcentaje de mujeres que ingresa al mundo emprendedor por razones de necesidad considerablemente mayor a lo observado en hombres. OIT (2014), muestra que las mujeres tienen mayor tasa de desempleo y un mayor riesgo de trabajo vulnerable, esta es una diferencia de género importante que podría motivar a las microemprendedoras a crear negocios por necesidad.

⁴Se considera como concentración a las regiones con al menos un 5% de los emprendimientos.

con fuertes diferencias. De este modo, la región que muestra la mayor equidad de participación en los microemprendimientos corresponde a Atacama, con un 48,2 % de mujeres y un 51,8 % de hombres. En el lado opuesto del espectro se encuentra Magallanes, con un panorama muy contrastante, donde solo el 28 % de los emprendimientos son de mujeres.

Respecto de la edad de los microemprendedores, las mujeres son, en promedio, menores que los hombres, pues primeras en promedio tienen 49 y los hombres, 51 años. Es más, aunque se observa que a lo largo de la distribución, las mujeres emprendedoras son más jóvenes que los hombres, estos últimos parecieran iniciar a edad más temprana sus negocios, observando emprendedores hombres desde los 17 años, mientras que las mujeres emprendedoras más jóvenes tienen 18 años.

Figura 2: Distribución de edad de los microemprendedores, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

3.2. Motivación para iniciar el negocio

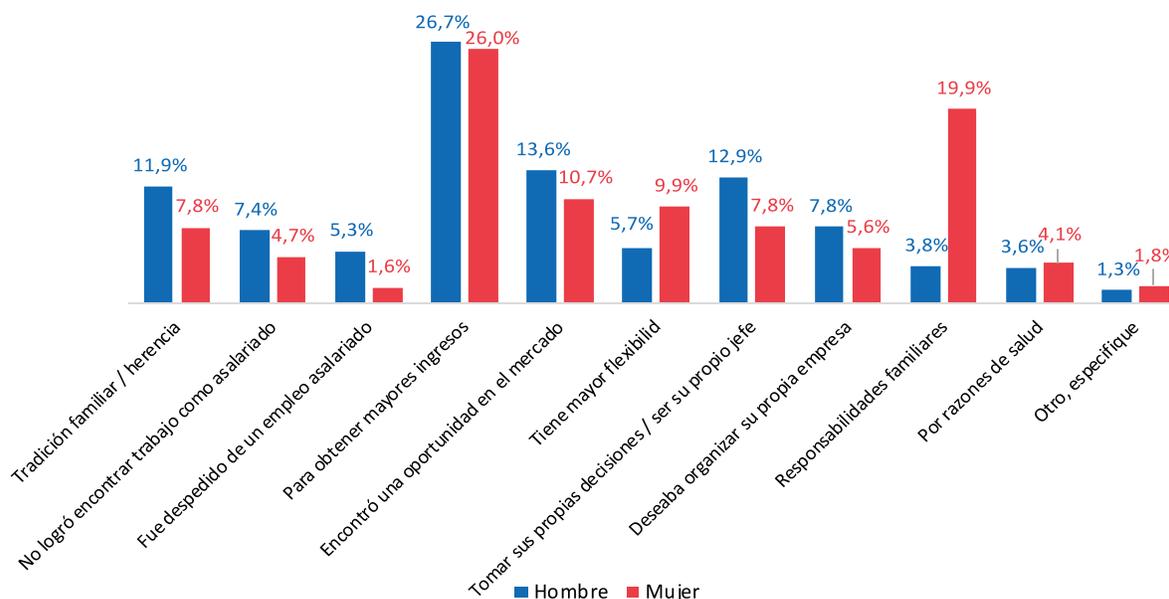
La principal razón para iniciar la actividad emprendedora corresponde al objetivo de obtener mayores ingresos, con una proporción similar de negocios de mujeres (26 %) y hombres (26,7 %). Sin embargo, en el resto de las motivaciones se observa una persistente diferencia entre hombres y mujeres. Es más, mientras un quinto de los emprendimientos de mujeres indica haber iniciado el negocio debido a responsabilidades familiares, este valor es apenas 3,8 % en el caso de los hombres emprendedores.

También es posible destacar en la figura 3, que la tercera razón que tienen las mujeres para iniciar su negocio corresponde a encontrar una oportunidad en el mercado, con un 10,7 % de las respuestas, mientras que este corresponde a la segunda principal razón que tuvieron los hombres emprendedores (13,6 %). Luego, la cuarta razón que tuvieron las mujeres emprendedoras para iniciar su negocio corresponde al tener mayor flexibilidad, con un 9,9 % de las emprendedoras, valor 4,2 p.p. por sobre el 5,7 % observado en las respuestas de hombres.

Estas diferencias, muestran que las mujeres ven en el espacio del emprendimientos un lugar donde pueden compatibilizar sus responsabilidades familiares, consideradas de mujeres; al igual que obtener una fuente

de ingresos.⁵

Figura 3: Proporción de microemprendedores y su motivación de emprender, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

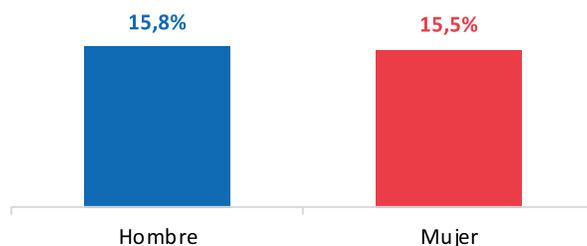
3.3. Desarrollo de actividad en paralelo

Para los encuestados, el emprendimiento es su principal actividad. Sin embargo, algunos asumen un segundo desafío, en la forma de emprendimientos que surgen motivados por haber encontrado una nueva oportunidad que los ayude a aumentar sus ganancias, o bien, porque a pesar de tener una fuente de ingresos, se ven obligados a suplementarlos. Este fenómeno se observa de manera similar entre ambos sexos, donde un 15,8 % de los hombres y un 15,5 % de las mujeres se encuentran realizando una actividad o trabajo paralelo, como se puede ver en la figura 4.

Ahora bien, al analizar las otras actividades de estos emprendedores, se observa que aunque la principal actividad complementaria corresponde a trabajador por cuenta propia para ambos sexos, (71,5 % en el caso de hombres y 68 % en el caso de mujeres), se presentan diferencias en actividades que tradicionalmente se han considerado como de hombres o de mujeres. Por ejemplo, tan solo un 0,1 % de los hombres

⁵Belcourt, Burke, y Lee-Gosselin (s.f.), Shelton (2006), muestran que manejar exitosamente un negocio y compatibilizar con responsabilidades del hogar puede ser una tarea muy difícil para la mujer. Rouse y Kitching (2006); Patterson y Mavin (2009), sugieren que aunque las mujeres crean negocios para flexibilizar sus tiempos y compatibilizar sus responsabilidades, finalmente encuentran que tener un negocio de esta forma lleva a que el acceso a cuidado infantil puede ser muy costoso de esta forma, poco confiable o inseguro. Thompson, Jones-Evans, y Kwong (2009) muestran que los costos de flexibilidad pueden ser muy altos, donde dueños basados en su hogar obtienen ingresos más bajos, presentan mayores limitaciones a acceder a mercados, menor acceso a crédito y más limitaciones al crecimiento. En Adema et al. (2014), se indica que las mujeres que se dividen entre trabajo y el hogar tienen negocios de menor escala, tienen menos experiencia al momento de iniciar su negocio y tienen menos probabilidad que un hombre de recibir un crédito para. Estos factores contribuyen a que negocios de mujeres ganen entre 30 % y 40 % menos.

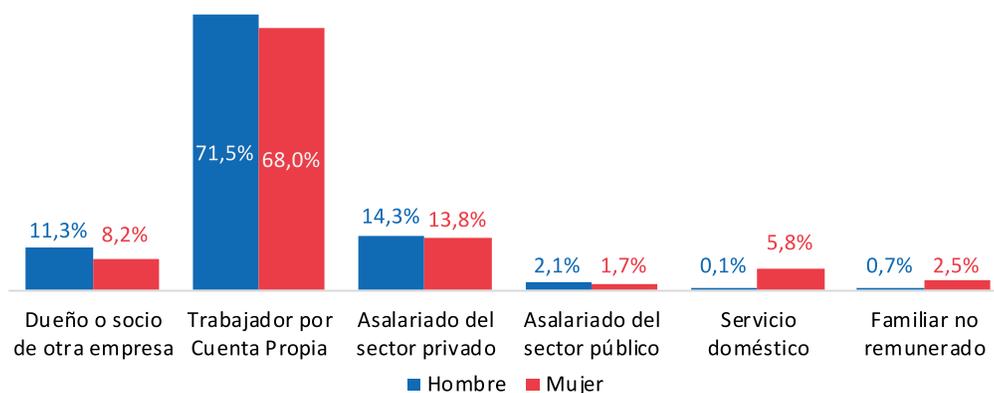
Figura 4: Emprendedores que tienen actualmente otra actividad o trabajo, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

desarrolla como actividad complementaria a servicios domésticos, valor que contrasta con el 5,8 % observado en las emprendedoras mujeres. Otra diferencia que resalta en la figura 5 corresponde a la menor proporción de mujeres que se desempeña como dueña o socia de otra empresa (8,2 %), valor 3,1 p.p. por debajo del 11,3 % indicado por los microemprendedores.

Figura 5: Rol en el que se desempeña en su otra actividad o trabajo, según sexo



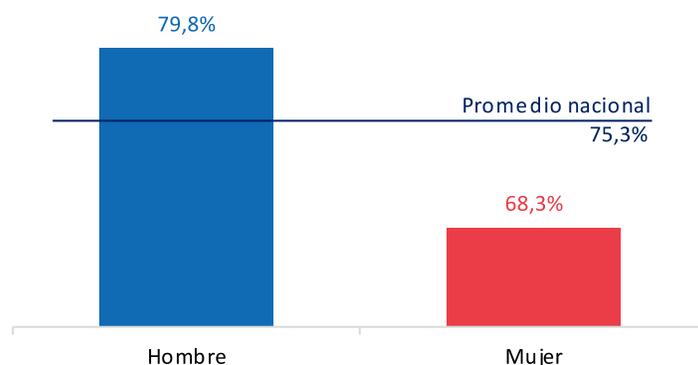
Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

3.4. Trabajo como asalariado

Tres cuartos de los microemprendedores fue alguna vez asalariado, reflejando que en su mayoría, los emprendedores han obtenido experiencia trabajando previamente en alguna empresa. Ahora bien, al analizar estos resultados según sexo, se observa que mientras un quinto de los microemprendedores hombres no tuvo anteriormente un trabajo como asalariado, este valor aumente a casi un tercio de las microemprendedoras. Este número puede estar reflejando las fuertes dificultades a las que las mujeres se enfrentan al momento de ingresar al mercado laboral como son la falta de una división equitativa de tareas en el hogar, incompatibilidad de estas tareas con trabajos formales y tiempo completo, junto con menores sueldos y una carrera laboral que tiende a poner más obstáculos a las mujeres.⁶

⁶Thompson et al. (2009) muestran que los costos de flexibilidad pueden ser muy altos, donde dueños basados en su hogar obtienen ingresos más bajos, presentan mayores limitaciones a acceder a mercados, menor acceso a crédito y más limitaciones

Figura 6: Porcentaje de emprendedores que trabajó como asalariado u obrero con anterioridad a su negocio actual, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Como mencionado anteriormente, la idea que los microemprendimientos son una manera de subsanar las limitaciones de roles de género a las que se ven enfrentadas las mujeres, se ve reforzada con las respuestas entregadas al consultar por las principales razones para dejar el último trabajo. Como se presenta en la figura 7, las diferencias entre hombres y mujeres emprendedoras son notorias. El principal motivo de las emprendedoras para dejar el trabajo como asalariado corresponde a responsabilidades familiares, con casi un tercio de las mujeres dejando su trabajo por esta razón. Mientras que en el caso de los microemprendedores hombres, ésta es la menos relevante y representa apenas un 4 % de quienes trabajaron como asalariados.

La segunda motivación con una mayor diferencia entre las respuestas de hombres y mujeres emprendedores corresponde a obtener mayores ingresos. Mientras un 13,7 % de los hombres microemprendedores dejó su trabajo como asalariado por este motivo, tan solo un 3,2 % de las mujeres lo hizo por esta razón.

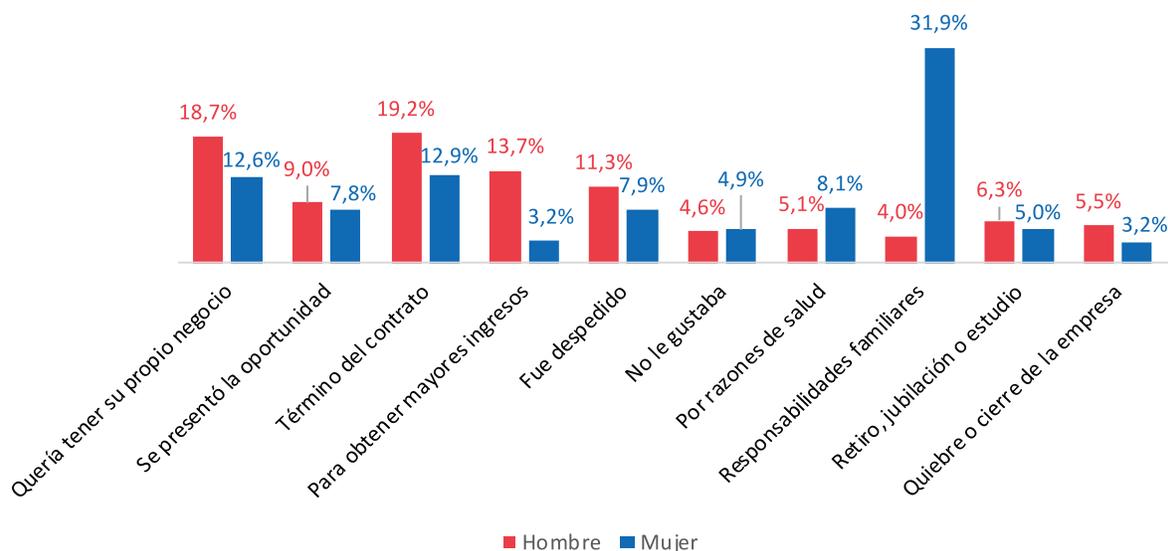
La figura 7 muestra una menor diferencia entre los emprendedores que iniciaron su negocio dado que se presentó la oportunidad (9 % de los hombres y 7,8 % de las mujeres que fue asalariado anteriormente). Por otro lado, aunque con una mayor diferencia, un 18,7 % de los hombres dejó su trabajo como asalariado porque quería tener su propio negocio, valor 6,1 p.p. menor en el caso de las mujeres. Aunque es cierto que estas diferencias según sexo no son menores, de todas maneras estaría mostrando que al menos un quinto de los emprendimientos de mujeres lo hizo con el objetivo de encontrar un espacio en los mercados, más allá de tan solo fines de "supervivencia".

3.5. Beneficios de ser independiente

Las razones por la que los microemprendedores inician sus negocios es variada y corresponde en gran medida, a las necesidades o desafíos que estos enfrentan y a sus propias expectativas. Es más, en un mundo sin diferencias en roles de género uno esperaría encontrar entre hombres y mujeres una gran variedad de ra-

al crecimiento. En Adema et al. (2014), se indica que las mujeres que se dividen entre trabajo y el hogar tienen negocios de menor escala, tienen menos experiencia al momento de iniciar su negocio y tienen menos probabilidad que un hombre de recibir un crédito. Estos factores contribuyen a que negocios de mujeres ganen entre 30 % y 40 % menos.

Figura 7: Distribución de principales razones para dejar último trabajo, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

zones por la cual iniciaron su emprendimiento y, en ambos casos, una distribución similar de los beneficios percibidos de ser independiente. Sin embargo, los resultados de la encuesta EME 5 distan fuertemente de mostrar una distribución similar entre hombres y mujeres.⁷

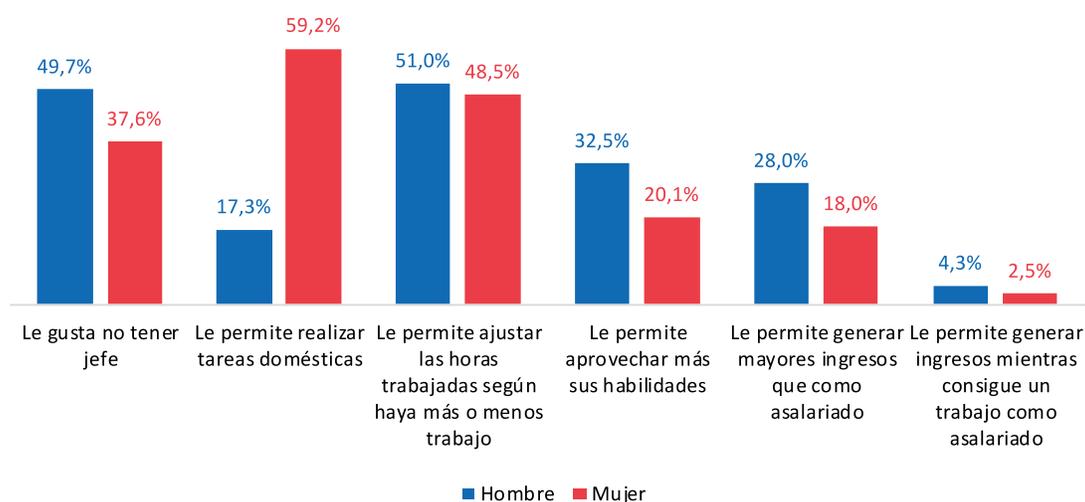
En la figura 8 observamos que, el principal beneficio indicado por las mujeres, corresponde a que les permite realizar tareas domésticas (59,2 %), resultado que contrasta diametralmente con el 17,3 % indicado por los hombres emprendedores. Este resultado, además, está mostrando que tres de cada cinco microemprendedoras prefieren ser independiente, principalmente debido a que otras formas de trabajo son incompatibles con obligaciones que no suelen tener los hombres. Esto, complementado con la principal razón que tienen las mujeres para dejar su último trabajo, estarían nuevamente denunciando las fuertes rigideces del mercado laboral a las que las mujeres se ven afectadas, juntos con obligarnos a preguntar, que políticas públicas pudieran ayudar a mejorar la situación para ingresar al mercado laboral, balancear su carga de tareas en el hogar y apoyarlas a generar emprendimientos que vayan más allá de un rol de supervivencia.

Adicionalmente, dentro de los hombres, el beneficio con mayor prevalencia corresponde a ajustar las horas trabajadas (hombres 51 %; mujeres 48,5 %), seguida de no tener jefe (hombres 49,7 %; mujeres 37,6 %), le permite aprovechar más sus habilidades (hombres 32,5 %; mujeres 20,1 %) y por último, le permite generar mayores ingresos que como asalariado (hombres 28 %; mujeres 18 %). En esta dirección, los hombres indican como principales beneficios, temas relacionados con una mejora en su trayectoria laboral.

Los resultados indican que existe una diferencia de 10 p.p. en el caso de generar mayores ingresos como asalariados, mostrando que un porcentaje mayor de mujeres, respecto de hombres, está dispuesta a trabajar de forma independiente por la compatibilidad con otras actividades, incluso a un costo monetario, lo cual es posible notar en la distribución de ingresos de hombres y mujeres, presentado en la figura 9.

⁷ Kantor (2002), indica que las mujeres buscan como beneficio de emprender el tener mayores ingresos, junto con crear oportunidades de avanzar en mercado laboral, mejorar la calidad de vida de sus familias, auto-realización y una mayor capacidad de balancear el trabajo con los roles de familia; mientras que los hombres tienden a buscar como beneficios el éxito económico.

Figura 8: Distribución de principales beneficios de ser independiente, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Aunque para hombres y mujeres, la distribución muestra que en los primeros percentiles del sueldo como asalariado está por sobre lo recibido en el último mes como independientes, en el caso de los hombres, la curva de ingresos como independiente supera a la de asalariados en el percentil 9, mientras que esto ocurre en el percentil 39 en el caso de las mujeres. Es decir, mientras en el caso de los hombres el 89 % de la distribución del último salario como independiente está por sobre lo obtenido como asalariados, en las mujeres microempendedoras esto ocurre en el 58 % de la distribución.

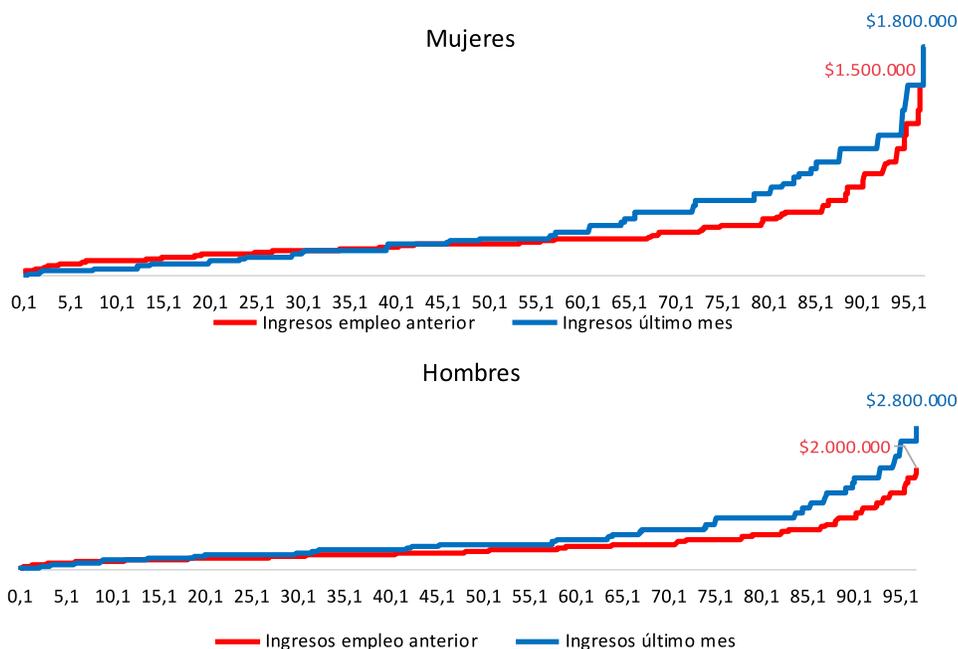
En resumen, es mucho más probable que una mujer que pasa de asalariada a independiente gane menos, que su contra parte hombre. Además, las mujeres ganan menos como asalariadas y luego ganan menos como independientes.⁸

3.6. Sueldo de los microemprendedores

Aunque todos los microemprendimientos tienen como fin el generar ingresos para sus dueños, no todos los negocios tienen la práctica de asignarse formalmente un sueldo. Como se presenta en la figura 10, solo un 11,4 % de los emprendedores se asigna un sueldo y en el caso de los negocios de mujeres, este valor cae a un 9,1 %, 3,8 p.p. por debajo del 12,9 % de los emprendimientos con un hombre a la cabeza. Aunque en términos generales, solo una proporción menor de los microemprendedores se asigna un sueldo formalmente, este factor es relevante, dado que se asocia a prácticas contables más formales y a negocios con una trayectoria de mayores ingresos, como se presentará a continuación.

⁸Los negocios de mujeres, generalmente son más pequeños y perciben menores ingresos en comparación a negocios de hombres, Hanson (s.f.). Además, la diferencia de género en los ingresos es considerable, alcanzando un 15 % en la mediana de ingresos y por sobre un 20 % entre los ingresos más altos, OECD (2012). En el caso de China la situación ha empeorado incluso, observando que la diferencia de ingresos, medida como el ratio de salario mensual de mujeres por sobre el de hombres, se ha deteriorado de 0,84 en 1995 a 0,74 en 2007, Shi y Song (2011).

Figura 9: Distribución de salario en el último empleo y en el último mes como independiente, según percentil de ingreso y sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

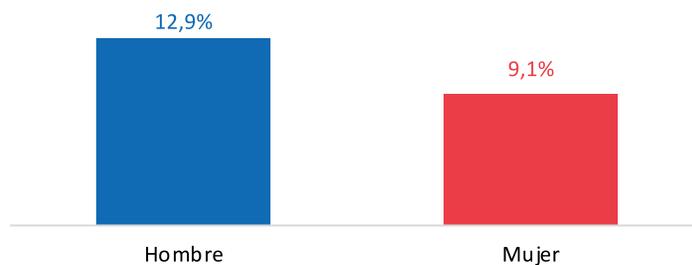
Para esta comparación, se ocuparon los 679 observaciones de aquellos emprendedores que se asignaron salario, mostrando resultados robustos para media y mediana; sin embargo, pudieran no ser lo suficientemente robustos para cada punto de la distribución. Aun así, los resultados son consistentes con la literatura.

Al analizar el salario por hora del grupo que se asigna sueldo⁹, podemos ver que en todo momento la curva de distribución de las emprendedoras se encuentra por debajo de la curva de hombres y es, en promedio, un 28,6 % más baja a lo largo de toda la distribución. Es más, la figura 11 muestra que desde el primer percentil hasta el 61, la curva de mujeres muestra una diferencia consistente e inferior a 28,6 %, para recién a partir de este punto, se observa que la brecha se empieza a acortar. En otras palabras, solamente en los dos quintos superiores de ingresos, se observa una mejora en la diferencia de ingresos entre hombres y mujeres microempreendedoras.

Una característica importante a analizar, es el porcentaje que ocupa el salario de los emprendedores sobre su ingreso, observando que en promedio el peso del sueldo corresponde al 40,7 % de los ingresos, donde los emprendimientos de mujeres se asignan un 39,3 % de su ingreso como salario, valor 2 p.p. por debajo del 41,3 % mostrado por los hombres. Además, una tendencia observada en los negocios de hombres y mujeres es que a menor ingreso por hora, mayor el peso del salario que se asignan.

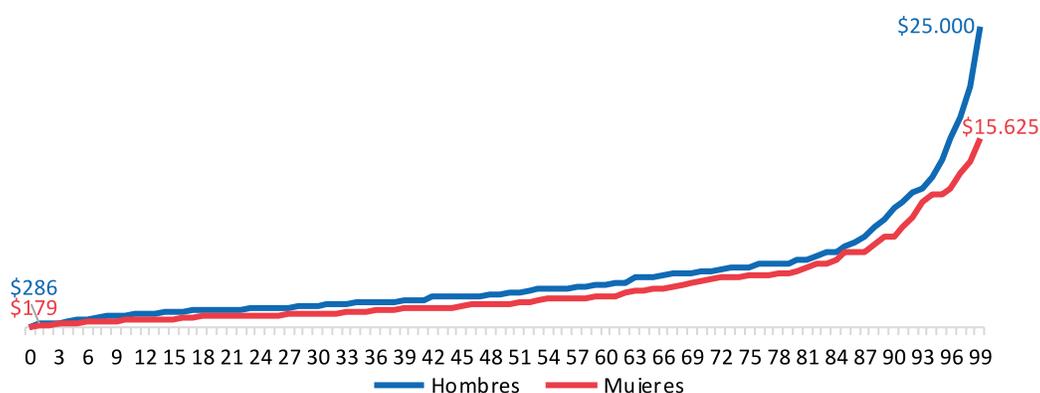
⁹Se ha calculado el sueldo por hora promedio del mes anterior de todos los microemprendedores que se asignan sueldo, con el fin de tener una medida comparable para este grupo.

Figura 10: Proporción de microemprendedores que se asigna un sueldo, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Figura 11: Distribución de sueldo por hora de microemprendedores que se asignan sueldo, según percentil de sueldo y sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

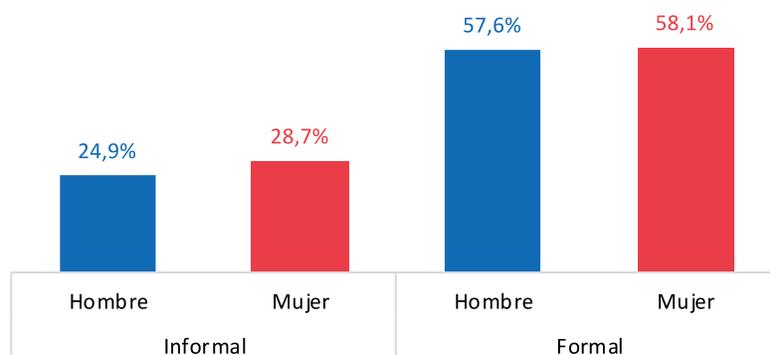
Para esta comparación, se ocuparon los 679 observaciones de aquellos emprendedores que se asignaron salario, mostrando resultados robustos para media y mediana; sin embargo, pudieran no ser lo suficientemente robustos para cada punto de la distribución. Aun así, los resultados son consistentes con la literatura.

3.7. Pago de cotizaciones

En términos generales, un 41,4 % de los emprendedores pagan al menos un tipo de cotización, ya sea de salud, AFP o seguro de accidentes, observando que además, no existe gran diferencia entre microemprendedores según sexo (41,9 % de los hombres y 41,2 % de las mujeres). Si observamos a los emprendimientos formales en la figura 12, nuevamente podemos notar una semejanza en el pago de cotizaciones de ambos sexos, donde un 41,9 % de los emprendimientos de mujeres paga algún tipo de cotización, 0,5 p.p. por debajo del 42,4 % observado en los negocios de hombres. Ahora bien, si enfocamos la mirada en los negocios informales, es posible notar diferencias según el sexo del microemprendedor. Es así que casi un cuarto de los negocios informales de hombres paga cotizaciones, valor inferior al 28,7 % observado en los emprendimientos informales de mujeres.

Ahora bien, la composición de las cotizaciones pagadas por los microemprendedores tiende a ser diferente entre hombres y mujeres. En la figura 13 se muestra cómo las cotizaciones de salud corresponden al principal pago realizado por los emprendedores, con un 41 % de mujeres y un 39,4 % de hombres pagando este tipo de contribución. En segundo lugar, se encuentra el pago de AFP, donde el 29,3 % de los empre-

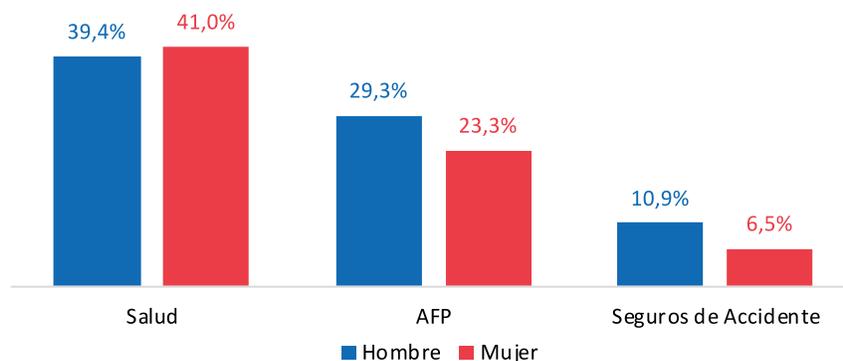
Figura 12: Proporción de microemprendedores que pagan al menos un tipo de cotización, según formalidad y sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

dimientos de hombres realizan este pago, 6 p.p. por sobre el 23,3 % observado en los negocios de mujeres. Finalmente, el 10,9 % de los emprendimientos de hombres realiza el pago de seguro de accidentes, el cual está por sobre el 6,5 % de los negocios de mujeres. En términos generales, aunque una mayor proporción de emprendimientos de mujeres paga sus cotizaciones de salud, una menor proporción de los negocios de éstas estarían pagando otros tipos de cotizaciones, en comparación a hombres.

Figura 13: Proporción de microemprendedores que paga cotizaciones, según tipo y sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

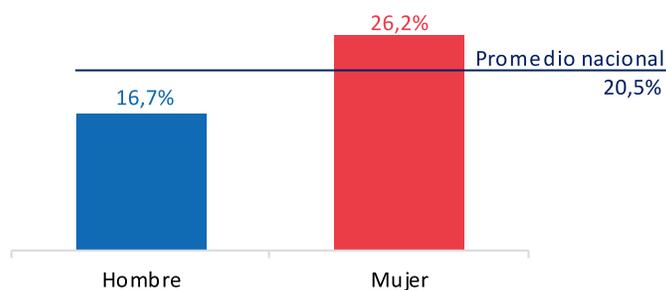
3.8. Capacitación

3.8.1. Distribución según realización de capacitaciones

A pesar de observar que las mujeres, consistentemente, manifiestan que el mayor beneficio de ser emprendedoras corresponde a poder cumplir con sus responsabilidades familiares, es posible notar que un porcentaje considerablemente mayor de estos negocios realizó algún tipo de capacitación para la actividad económica que realiza en los últimos cinco años, incluso, considerando la carga en tiempo que esto

pudiese significar. Mientras un 26,2 % de los emprendimientos de mujeres indicó haber recibido capacitaciones, este porcentaje es 9,5 p.p. menor, representando solamente a un 16,7 % de los negocios de hombres. Esto pareciera mostrar que los emprendimientos de mujeres, a pesar de todas las limitaciones que conllevan el compatibilizar los negocios con otras responsabilidades, están interesadas en lograr avanzar en sus emprendimientos, mejorando sus habilidades y en busca de mayores ingresos.

Figura 14: Proporción de microemprendedores que realizó capacitación, según sexo

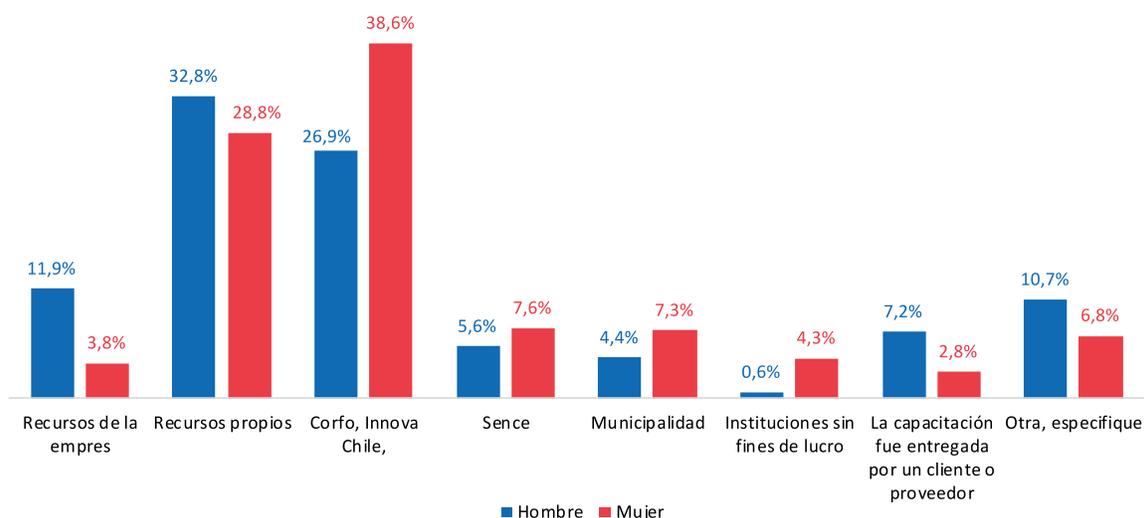


Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Adicionalmente, la forma en que se financian estas capacitaciones muestra patrones diferentes entre hombres y mujeres. Es más, como es posible observar en la figura 15, la principal fuente de financiamiento para capacitación de las mujeres corresponde a Corfo e Innova Chile (38,6 %), 11,6 p.p. por sobre el 26,9 % de hombres que utilizaron este tipo de financiamiento. En contraste, la principal fuente de financiamiento de los negocios de hombres correspondió a recursos propios (32,8 %), 4 p.p. por sobre el 28,8 % observado en negocios de mujeres. Es más, las principales fuentes de financiamiento de las mujeres corresponden a organismos públicos o sin fines de lucro¹⁰, con un 65,1 % de mujeres recibiendo financiamiento de estas instituciones, muy por sobre el 41,8 % de hombres que se capacitaron de estas formas. En contraste, mientras el 44,7 % de los hombres se capacitó utilizando recursos propios o de la empresa, el porcentaje observado en mujeres es solo 32,6 %.

¹⁰Se consideran organismos públicos o sin fines de lucro a Corfo/Innova Chile, Sence, Municipalidades e Instituciones sin fines de lucro.

Figura 15: Fuentes de financiamiento para capacitación, según sexo



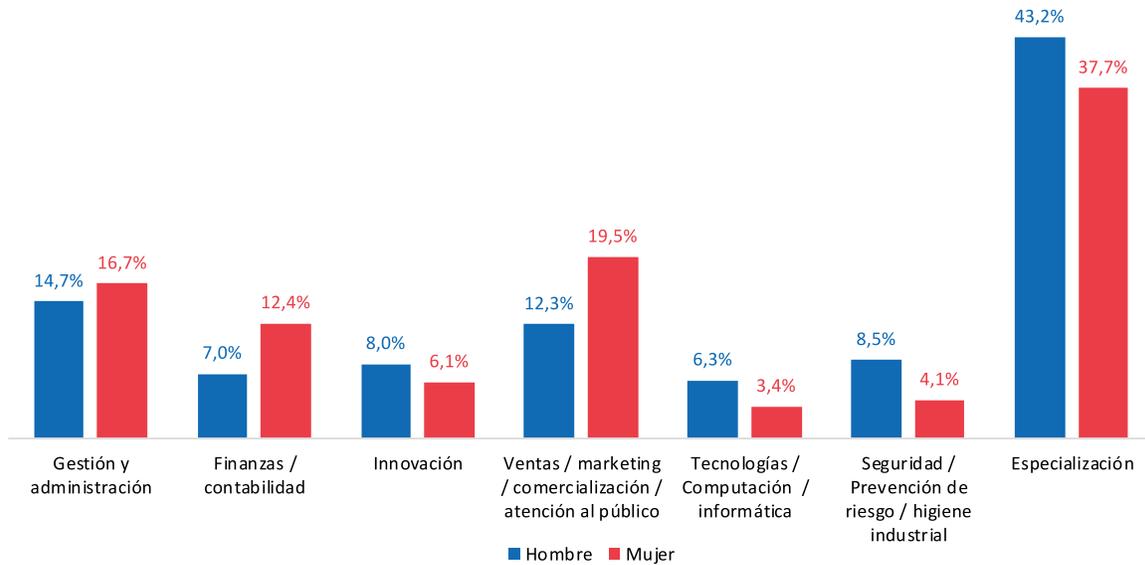
Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

3.8.2. Distribución según el área de capacitación

El principal tema de capacitación para ambos sexos corresponde a especialización en el área que trabaja (mejoramiento productivo), con un 43,2 % de hombres y 37,7 % de mujeres capacitándose por este motivo. Aún así, las preferencias de hombres y mujeres pareciera diferir al momento de decidir los temas en los que deciden capacitarse. Por un lado, el 57,5 % de los hombres se capacitan en áreas relacionadas a la producción o técnica (innovación; tecnologías, computación e informática; o especialización en el área que trabaja), por sobre el 47,2 % de mujeres que se capacitó en estos temas. Mientras que las mujeres parecieran preferir temáticas relacionadas con la gestión del negocio (gestión y administración; finanzas y contabilidad; ventas, marketing, comercialización; y atención al público y seguridad, prevención de riesgo e higiene industrial).

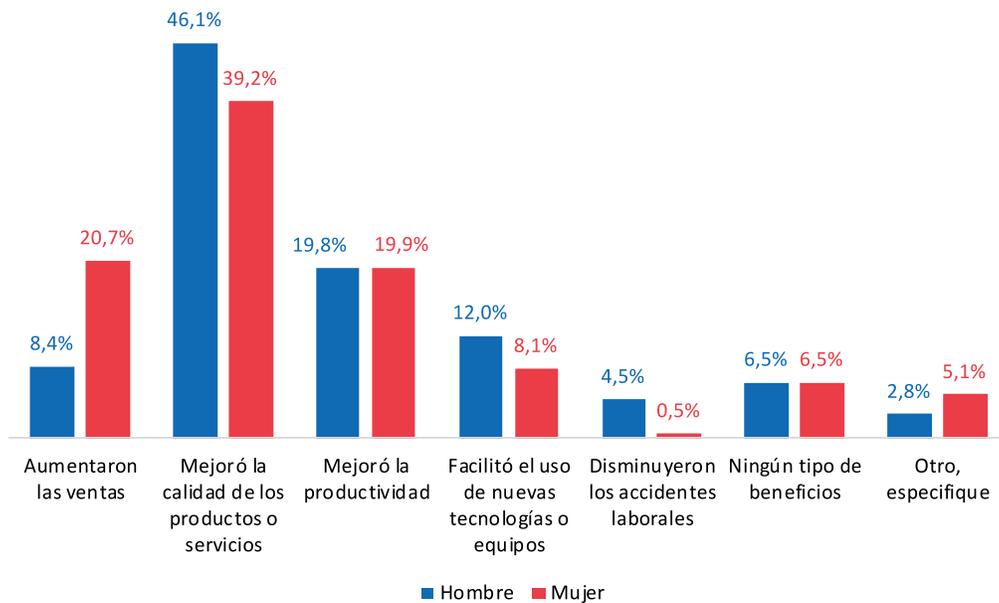
El 93,5 % de los emprendedores que recibió capacitación, tanto hombres como mujeres, indicó haber percibido algún tipo de beneficio para el negocio, empresa o actividad por cuenta propio, siendo el principal beneficio indicado por las mujeres, al igual que los hombres, el observar mejoras en la calidad de los productos o servicios (46,1 % de los hombres y 39,2 % de las mujeres). En segundo lugar, el 20,7 % de las mujeres indican haber logrado aumentar las ventas, mientras que tan solo el 8,4 % de los hombres indican este beneficio. En esta dirección, esto podría estar relacionado a las preferencias de capacitación en gestión que observan las mujeres, lo que pudo haberlas ayudado a mejorar sus ventas. En tercer lugar, se observa que un 19,9 % de las mujeres indican haber aumentado la productividad, similar al 19,8 % de los hombres.

Figura 16: Áreas en que se capacitaron los microemprendedores, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Figura 17: Beneficios percibidos de haber recibido capacitación, según sexo

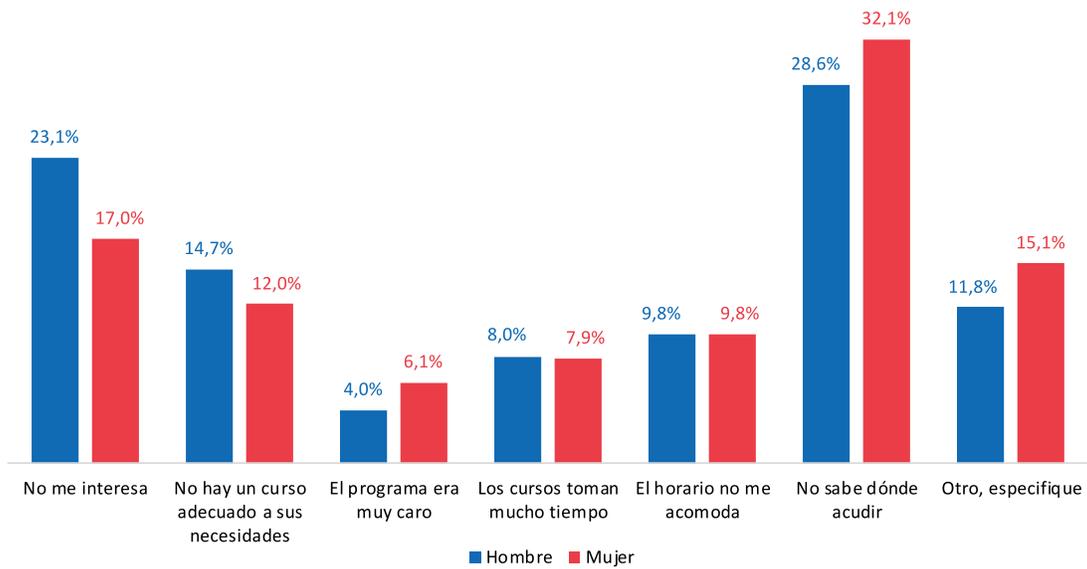


Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

3.8.3. Distribución según el motivo por el que no se ha capacitado

La figura 18 muestra que la principal razón para no capacitarse corresponde a no saber dónde acudir (28,6 % de hombres y 32,1 % de mujeres), la segunda razón correspondió a que no le interesa capacitarse (23,1 % de hombres y 17 % de mujeres) y en tercer lugar no hay un curso adecuado a sus necesidades (14,7 % de hombres y 12 % de mujeres). De lo anterior, se observa que no hay grandes diferencias según sexo, aunque destaca que una menor proporción de mujeres indica no estar interesada en capacitarse.

Figura 18: Razón principal para no recibir capacitación, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

4. Diferencias entre negocios

Puesto que se trate de unidades económicas pequeñas, es muy probable que las características de los dueños permeen fuertemente a los negocios. En la presente sección, se explora en qué medida este hecho se traduce, por ejemplo en que los emprendimientos liderados por hombres y mujeres funcionen en sectores económicos distintos, o en diferencias en la temporalidad con la que trabajan, el lugar en el que operan, se compara además la utilidad generada entre ambos grupos, la disposición de trabajadores para el funcionamiento de la actividad, el capital que poseen, entre otras características.

4.1. Características generales

Si bien la encuesta captura diversas dimensiones de los microemprendimientos, en la presente sección se aborda sólo un subgrupo de estas, a saber: el sector económico del negocio, su antigüedad, la temporalidad de funcionamiento, el lugar en la que se desarrolla la actividad, el grado de formalidad y la cantidad de socios a los que pertenece.

Como punto de partida, es relevante destacar que el análisis de la estructura propietaria de los microemprendimientos tiene dos raíces de información que se complementan entre sí, pues si bien la EME permite identificar los atributos de quien responde la encuesta, ello no implica que éste sea el único dueño. En efecto, el 14,2 % de los negocios de hombres cuenta con más de un dueño o socio, cifra que cae a 10,8 % en el caso de las mujeres. De tal modo, los resultados indican que la totalidad de dueños y socios alcanza 2.293.641. Al agruparlos según sexo se observa que 39,8 % son mujeres y que el 60,2 % son hombres (ver Figura 19).

En tanto, al considerar el universo total de microemprendimientos se observa que el 55,9 % cuenta sólo con socios, que el 36,2 % sólo con socias, mientras que el 7,9 % restante tiene una estructura societaria mixta (ver Figura 20).

El análisis presentado a continuación se acota sólo a los microemprendedores que responden la encuesta.

En relación a la rama de actividad a la cual pertenecen los negocios se aprecian diferencias importantes de acuerdo al sexo del microemprendedor. En efecto, mientras los negocios de mujeres se concentran en comercio (34,9 %), servicios (33,6 %) e industrias manufactureras (20,2 %), aquellos que pertenecen a hombres registran un mayor grado de diversificación, pues aun cuando comercio es el sector con mayor prevalencia (24,9 %), se registra una presencia importante de microemprendimientos en construcción (18,4 %); servicios (18 %); agricultura y pesca (14,2 %); transporte y almacenamiento (11,9 %). En contraposición, la proporción de los negocios de mujeres que pertenecen a construcción alcanza el 0,5 %, a agricultura y pesca 6,6 % y a transporte y almacenamiento 2,4 %.

Por otra parte se observa que los microemprendimientos en manos de mujeres son más nuevos que aquellos en manos de hombres (ver Figura 21). En efecto, en promedio los negocios de mujeres tiene una antigüedad de once años y registra una mediana de siete, mientras que los negocios de hombres registran una edad promedio de quince y una mediana de doce años. El punto donde la diferencia entre ambos grupos (o distribuciones) alcanza su máximo valor es en los diez años, edad que concentra el 47,6 % de microemprendimientos de hombres versus el 65,9 % del de mujeres. Adicionalmente, tal como se aprecia en la

Figura 19: Distribución del total de socios según sexo

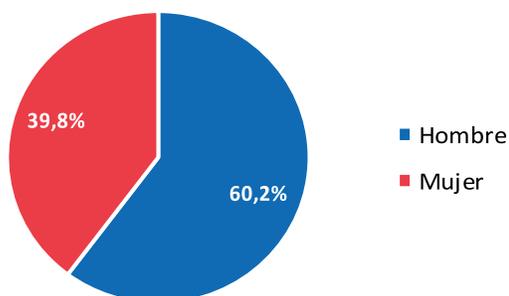
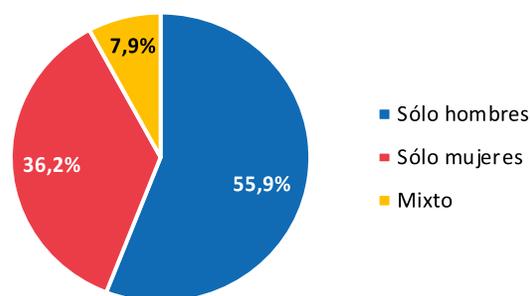


Figura 20: Distribución de los negocios según el sexo de sus socios



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

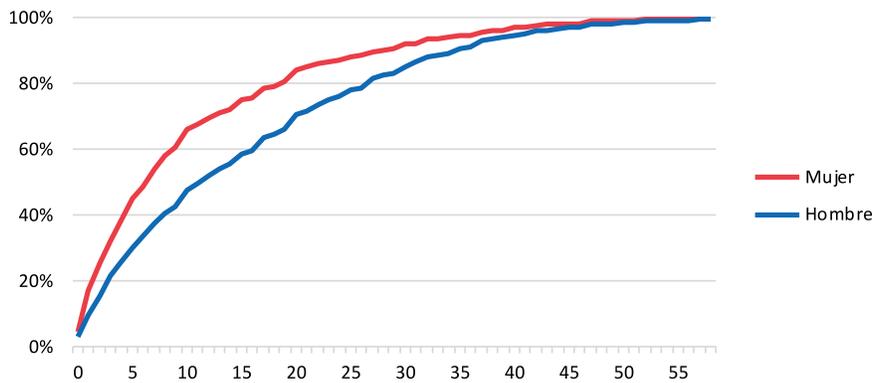
Tabla 1: Distribución de los negocios según rama de actividad y sexo del microemprendedor

Rama de actividad	Hombre	Mujer	Total
Comercio	24,9 %	34,9 %	28,8 %
Servicios	18,0 %	33,6 %	24,1 %
Industrias manufactureras	11,0 %	20,2 %	14,6 %
Construcción	18,4 %	0,5 %	11,4 %
Agricultura y pesca	14,2 %	6,6 %	11,2 %
Transporte y almacenamiento	11,9 %	2,4 %	8,2 %
Actividades inmobiliarias	0,8 %	1,5 %	1,1 %
Sector primario	0,9 %	0,3 %	0,7 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

gráfica, la distribución acumulada de mujeres está por sobre la de hombres hasta los cincuenta y ocho años, punto a partir del cual la relación se invierte, registrando valores acotados en adelante.

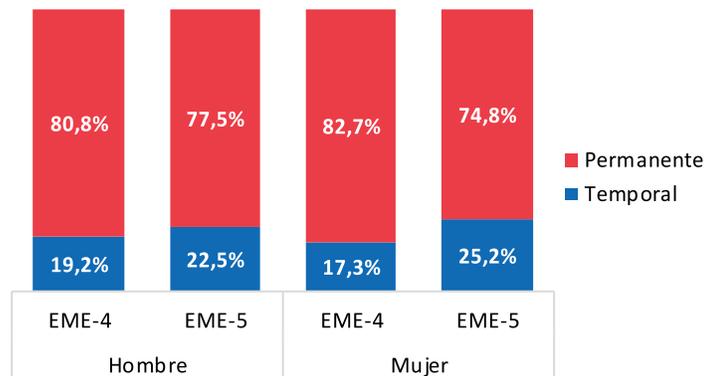
Figura 21: Distribución de los negocios según antigüedad y sexo del microemprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Otro atributo de los negocios que se interrelaciona con sus desempeño y que podría estar relacionado con el sexo de sus dueños es la temporalidad con la que funcionan. Como se observa en la Figura 22 más de tres cuartos de los negocios funciona permanentemente ¹¹, proporción que se redujo de forma generalizada respecto a lo capturado en la EME-4. Al desagregar los resultados según sexo se aprecia que los microemprendimientos temporales de mujeres registran una prevalencia algo mayor que los de hombres (25,2 % versus 22,5 %), relación opuesta a lo capturado en la versión anterior de la encuesta, donde la prevalencia de negocios temporales era mayor entre los hombres (19,2 % versus 17,3 %). Dicho de otra forma, el incremento de los negocios temporales entre ambas encuestas fue mayor entre las mujeres (8 p.p) que entre los hombres (3,4 p.p.).

Figura 22: Distribución de los negocios según temporalidad de funcionamiento y sexo del microemprendedor



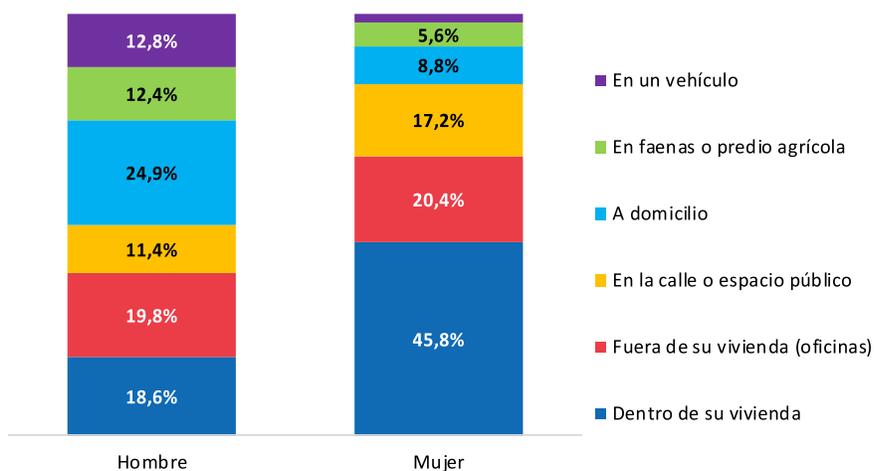
Fuente: Elaboración propia en base a EME 4 y EME 5.

¹¹Se consideran permanentes los microemprendimientos que funcionaron continuamente entre mayo de 2016 y abril de 2017 y, como temporales aquellos que funcionaron sólo un subconjunto de meses.

Así como la motivación emprendedora difiere según el sexo del microemprendedor, si se considera que tal motor podría repercutir en el lugar en el que el individuo decide desarrollar su actividad productiva (pues puede llegar a facilitar el desarrollo de otras actividades, como por ejemplo el cuidado de terceros), no es de extrañar que la distribución del lugar en el que funciona el negocio también difiera según el sexo del dueño. En efecto, tal como es posible apreciar en la Figura 23, mientras el 45,8 % de los negocios de mujeres funcionan dentro de su vivienda (con o sin instalaciones especiales para ello), sólo el 18,6 % de los negocios de hombres opera de tal forma. En tal sentido, si bien pareciera que los microemprendimientos liderados por hombres están más diversificados que los de mujeres, en realidad, lo que reflejan es que sobre el 80 % funciona fuera de las dependencias de su hogar, siendo especialmente relevante la realización de trabajos a domicilio.

Respecto a la versión anterior de la encuesta, en el caso de los microemprendimientos en manos de mujeres se redujo en 5 p.p. la proporción de negocios desarrollados al interior de la vivienda y aumentó en 3,1 p.p. aquellos que funcionan en la vía pública. En tanto, en el caso de los hombres, se redujo en 3 p.p. la proporción que funciona a domicilio y se incrementó en 3,9 p.p. la que se lleva a cabo en la vía pública, siguiendo el patrón observado entre las mujeres.

Figura 23: Distribución de los negocios según el lugar en el que se desarrolla la actividad y sexo del microemprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

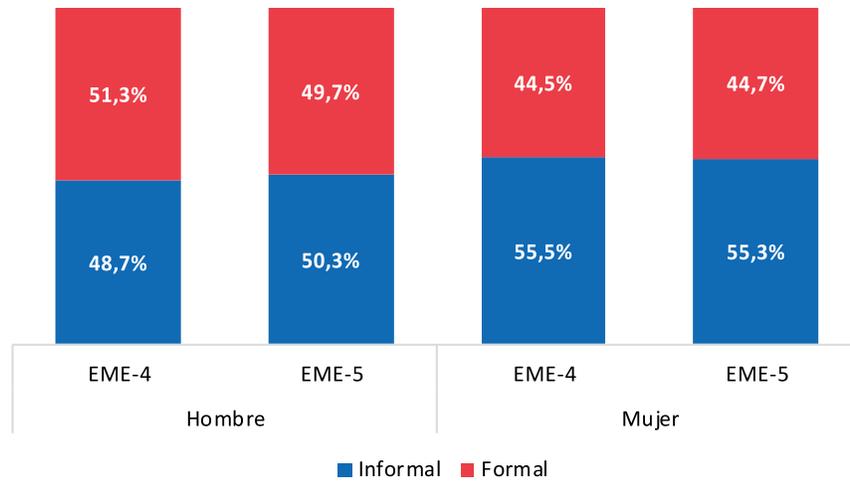
Si bien es deseable que la mayor parte de los microemprendimientos se formalice ¹², la realidad es que estos aun no son predominantes entre las unidades productivas de menor tamaño. Tal como es reflejado en el "Informe de resultados: informalidad en el microemprendimiento en Chile" (Julio 2018), en base a la EME-5, el 47,8 % de los microemprendimientos son formales, proporción que se redujo 0,9 p.p respecto a lo capturado en la EME-4.

Como es posible apreciar en la Figura 24, la informalidad es más prevalente entre los negocios de mujeres que en los de hombres (55,3 % versus 50,3 % respectivamente), al igual que en 2015. No obstante, ambos grupos han seguido distintas trayectorias en los últimos dos años. En el caso de los microemprendimientos de mujeres la informalidad se redujo 0,2 p.p., mientras que en los de hombres se incrementó 0,6 p.p.

¹²Se entiende como formalización la iniciación de actividades ante el SII.

Los principales motivos por los que los microemprendedores no han realizado tal trámite son, independiente del sexo, considerar que el registro no es esencial (37,7 %) y que su empresa es demasiado pequeña (31 %). Sin embargo en los negocios de mujeres la consideración de que su empresa es demasiado pequeña es señalado por el 35,8 % de las microemprendedoras, 8,2 p.p. por sobre lo reportado por los hombres. En tanto, la concepción de que el registro no es esencial es 2,3 p.p. mayor en el caso de ellos (38,7 % versus 36,4 %).

Figura 24: Distribución de los negocios según formalidad y sexo del microemprendedor



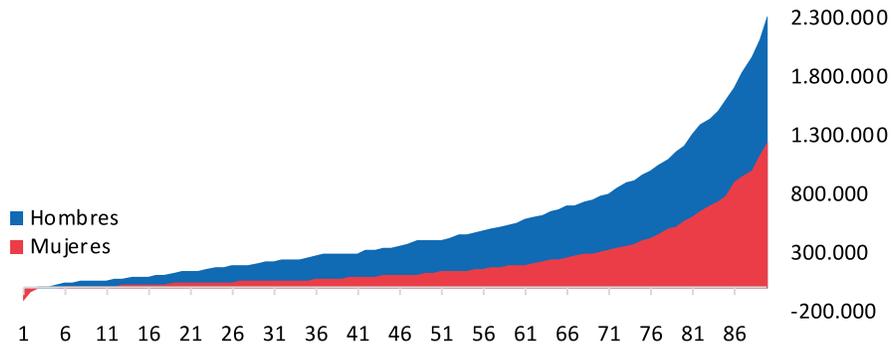
Fuente: Elaboración propia en base a EME 4 y EME 5.

4.2. Utilidades del negocio

Diversas son las medidas que se podrían emplear para medir el desempeño de los negocios, una de ellas es la utilidad que generan mensualmente. Así, las utilidades mensuales de un negocio promedio es de \$871.785, mientras que la mediana genera \$295.000.

Al incorporar la dimensión sexo se observa que los negocios en manos de mujeres perciben utilidades por la mitad que la de los hombres (\$565.665 versus \$1.069.603). Tal como se exhibe en la Figura 25, tal brecha se incrementa en la medida que aumenta el percentil analizado. Así, mientras en el 25 % inferior de la distribución se encuentra que los negocios de hombres generan utilidades que casi cuadruplican los de mujeres (3,7 veces), en la medianía de la distribución la relación es del triple (3,1 veces) y en el 25 % superior es más del doble (2,4 veces), terminando en 1,5 veces en el percentil 99.

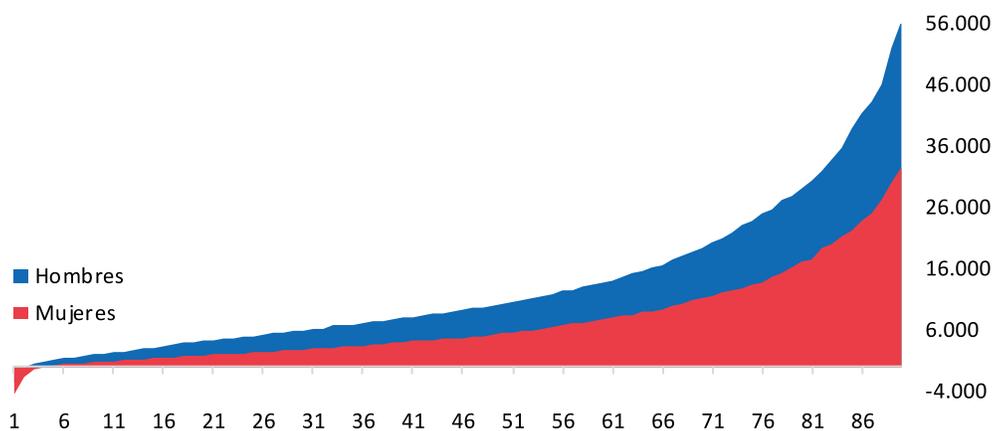
Figura 25: Distribución de las utilidades mensuales según percentil y sexo del microemprendedor (Percentiles 1 al 90)



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Por otra parte, se observa que el tiempo trabajado en el negocio difiere entre ambos grupos. En efecto, las mujeres trabajan en promedio 10 horas semanales menos que los hombres en sus microemprendimientos, al destinar 34 horas a tal labor (en la mediana de la distribución tal diferencia se acentúa, alcanzando una diferencia de 12 horas). Tal información adquiere relevancia en el contexto de análisis del desempeño de los negocios, pues contribuye a identificar si la diferencias de utilidades generadas podrían ser explicadas en parte por tal componente. Con tal finalidad se expone en la Figura 26 la distribución de utilidades por hora trabajada. Al respecto es posible señalar que aún cuando la brecha se mantiene, su rango es menor. Así, en el primer cuarto de la distribución las utilidades de los negocios en manos de hombres es 2,1 veces las generadas por aquellas en manos de mujeres, en la medianía la relación cae a 1,9 y en el último cuarto alcanza 1,8.

Figura 26: Distribución de las utilidades por hora trabajada según percentil y sexo del microempendedor (Percentiles 1 al 90)



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

4.3. Trabajadores

Dado que las unidades productivas tienen la potencialidad de ser, y en varios casos de hecho son, motores generadores de empleo, género es un tema que también permea dentro del microemprendimiento por tal vía. De hecho, como es posible apreciar en la Figura 27, en el caso de los negocios de mujeres el 27,8 % opera con trabajadores, cifra que se eleva a 34,8 % en el caso de los microemprendimientos de hombres. Tales negocios operan con una masa de trabajadores compuesta por 1.300.118 personas. Entre ellas el 61,3 % son hombres, el 37,5 % mujeres, mientras que el 1,1 % restante no registra información según sexo, categoría ocupacional, etc, motivo por el cual son excluidos del análisis realizado a continuación.

Con el objeto de identificar si existe alguna diferencia en la composición de trabajadores según el sexo del microempendedor se presenta la Figura 28. Al respecto, resulta llamativo que la proporción de familiares sin pago es 11 p.p. superior en el caso de los negocios de mujeres, inverso a lo que ocurre entre los trabajadores asalariados, donde la proporción es 13,2 p.p. mayor en el caso de los microemprendimientos de hombres. Surge entonces como interrogante qué factores podrían explicar tal efecto, por ejemplo si ello guarda relación con la madurez del negocio y el grado de auto-solvencia del mismo o si obedece a otros

motivos. Con la finalidad de limpiar un poco el análisis es relevante señalar que el 47,5 % de los microempresarios de mujeres donde se cuenta con familiares sin pago genera utilidades mensuales entre \$0 y \$130.000, proporción que entre los negocios de hombres con las mismas características se reduce a 26,3 %. Del mismo modo, al indagar cómo se distribuyen las utilidades mensuales de los negocios que emplean asalariados se aprecia que, el 27,1 % en manos de hombres obtiene utilidades entre \$450.000 y \$1.125.000, mientras que en los de mujeres el registro se eleva a 41,2 %. Es importante notar que aún cuando se ve una relación entre ambos atributos, ello no implica que uno sea causal del otro, sin embargo contribuye a ilustrar lo que ocurre al interior de los microempresarios en mayor profundidad.

Figura 27: Distribución de los negocios según disposición de trabajadores

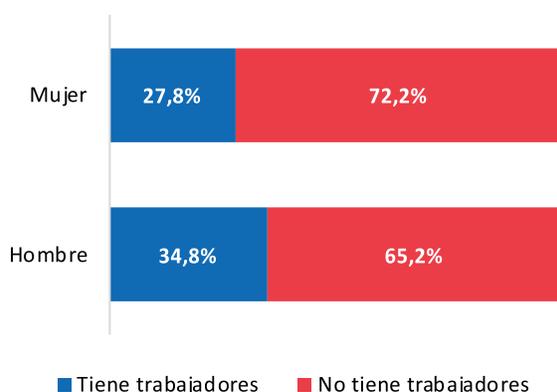
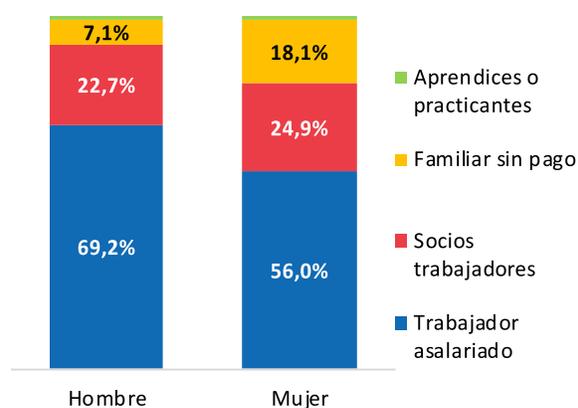


Figura 28: Distribución de los trabajadores según categoría ocupacional y sexo del microempresario

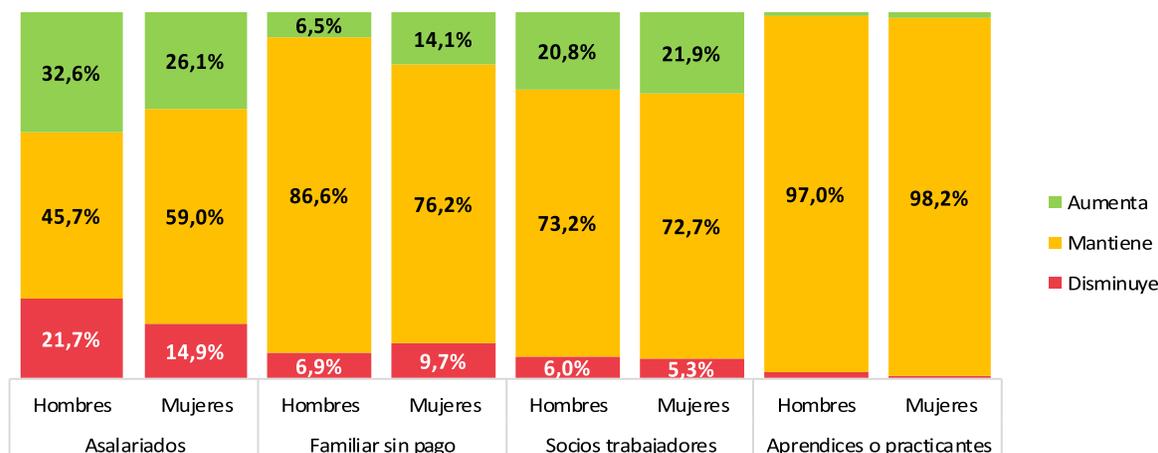


Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Otra forma de medir la evolución de los microempresarios es mediante la variación del número de trabajadores con los que dispone para funcionar, pues un incremento en tal dimensión podría estar asociado a un mayor dinamismo del negocio. Con miras a tal objetivo se presenta la Figura 29, donde se exhibe que los negocios de hombres que registraron un incremento neto en el número de asalariados alcanza 10,9 % versus 11,2 % en los de mujeres. Así, aun cuando la proporción que aumenta la masa de asalariados es mayor entre los hombres, también en ellos es mayor la proporción que ha dejado ir trabajadores en tal categoría.

Por otro lado, en el caso de los familiares que no perciben remuneraciones la variación neta es positiva entre las mujeres (4,5 %), mientras que entre los hombres es negativa y cercana a cero (-0,4 %). Finalmente, independiente del sexo del microempresario se registra una variación neta, por sobre el 10 % en el número de socios trabajadores. Específicamente, entre los hombres el registro se ubica en 14,7 % y en las mujeres 16,6 %.

Figura 29: Variación del número de trabajadores según sexo del microempresedor



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

4.4. Herramientas y equipos

En la presente sección se analiza la disposición y propiedad herramientas y equipos por parte de los microempresedores para fines de su negocio. En particular se estudian los siguientes tipos de activos: computador, notebook, tablet, smartphone; vehículo (entendido como automóvil, camioneta, camión, bus, taxi, etc); maquinarias o equipos específicos para la actividad, tales como máquina de coser, de soldar, moladora, cortadora de cecinas, compresora, lavadora, secadora, bomba de riego; y, otros tipos de equipos o herramientas no clasificables en las categorías previas.

Como se observa en la Figura 30 las microempresedoras disponen proporcionalmente menos herramientas y equipos que los hombres en todas las categorías, siendo particularmente baja la proporción que dispone de vehículos para fines de la actividad que desarrolla. Especialmente llamativa es la diferencia entre el porcentaje que dispone vehículo para fines de la actividad entre ambos sexos (29,4 p.p.), resultado que podría guardar relación con el lugar en el cual se desarrolla el negocio (ver figura 23). Sin embargo, sólo el 22,3 % de los negocios de hombres que tiene vehículo desarrolla su actividad en él, cifra que cae a 9,4 % en el caso de las mujeres.

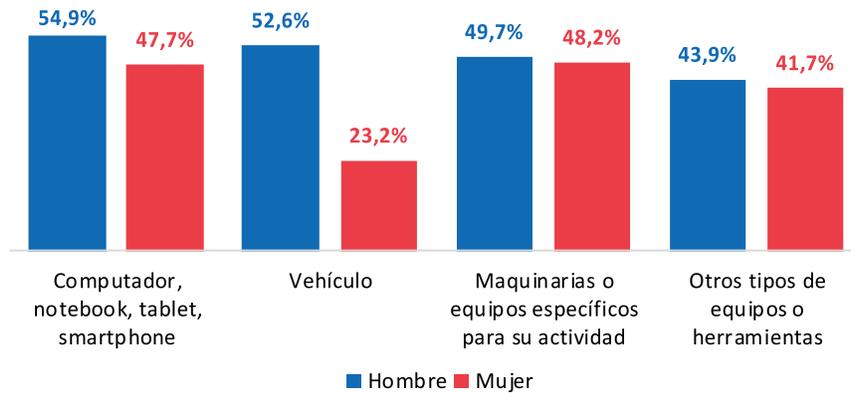
Adicionalmente, es posible señalar que el 6,3 % de los microempresimientos de hombres no dispone de herramientas y equipos para trabajar, cifra que crece a más del doble en el caso de las mujeres (13,2 %).

Por último, respecto a la propiedad de los activos es posible señalar que independiente del tipo de herramienta en consideración y del sexo del microempresedor, la mayor parte de éstos son propiedad del encuestado. Le sigue en relevancia aquellos que están a nombre de la empresa o negocio y, por último aquellos que están a nombre de otros. Secuencia que se altera en el caso de los vehículos, pues el segundo propietario más prevalente no son los negocios, sino otras personas (de naturaleza jurídica o natural), resultado que podría estar asociado a la naturaleza del microempresimiento.

El presente hallazgo si bien pareciera no ser relevante dada la semejanza en la distribución entre ambos sexos, es útil en discusiones de género que abordan las limitaciones que enfrentan las mujeres para adquirir

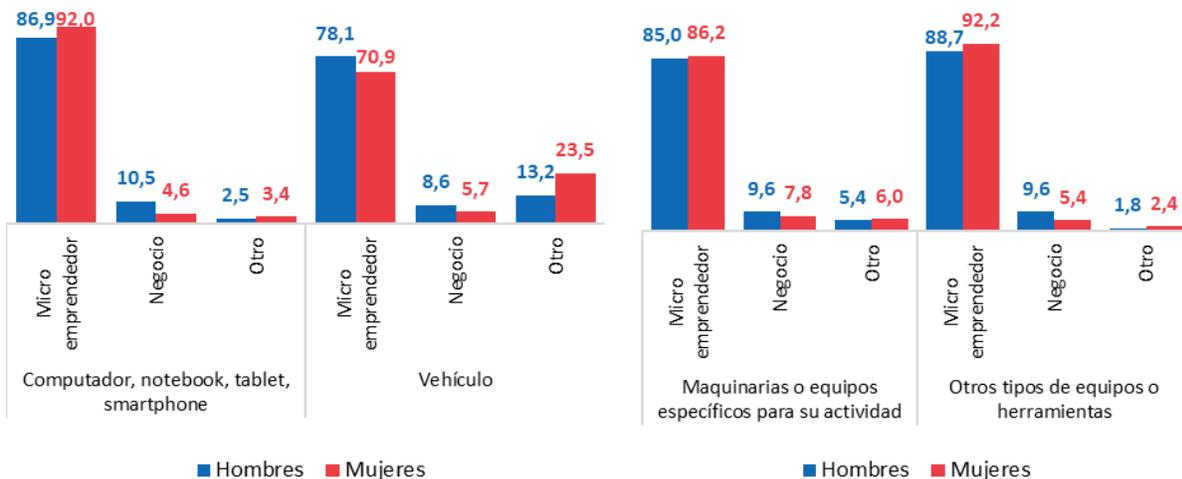
bienes, en especial al estar casadas bajo sociedad conyugal. A raíz de lo anterior, surge entonces como inquietud si existen diferencias entre mujeres según su estado conyugal. Al respecto se observa que entre el universo que posee maquinarias y equipos específico y, otros tipos de máquinas y herramientas es mayor el porcentaje promedio de separadas que tiene los activos a su nombre que las casadas (90,5 % y 94,5 % versus el 88,1 % y 91,8 % respectivamente), en tanto, entre las divorciadas tales cifras caen a 73,7 % y 79,4 %. En cuanto a la propiedad de vehículos, en promedio, el 65,3 % de las casadas, el 75,9 % de las separadas y el 86,9 % de las divorciadas registra el activo a su nombre, brechas que oscilan en torno a los 3 p.p. en el caso de la categoría de computadores/nootbook/tablet/smartphone.

Figura 30: Disposición de activos según tipo y sexo del microemprendedor (Porcentaje que indicó que sí tenía activos, según categoría)



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Figura 31: Propiedad de los activos según tipo y sexo del microemprendedor (Porcentaje promedio)

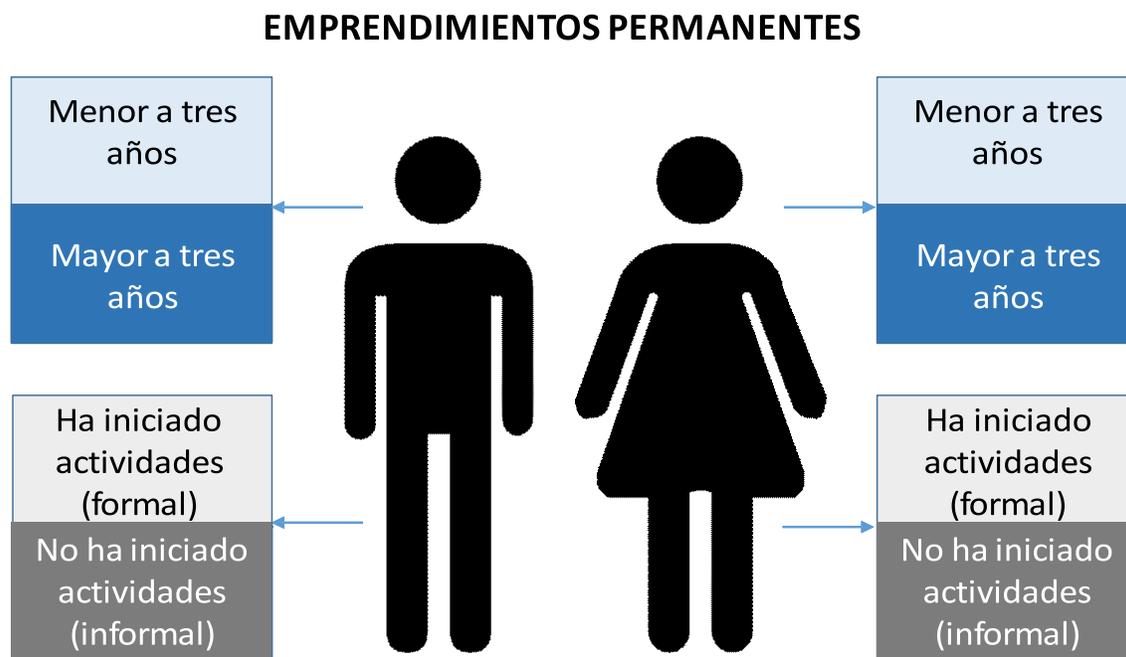


Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

5. Comparación entre negocios

A lo largo de este documento hemos comparado a mujeres y hombres y sus negocios en una serie de características. A continuación, se sistematizan las comparaciones entre grupos de unidades de negocios similares. Esto es relevante, dado que existe una gran diversidad en los grados de formalidad, consolidación y de compromiso con el negocio. Se decidió analizar a los negocios que funcionan de forma permanente, es decir, unidades que funcionaron a lo largo de todo el año. Luego, se agrupó a los negocios según formalidad y edad. Respecto de esto último, se separó el análisis entre las empresas menores a tres años de funcionamiento y el resto¹³. Para este análisis, formalidad corresponde a aquellas empresas que han iniciado actividades en el SII, donde el resto será considerada como informal. A continuación se presenta en la figura 32 el esquema de clasificación de microemprendimientos para el análisis en esta sección.

Figura 32: Clasificación de emprendimientos para comparación



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

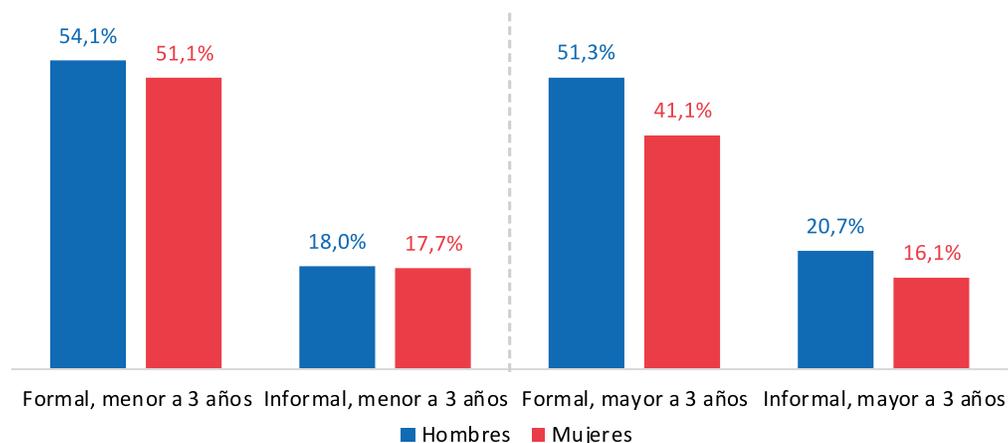
¹³La razón para escoger como corte a tres años de funcionamiento, corresponde a que en la literatura se ha documentado de forma consistente que la mayor parte de las empresas mueren dentro de los primeros tres años y a aquellas que sobreviven, generalmente logran consolidarse. Esto es conocido como valle de la muerte, Kantis, Ishida, y Komori (2002).

5.1. Negocios que contratan trabajadores

Una característica relevante a considerar en los microemprendimientos es la decisión de contratar trabajadores. Como ya se ha mencionado, por un lado son una fuente de trabajo y a la vez, es una señal del grado de consolidación de la unidad productiva. Un gráfico por sexo y grupo de emprendimiento se presenta en la figura 33. En primer lugar, destaca que no existen fuertes diferencias entre emprendimientos de hombres y mujeres menores a tres años. Es más, la principal diferencia dentro de las empresas menores de tres años se observa en las unidades formales alcanzando 3 p.p. (54,1 % de negocios de hombres y 51,1 % de mujeres), mientras que la proporción de los negocios informales que contrata a trabajadores es similar para ambos sexos (18 % de emprendimientos de hombres y 17,7 % de mujeres), siendo fuertemente inferior al caso de los emprendimientos formales.

Por otro lado, llama la atención que las diferencias entre hombres y mujeres se incrementan en el grupo de empresas con más de tres años de funcionamiento. En primer lugar, dentro de los emprendimientos formales existe una brecha de 10,2 p.p. en la proporción de negocios que contrata o emplea trabajadores (51,3 % de emprendimientos de hombres y 41,1 % de mujeres). Es más, en contra de lo que se pudiera esperar, una menor proporción de los emprendimientos con mayor experiencia estaría contratando, lo cual se acentúa todavía más en el caso de los negocios de mujeres (51,1 % en los negocios menores a tres años y 41,3 % en los mayores a 3 años). En los emprendimientos informales, vemos que la brecha entre el porcentaje de negocios de hombres y mujeres aumenta (20,7 % de negocios de hombres y 16,1 % de mujeres), donde, además, mientras la proporción de negocios informales de hombres que contrata trabajadores aumenta en el grupo mayor a tres años, esta proporción disminuye en el caso de negocios de mujeres (17,7 % de negocios menores a tres años y 16,1 % en negocios mayores a tres años).

Figura 33: Microemprendimientos que tiene trabajadores empleados o contratados por al menos una hora a la semana, según sexo y grupo de emprendimiento



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

5.2. Negocios según tramo de ganancias

Las ganancias de los microemprendimientos es otro factor clave a analizar, dado que es una forma en la que se puede medir el desempeño de la unidad. En primer lugar, los resultados muestran una gran diferencia entre los emprendimientos formales e informales, como se presenta en la tabla 2, los primeros se encuentran más presentes en los ingresos más altos. Al observar las diferencias de los grupos analizados según sexo, llama la atención que la proporción de mujeres esté altamente concentrada en el tramo 0 a 257 mil pesos, siendo una concentración el doble a lo observado en hombres, para todos los grupos de análisis. Adicionalmente, se vuelve preocupante que más del 85 % de los emprendimientos de mujeres informales se encuentre en el tramo inferior de ganancias. Es más, los negocios formales de mujeres, se da una situación similar.

Al restringir el análisis al tramo de ganancias entre 250 mil y 1,1 millones, se observa que casi la mitad de los negocios de hombres se encuentra ubicado en este tramo, destacando a las unidades productivas formales y con más de tres años en operación, ya que tienen mayor prevalencia en este segmento (52,7 %). En el caso de los emprendimientos de mujeres en este segmento de ganancias, es posible identificar dos patrones, mientras los emprendimientos formales, ya sean jóvenes o mayores a tres años, tienen una participación similar y superior al 43 %, los negocios informales tienen una baja presencia, debido, principalmente, a que muy pocos emprendimientos informales de mujeres logra superar la cota de los 257 mil pesos.

En el segmento ubicado por sobre 1,1 millones de pesos en ganancias, es posible observar que el grupo con mayor representación corresponde a los emprendimientos formales y menores a tres años (34,1 %), mostrando que las unidades más jóvenes estarían logrando de forma más rápida obtener ingresos más altos. En términos generales, los negocios formales logran obtener mayores ingresos. En contraste, el porcentaje de emprendimientos informales que logra llegar a este tramo es notoriamente más bajo, donde menos del 3,2 % logra posicionarse en los tramos más altos de ganancia. Llama la atención que tan solo un 0,1 % de las unidades informales, mayores a tres años y de mujeres logrará llegar al tramo mayor de ganancias.

Al observar la distribución de los negocios según tramo de ganancias, como se presenta en la tabla 2, hace reflexionar respecto a porqué un porcentaje tan grande de mujeres decide mantenerse como emprendedoras a pesar de que las ganancias obtenidas por el negocio están por debajo de lo mínimo ofertado en el mercado laboral¹⁴, lo cual es particularmente grave en el caso de las unidades informales. Solo una pequeña porción de los negocios de mujeres logra superar los 1,1 millones. Esto es particularmente llamativo, porque una proporción importante de unidades de hombres lo logra, particularmente en el caso de los negocios formales. Por un lado, las mismas limitaciones que motivaron a las mujeres a emprender pueden estar impidiendo que sus negocios logren obtener ganancias altas, pero más aún, incluso obtener ganancias que superen la línea del sueldo mínimo, particularmente en el caso de las unidades informales. Además, las unidades de mujeres pudieran estar presentando grandes dificultades en todo momento del proceso emprendedor, que impiden que estas logren crecer de forma comparable a las unidades de hombres. Más aún, se vuelve relevante apoyar a los emprendimientos informales, sobre todo de mujeres, para que logren llegar a niveles de ganancias comparables a lo mínimo ofertado por el mercado laboral formal.

¹⁴El sueldo mínimo en julio 2016 correspondió a \$257.400, para ser aumentado a \$264.000 en enero de 2017, en efecto, los reajustes al sueldo mínimo se realizan dos veces al año. De todas maneras, para efectos de este boletín, el monto de \$257.000 corresponderá al sueldo mínimo, manteniéndose de todas maneras, el hecho de que negocios con ganancias bajo este corte se encuentran en un punto inferior a lo que pudiesen obtener en el mercado laboral.

Tabla 2: Negocios según tramo de ganancias, sexo y grupo de emprendimiento

Sexo	Grupo	0 a 257 mil	257 mil a 1,1 millones	sobre 1,1 millones
Hombres	Formal, menor a 3 años	18,6 %	44,7 %	34,1 %
	Informal, menor a 3 años	47,3 %	48,7 %	3,2 %
	Formal, mayor a 3 años	20,7 %	52,7 %	25,3 %
	Informal, mayor a 3 años	48,8 %	48,3 %	2,4 %
Mujeres	Formal, menor a 3 años	42,6 %	43,4 %	13,6 %
	Informal, menor a 3 años	87,4 %	8,4 %	2,4 %
	Formal, mayor a 3 años	41,9 %	43,3 %	13,7 %
	Informal, mayor a 3 años	88,1 %	11,0 %	0,1 %

Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

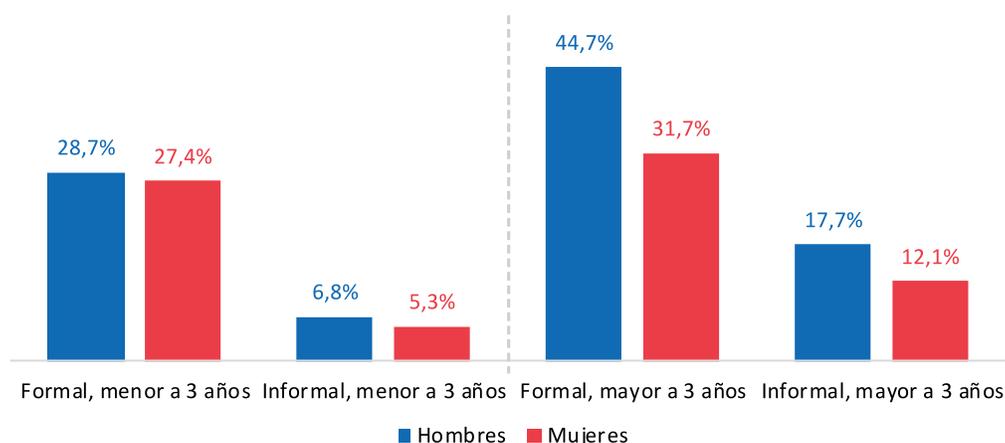
5.3. Solicitud de crédito bancario

Una de las principales restricciones al crecimiento indicada es el financiamiento. Dado que, la mayoría de los microemprendimientos que solicitó un crédito lo obtuvo (93,6 %), es posible utilizar esta pregunta como proxy de la cercanía de las empresas al sector financiero. A continuación se presenta la figura 34, con los resultados según grupo de análisis. Lo primero que destaca es que dentro de los emprendimientos menores a tres años, la diferencia entre sexos es relativamente baja. Es más, dentro los emprendimientos formales, el 28,7 % de las unidades de hombres solicitó un crédito, 1,3 p.p. por sobre el 27,4 % de las unidades de mujeres. En los negocios informales, el porcentaje que solicitó un crédito es considerablemente inferior, donde un 6,8 % de hombres solicitó un crédito, 1,5 p.p. por sobre lo observado en las mujeres.

Ahora bien, los negocios con más de tres años de trayectoria muestran una mayor cercanía con el mundo financiero, pero a la vez, una mayor profundidad en la brecha de género. En primer lugar, se observa una mayor proporción de todos los negocios formales y mayores a tres años que ha solicitado crédito, en comparación a su contra-parte más joven. Sin embargo, la situación según sexo es dispar en este grupo. Mientras un 44,7 % de los hombres solicitó un crédito para su negocio, un 31,7 % de las mujeres lo solicitó. Esta fuerte diferencia también se mantiene en los negocios informales, aunque en menor medida. Es así, que un 17,7 % de los hombres y un 12,1 % de las mujeres con negocios informales solicitó un crédito.

Lo llamativo de lo anterior, es que, aunque en el grupo de emprendimientos menores a tres años no se observan grandes diferencias entre sexo, a nivel de solicitud de crédito, si se aprecia una fuerte diferencia en la trayectoria de ganancias. Es más, ambos grupos indican que la falta de financiamiento es la principal limitación al crecimiento de su negocio (33 % de hombres y 37,4 % de las mujeres con negocios menores a tres años). De ser la principal fuente de limitación al crecimiento y dado que el nivel de solicitud entre ambos es similar, uno debiera esperar que la trayectoria de ganancias fuera similar para ambos sexos. Sin embargo, la diferencia en las ganancias es diametral, por lo que cabe preguntarse si realmente el acceso a financiamiento es la principal limitación de crecimiento de los negocios de mujeres menores a tres años, dado que pareciera que existen otros factores que están limitando su crecimiento. Esto requiere un análisis más profundo para entender la fuente de la gran brecha observada en ganancias, sin embargo, da luces de que el problema estaría enraizado en otros factores.

Figura 34: Microemprendimientos que alguna vez han solicitado personalmente un crédito bancario (no hipotecario) para fines de su actual negocio, según sexo y grupo de emprendimiento

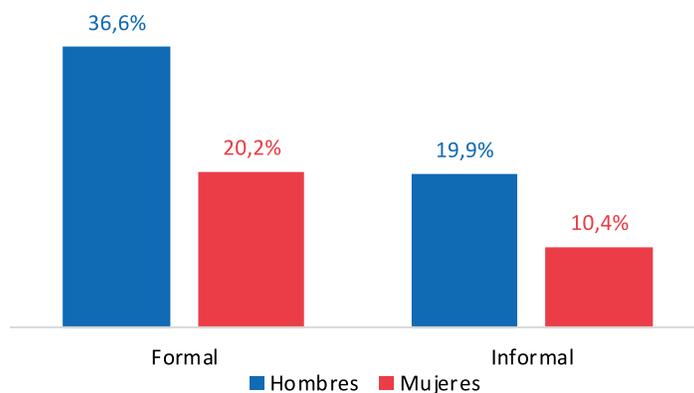


Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

5.4. Ventas fuera de la región

La posibilidad de vender el producto o servicio fuera de la región donde se encuentra ubicado el negocio conlleva una mayor sofisticación en los canales de distribución. Además, permite ampliar el mercado y las posibilidades de desarrollo. Dada la relevancia de esta característica, es que a continuación se presenta la brecha según sexo en las ventas fuera de la región. En principio, es posible ver que, en términos generales, existe una diferencia entre negocios según sexo, y además, esta brecha se replica de forma similar en las unidades con menos de tres años, al igual que con aquellas con mayor antigüedad, por lo que en este caso, solo se analizará la diferencia entre negocios permanentes formales e informales. En la figura 35, se presenta los resultados de ventas fuera de la región.

Figura 35: Microemprendimientos que venden parte de sus productos o servicios fuera de su región, según sexo y grupo de emprendimiento



Fuente: Elaboración propia en base a EME 5.

Primero, los negocios formales tienen un mayor nivel de ventas fuera de la región (36,6 % de hombres y 20,2 % de mujeres) que los informales (19,9 % de hombres y 10,4 % de mujeres). De estos valores es posible notar que mientras un negocio de mujer vende fuera de la región, casi dos de hombres lo hacen. Además, los negocios informales de mujeres, junto con tener los menores niveles de ganancias, son quienes tienen el menor nivel de ventas fuera de la región. Es así, que de forma consistente, es posible observar que los de hombres logran consolidar de forma más robusta su negocio, no solo en el mercado donde se encuentran, sino que también en otras regiones. De esta forma, es posible observar que existe un amplio espacio de apoyo a los microemprendimientos de mujeres para que expandan sus mercados y mejoren, además, sus solidez como negocios.

6. Conclusiones

Al analizar este documento, es posible notar que, de forma consistente, una gran proporción de mujeres se incorporan al mundo emprendedor porque ven en este espacio una forma de equilibrar sus responsabilidades familiares. Es así, que un quinto de los emprendimientos de mujeres indica haber iniciado actividades por este motivo, mientras que tan solo 3,8 % de los hombres indica esta razón. Es más, para el 59,2 % de las mujeres, el mayor beneficio de ser independiente es el hecho que les permite realizar tareas domésticas, un número que hace palidecer, sobre todo cuando solo el 17,3 % de los emprendedores ve esto como un beneficio.

Además, un fenómeno similar se observa dentro de quienes fueron anteriormente asalariados, donde un 31,9 % de mujeres indicó haber dejado su trabajo anterior por responsabilidades personales, mientras que solo un 4 % de hombres dejó su último trabajo por esta razón. Las mayores cargas familiares parecen ser fuertes restricciones al crecimiento de los negocios de mujeres. Esto último se ve reforzado tras constatar que, de quienes fueron alguna vez asalariados, un 42 % de mujeres no logre superar su ingreso anterior, número cuatro veces mayor al 11 % observado en el caso de hombres.

Lo anterior sugiere que existe un entorno que desfavorece al crecimiento de los emprendimientos de mujeres. Por lo tanto, observar que en promedio, las mujeres perciban utilidades por la mitad que los hombres, pareciera ser una consecuencia de las restricciones que éstas presentan. Mientras dos tercios de los negocios permanentes de mujeres indica percibir utilidades inferiores a 257 mil, un poco más de un tercio de los microemprendedores hombres reporta encontrarse en este tramo, situación que se agudiza incluso más en los negocios informales. Estos datos hacen preguntarse cuán costoso es compatibilizar sus responsabilidades familiares con otras actividades económicas, tal que prefieran trabajar independientemente, incluso obteniendo ganancias por debajo del sueldo mínimo, siendo este un punto que requiere de más investigación.

Otro hallazgo a lo largo de las distintas EME, es el hecho de que los emprendedores indican la falta de financiamiento como la principal limitación al crecimiento (33 % de hombres y 37,4 % de las mujeres con negocios menores a tres años), contrastando con un nivel similar en solicitudes de crédito en ambos sexos¹⁵. Es más, si se considera el financiamiento como la principal limitación de los negocios de mujeres, y considerando que ambos sexos indican un acceso similar, cabe preguntarse si realmente el acceso a financiamiento es la principal limitación de crecimiento de los negocios de mujeres pues pareciera que existen otros factores que están limitando su crecimiento. Esto requiere un análisis más profundo para entender cómo afecta el financiamiento a la gran brecha observada en ganancias, sin embargo, da luces de que el problema estaría enraizado en otros factores.

Por otro lado, llama la atención que a pesar de tener restricciones para compatibilizar el tiempo entre la actividad económica y las responsabilidades familiares, sean los negocios de mujeres los que reciben más capacitación (16,7 % de hombres y 26,2 % de mujeres), observando además, que el 93,5 % de los emprendedores indicó haber percibido algún tipo de beneficio para el negocio. Sin embargo, aunque el 20,7 % de las mujeres indica haber logrado aumentar las ventas gracias a las capacitaciones recibidas (superior al 8,4 % indicado por hombres), este grupo sigue encontrándose con utilidades muy por debajo de las obtenidas por los hombres.

Sumado a lo anterior, los negocios de hombres presentan un mayor nivel de ventas fuera de la región.

¹⁵ El 93,6 % de los microemprendimientos que solicitó un crédito lo obtuvo.

Mientras un negocio de mujer vende fuera de la región, casi dos de hombres lo hacen. Es así, que de forma consistente, los de hombres logran consolidar de forma más robusta su negocio, no solo en el mercado donde se encuentran, sino que también en otras regiones. De esta forma, es posible indicar que existe un amplio espacio de apoyo a los microemprendimientos de mujeres para que expandan sus mercados y mejoren, además, sus solidez como negocios.

En efecto, es posible notar que las limitaciones que enfrentan los negocios de mujeres son sistémicos y más agudas de lo esperado. Por ejemplo, el sistema de sociedades conyugales pareciera ser una restricción que presentan las emprendedoras, observando diferencias robustas en la forma en que negocios de mujeres casadas y no, manejan sus activos. Al respecto, dentro del universo que posee maquinarias, equipos específico y otros tipos de máquinas y herramientas, el porcentaje promedio de separadas que tiene los activos a su nombre es mayor a lo observado entre las casadas (90,5 % y 94,5 % versus el 88,1 % y 91,8 % respectivamente). De esta forma, se expone que incluso factores legales estarían afectando a las mujeres emprendedoras.

Finalmente, los resultados de este boletín muestran que es necesario realizar estudios más profundos que permitan abarcar todas las aristas de la vida emprendedora de mujeres, con el fin de entregar un panorama acabado de las dificultades que estas enfrentan. Por lo tanto, el generar políticas públicas que sean efectivas para fomentar el emprendimiento entre las mujeres, es necesario no solo porque de esta forma es posible incentivar la economía nacional, sino que además, porque es importante contribuir a que ellas perciban ganancias menos precarias y que superen, al menos, el sueldo mínimo.

7. Nota Técnica

El marco muestral de la encuesta está compuesto por las personas que en la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) del trimestre marzo-mayo del año 2017 se clasificaron como trabajadores por cuenta propia o empleadores con hasta 10 trabajadores (incluyendo al dueño), por esta razón la encuesta sigue un proceso bifásico (dos fases), considerando un levantamiento aleatorio, a partir de la muestra obtenida en la ENE.

Del marco muestral anterior se seleccionó una muestra de 8.199 viviendas, en las cuales residía al menos un trabajador independiente, lo que dio paso a una muestra final de 8.820 trabajadores independientes seleccionados. Esta muestra se levantó durante tres meses. La encuesta tiene representatividad a nivel nacional y regional.

Aspectos metodológicos correspondientes a la EME 5:

1. **Formato:** Presencial al informante directo, múltiples visitas de ser necesario.
2. **Alcance:** Nacional.
3. **Representatividad:** Nacional y regional.
4. **Institución a cargo:** Instituto Nacional de Estadísticas (INE) es el encargado del diseño muestral y del levantamiento de la encuesta.
5. **Fecha de la encuesta:** Trimestre mayo-julio 2017.
6. **Período de expansión:** Trimestre marzo-mayo 2017, más ajuste poblacional
7. **Población objetivo:** 1.992.578 trabajadores por cuenta propia o empleados con hasta 10 trabajadores (incluyendo al dueño), que residen en viviendas particulares ocupadas del territorio nacional.
8. **Total independientes:** 7.122.
9. **Error muestral absoluto:** 1,17 %.
10. **Nivel de confianza:** 95 %.

8. Referencias

- Adema, W., Ali, N., Frey, V., Kim, H., Lunati, M., Piacentini, M., y M., Q. (2014). Enhancing women's economic empowerment through entrepreneurship and business leadership in oecd countries. OCDE. Descargado de http://www.oecd.org/gender/Enhancing%20Women%20Economic%20Empowerment_Fin_1_Oct_2014.pdf
- Ahmad, Z. (2011). Evidence of the characteristics of women entrepreneurs in the kingdom of saudi arabia: An empirical investigation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3(2), 123-143. Descargado de <https://doi.org/10.1108/17566261111140206>
- Aldrich, H., y Cliff, J. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596. doi: 10.1016/S0883-9026(03)00011-9
- Audretsch, D. (2012). Entrepreneurship research. *Management Decision*, 50(5), 755-764.
- Austin, J., Stevenson, H., y Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship same, different, or both? *Entrepreneurship Theory Practice*, 30(1), 1-22.
- Baumaol, W., y Storm, R. (2007). Entrepreneurship and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1, 233-237.
- Belcourt, M., Burke, R., y Lee-Gosselin, H. (s.f.). The glass box: women business owners in canada. Canadian Advisory Council on the Status of Women.
- Brush, C., de Bruin, A., Gatewood, E., y Henry, C. (2010). Women entrepreneurs and the global environment for growth. Cheltenham, Reino Unido. Descargado de https://www.e-elgar.com/shop/women-entrepreneurs-and-the-global-environment-for-growth?__website=uk_warehouse
- Colette, D. (1998). Women's pathways to participation and leadership in the family-owned firm. *Family Business Review*, 11(3), 219-228. Descargado de <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1998.00219.x>
- Doepke, M., y Tertilt, M. (2011). Does female empowerment promote economic development? The World Bank. Descargado de <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/1813-9450-5714> doi: 10.1596/1813-9450-5714
- Dyer, W., G. and Handler. (1994). Entrepreneurship and family business: Exploring the connections. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(1), 71-83. Descargado de <https://doi.org/10.1177/104225879401900105>
- Galindo, M., y Méndez-Picazo, M. (2013). Innovation, entrepreneurship and economic growth. *Management Decision*, 51(3), 501-514.
- Hall, J., Matos, S., Sheehan, L., y Silvestre, B. (2012). Entrepreneurship and innovation at the base of the pyramid: a recipe for inclusive growth or social exclusion? *Journal of Management Studies*, 49(4), 785-812.
- Hanson, S. (s.f.). Changing places through women's entrepreneurship. *Economic Geography*, 85(3), 245-267. Descargado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1944-8287.2009.01033.x>
- Hughes, K. (s.f.). Pushed or pulled? women's entry into self-employment and small business ownership. *Gender, Work & Organization*, 10(4), 433-454. Descargado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-0432.00205>
- Kantis, H., Ishida, M., y Komori, M. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en américa latina y el este de asia. Descargado de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5209/Empresarialidad%20en%20econom%c3%adas%20emergentes%20%28Reporte%20Final%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Kantor, P. (2002). Gender, microenterprise success and cultural context: The case of south asia. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 131-143. Descargado de <https://doi.org/10.1177/104225870202600408>
- McElwee, G., y Al Riyami, R. (2003). Women entrepreneurs in oman: some barriers to success. *Career Development International*, 8(7), 339-346. Descargado de <https://doi.org/10.1108/13620430310505296>
- OECD. (2012). Closing the gender gap. Descargado de <https://www.oecd-ilibrary.org/content/publication/9789264179370-en>
- OIT. (2014). Global wage report 2014/15. Ginebra, Suiza: Autor. Descargado de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_324678.pdf
- OMS. (2015). Fact sheet: Gender. Descargado 2018-08-06, de <http://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/gender>
- Patterson, N., y Mavin, S. (2009). Women entrepreneurs: Jumping the corporate ship and gaining new wings. *International Small Business Journal*, 27(2), 173-192. Descargado de <https://doi.org/10.1177/0266242608100489>
- Ram, M., y Holliday, R. (1993). Relative merits: Family culture and kinship in small firms. *Sociology*, 27(4), 629-648. Descargado de <https://doi.org/10.1177/0038038593027004005>
- Rouse, J., y Kitching, J. (2006). Do enterprise support programmes leave women holding the baby? *Environment and Planning C: Government and Policy*, 24(1), 5-19. Descargado de <https://doi.org/10.1068/c0528>
- Sciascia, S., Mazzola, P., Astrachan, J., y Pieper, T. (2012). The role of family ownership in international entrepreneurship: exploring nonlinear effects. *Small Business Economics*, 38(1), 15-31. Descargado de <https://EconPapers.repec.org/RePEc:kap:sbusec:v:38:y:2012:i:1:p:15-31>
- Seon, M., Kim, S., y Sherraden, M. (2014). The impact of gender and social networks on microenterprise business performance. *Journal of sociology and social welfare*, 29, 404-417.
- Shelton, L. (2006). Female entrepreneurs, work-family conflict, and venture performance: New insights into the work-family interface. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 285-297. Descargado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-627X.2006.00168.x>
- Shi, L., y Song, J. (2011). Changes in the Gender Wage Gap in Urban China, 1995-2007 (University of Western Ontario, Centre for Human Capital and Productivity (CHCP) Working Papers n.º 20). University of Western Ontario, Centre for Human Capital and Productivity (CHCP). Descargado de <https://ideas.repec.org/p/uwo/hcuwoc/201120.html>
- Sieger, P., Nason, R., Zellweger, T., y Nordqvist, M. (2009). Family portfolio entrepreneurship. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(14), 573-596.
- Snyder, K. (2004). Routes to the informal economy in new york's east village: Crisis, economics, and identity. *Sociological Perspectives*, 47(2), 215-240. Descargado de <https://doi.org/10.1525/sop.2004.47.2.215>
- Thompson, P., Jones-Evans, D., y Kwong, C. (2009). Women and home-based entrepreneurship: Evidence from the united kingdom. *International Small Business Journal*, 27(2), 227-239. Descargado de <https://doi.org/10.1177/0266242608100492>
- UNIDO. (2017). Empowering Women: Fostering Entrepreneurship. UNIDO Gender. Descargado de https://www.unido.org/sites/default/files/2014-01/Brochure_low_resolution_0.pdf
- Williams, C. (2006). The hidden enterprise culture entrepreneurship in the underground economy. Cheltenham, Reino Unido. Descargado de <https://www.elgaronline.com/view/9781845425203.xml>
- Williams, C. (2008). Beyond necessity-driven versus opportunity-driven entrepreneurship: A study of infor-

mal entrepreneurs in england, russia and ukraine. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 9(3), 157-165. Descargado de <https://doi.org/10.5367/000000008785096647>

Williams, C. (2009). Informal entrepreneurs and their motives: a gender perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(3), 219-225. Descargado de <https://doi.org/10.1108/17566260910990900>

Jefe División

Rodrigo Krell

rkrell@economia.cl**Analistas**

Carolina Calvo

ccalvo@economia.cl

Miguel Jara

mjara@economia.cl

Eduardo Jiménez

ejimenez@economia.cl

Sandra Peralta

speraltaa@economia.cl

Paulina Rebolledo

prebolledog@economia.cl

Tomás Schuster

tschuster@economia.cl