



Informe de Resultados

El Microemprendimiento Femenino en Chile

Unidad de Estudios
División Política Comercial e Industrial
Diciembre, 2020

Resumen Ejecutivo

El presente informe de resultados muestra una caracterización de las mujeres microempendedoras y sus respectivos negocios, basada en la Sexta Encuesta de Microemprendimiento (EME 6).

Dentro de los principales hallazgos destacan:

- Las mujeres representan el 38,6 % del universo microempendedor, equivalente a 794.852 microempendedoras, de un total de 2.057.903 microemprendimientos en el país.
- La proporción de microemprendimientos informales, definidos como aquellos sin inicio de actividades en el Servicio de Impuestos Internos, corresponde a 57,3 % para las mujeres y 42,8 % para los hombres.
- El 73,8 % de los microemprendimientos de mujeres se concentran en los sectores de servicios y comercio.
- Semanalmente las mujeres realizan 18 horas más de trabajo no remunerado que los hombres. Éstas dedican, en promedio, 29,4 horas a la semana al trabajo no remunerado.
- En promedio, las microempresarias obtienen utilidades mensuales por \$439.854, casi la mitad de lo que obtienen los microempresarios (\$815.513).
- El 68,3 % de las microempendedoras gana menos que el salario mínimo (\$305.000).
- Solo un 9,9 % de las microempresarias ha solicitado un crédito bancario en los últimos 2 años para fines de su negocio, proporción que es superior entre los hombres (15,8 %).
- El 98,8 % de las microempendedoras que solicitaron un crédito para su negocio, lo obtuvieron.
- Los hombres adeudan, en promedio, 1,8 veces más que las mujeres (\$626.544 versus \$339.450).

Índice General

Índice de figuras	2
1. Introducción	3
2. Resultados	3
2.1. Perfil de las Microempendedoras	3
2.2. Motivos para emprender	6
2.3. Ganancias	6
2.4. Aspectos financieros del micronegocio	8
2.5. Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)	10

Índice de figuras

1. Distribución de microemprendedores, según sexo	4
2. Edad de los microemprendedores, según sexo	4
3. Nivel educacional de microemprendedores, según sexo	4
4. Antigüedad micronegocios, según sexo del dueño	4
5. Microemprendedores empleadores y trabajadores por cuenta propia, según sexo	5
6. Porcentaje de microempendedoras respecto a la fuerza laboral femenina, según región	5
7. Informalidad microemprendedores, según sexo	5
8. Sector económico de los microemprendedores, según sexo	5
9. Motivación para emprender, según sexo	6
10. Beneficios de ser independiente, según sexo	6
11. Principal lugar donde lleva a cabo su negocio los microemprendedores, según sexo	7
12. Horas promedio en trabajo remunerado y no remunerado de microempresarios, según sexo	7
13. Promedio y mediana de utilidades mensuales de microemprendedores, según sexo	7
14. Distribución utilidades mensuales de microemprendedores, según sexo	8
15. Restricciones al crecimiento de su micronegocio que enfrentan las microempendedoras	8
16. Financiamiento de la puesta en marcha del micronegocio (microempendedoras que necesitaron financiamiento)	9
17. Solicitud por tipo de crédito o préstamos de microempresarias	9
18. Microemprendedores que solicitaron y les aprobaron su crédito o préstamo para fines de su negocio, según sexo	9
19. Microemprendedores que mantienen deudas para fines de su negocio o actividad por cuenta propia, según sexo	10
20. Nivel de deuda microempresarios, según sexo	10
21. Motivo de deuda, según sexo	10
22. Microemprendedores que usan internet para fines de su microempresa, según sexo	11
23. Usos de internet para fines de su negocio, según sexo	11
24. Razones de no usar internet para fines de su negocio entre las microempendedoras	11

1. Introducción

Para contar con un adecuado diseño y evaluación de políticas públicas, que tengan por objeto subsanar las dificultades que enfrentan las mujeres en el desarrollo y crecimiento de sus micronegocios, es fundamental disponer de una correcta caracterización de las microempendedoras y sus unidades económicas en el país.

La División Política Comercial e Industrial del Ministerio de Economía, elaboró el presente informe con el objeto de dar a conocer características de los microemprendimientos de mujeres, a partir de la Sexta Encuesta de Microemprendimiento 2019 (EME 6).

La muestra de la EME es una submuestra de la Encuesta Nacional de Empleo, en donde se identifican a los trabajadores independientes (empleadores y trabajadores por cuenta propia) con 10 o menos trabajadores (incluido el dueño).

2. Resultados

Esta versión de la encuesta fue realizada entre los meses de mayo y julio del año 2019 y posee un tamaño muestral de 7.808 personas, con representatividad a nivel nacional y regional. Es el único estudio de este tipo a nivel nacional y de todos los sectores económicos que permite caracterizar el microemprendimiento en su totalidad.

Los resultados se segmentaron en 5 subsecciones que abordan los siguientes temas: perfil de las microempendedoras, motivación para emprender, ganancias, aspectos financieros de los micronegocios y tecnologías de la información y comunicación.

2.1. Perfil de las Microempendedoras

En esta sección se exponen resultados relacionados a las características personales de las microempendedoras, para comprender cual es su perfil y entregar información relevante para el diseño de políticas públicas y/o el desarrollo de investigaciones en torno al microemprendimiento femenino en Chile.

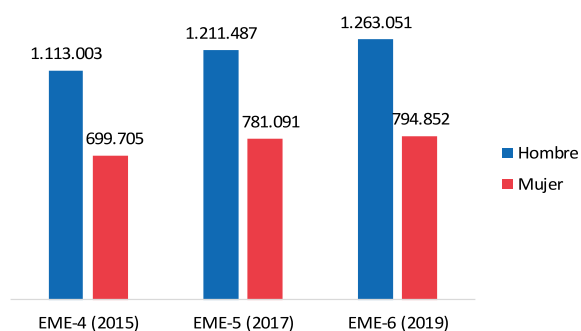
De acuerdo a la EME 6, en 2019 existían 2.057.903 microempendedores y microempendedoras en Chile, lo que representa un aumento de 3,3 % respecto a lo exhibido en la EME 5 (2017), que totalizó 1.992.578 microempendedores y microempendedoras. Sin embargo, este aumento es menor al registrado en 2017, el que tuvo un aumento de 9,9 % respecto a 2015.

La prevalencia de las mujeres en el mundo del microemprendimiento se ha mantenido estable en el tiempo y actualmente representan a la minoría. En 2019, el 38,6 % (794.852) eran mujeres microempendedoras versus el 61,4 % (1.263.051) que eran hombres.

A pesar de lo anterior, en los últimos 4 años el número de microempendedoras ha aumentado un 13,6 %, desde 699.705 personas en 2015 a 794.852 en 2019.

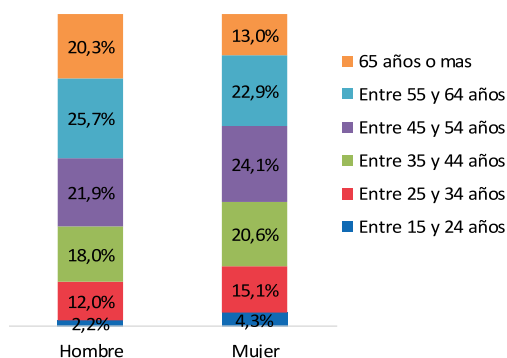
En cuanto a sus características demográficas, las microempendedoras son más jóvenes que sus pares. En efecto, al separar ambos grupos según tramos etarios, se observa que un 46 % de los hombres se concentra en el rango de 55 años o más, mientras que para ese mismo tramo, el porcentaje de mujeres cae a 35,9 %.

Figura 1: Distribución de microemprendedores, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a la EME 4, EME 5 y EME 6.

Figura 2: Edad de los microemprendedores, según sexo

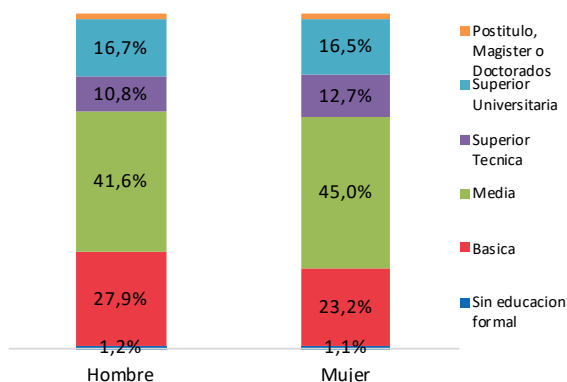


Fuente: Elaboración propia en base a EME 6.

Al estratificar según nivel educacional, se observa que las mujeres registran un mayor nivel educacional que los hombres. En particular, un 75,7 % de las mujeres tienen al menos educación media, mientras que en los hombres este registro alcanza un 70,9 %.

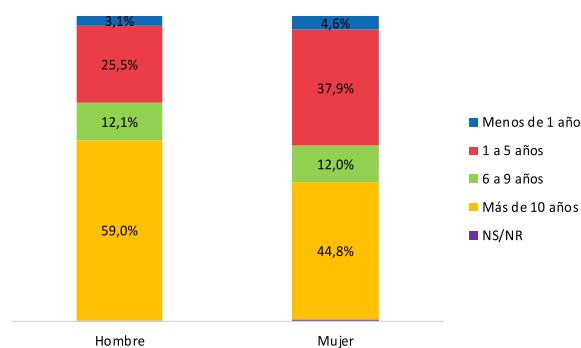
Respecto a las características de los micronegocios, se observa que las mujeres poseen microemprendimientos de menor antigüedad. A saber, un 44,8 % tiene 10 años o más y un 42,5 % tienen menos de 5 años. En el caso de los hombres, la proporción con 10 años o más llega al 59,0 % y sólo 28,6 % tienen menos de 5 años.

Figura 3: Nivel educacional de microemprendedores, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 6.

Figura 4: Antigüedad micronegocios, según sexo del dueño



En cuanto a la categoría ocupacional de los dueños de microemprendimientos, los resultados revelan que la mayoría de las mujeres son trabajadoras por cuenta propia (89,9 %), es decir no contratan asalariados y son autoempleadas, mientras que en los hombres la cifra se reduce a 81,3 %. Complementariamente, la proporción que es empleadora (sí contratan asalariados) alcanza 10,1 % en mujeres y 18,7 % en hombres.

Por otra parte, al analizar la distribución de la fuerza laboral se observa que las microempendedoras representan el 25,4 % de la fuerza laboral femenina. Y que las regiones con mayor concentración de microempendedoras son: Atacama (38,6 %), La Araucanía (38,2 %) y Tarapacá (36,4 %).

Figura 5: Microempendedores empleadores y trabajadores por cuenta propia, según sexo

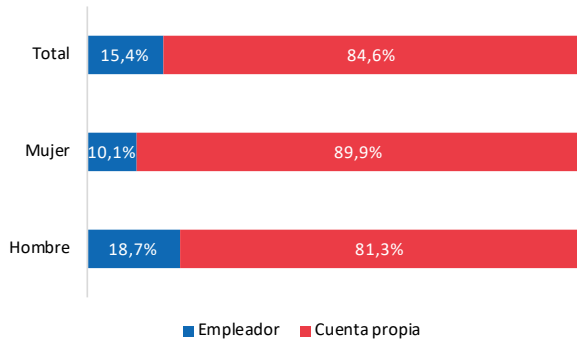
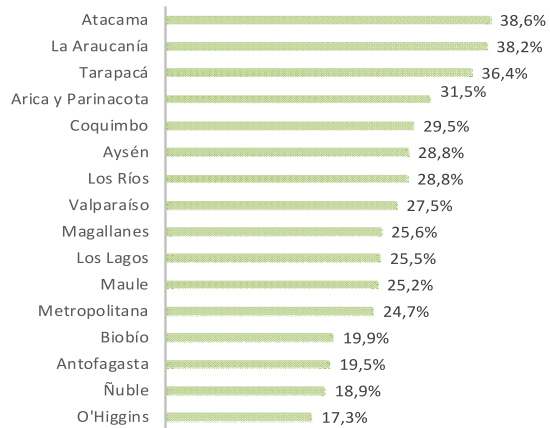


Figura 6: Porcentaje de microempendedoras respecto a la fuerza laboral femenina, según región



Fuente: Elaboración propia en base a EME 6.

Respecto al grado de formalización de los microempendimientos (entendiendo como informalidad toda actividad económica o negocio que no se encuentra inscrita en el Servicio de Impuestos Internos), se observa que un 57,3 % de los negocios en manos de mujeres son informales, mientras que en los microempresarios la proporción cae a 42,8 %.

En cuanto a la distribución sectorial de los microempendimientos, se observa que, independiente del sexo del dueño, las ramas que concentran la mayoría de los negocios son las que están asociadas a la interacción social, es decir, servicios y comercio, siendo incluso mayores entre las mujeres (37,4 % y 36,4 %, respectivamente) que entre hombres (22,1 % y 23,4 %, respectivamente).

Figura 7: Informalidad microempendedores, según sexo

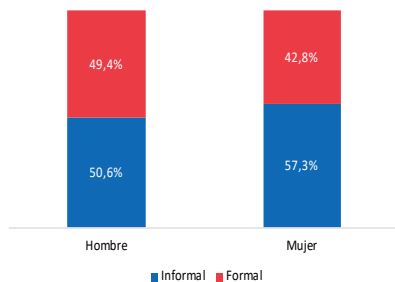
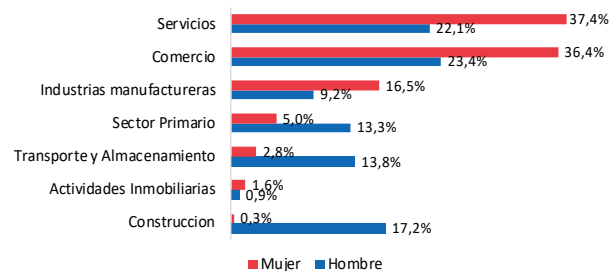


Figura 8: Sector económico de los microempendedores, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 6.

2.2. Motivos para emprender

A continuación se entrega información sobre lo que motiva a las mujeres a seguir la ruta microempresarial, y las condiciones bajo las cuales desempeñan su actividad.

La motivación para emprender se ha categorizado en tres ámbitos: oportunidad (encontró una oportunidad en el mercado, toma sus propias decisiones o expectativas de mayores ingresos), necesidad (obtener ingresos suficientes para necesidades básicas, no logró encontrar un trabajo o fue despedido de un empleo) y flexibilidad (responsabilidades familiares, mayor flexibilidad por horario y lugar o razones de salud). Dado lo anterior, cerca de un tercio de los microempresarios lo hace por necesidad, independiente del sexo. Sin embargo, en el caso de oportunidad y flexibilidad se observan grandes diferencias entre hombres y mujeres. Un 43,7 % de los hombres emprende por oportunidad, en comparación con un 31,5 % de las mujeres. Por otra parte, un 26,2 % de las mujeres emprende por flexibilidad, en comparación con un 9,8 % de los hombres.

Asimismo, al observar los beneficios percibidos al realizar una actividad como independiente (emprender), se registran diferencias relevantes entre hombres y mujeres. En efecto, entre las mujeres el principal beneficio se vincula a la flexibilidad (realizar tareas domésticas y de cuidado), mientras que entre los hombres el principal beneficio es no tener jefe (34 %).

Figura 9: Motivación para emprender, según sexo

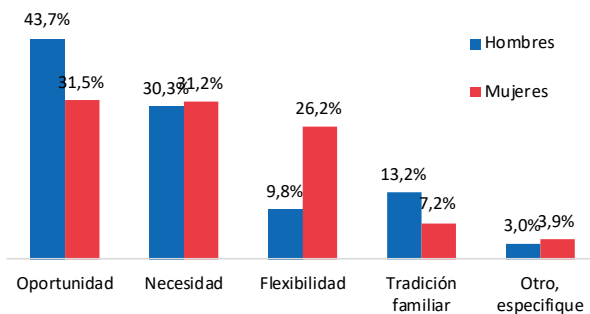
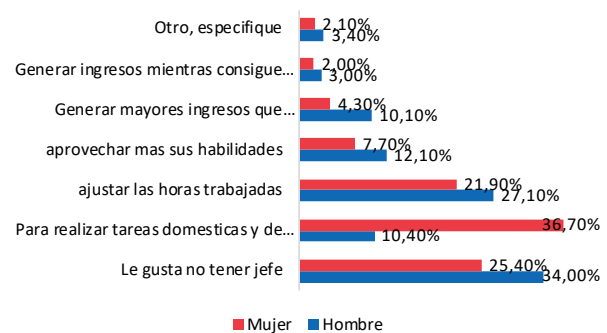


Figura 10: Beneficios de ser independiente, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 6.

El hecho que las microempresarias señalen que sus motivos y beneficios de ser independiente tengan relación con la flexibilidad, también se encuentra asociado a que una gran proporción de ellas realizan su actividad económica dentro de su vivienda (44,8 %, más del doble que en los hombres).

Una posible razón por la que las mujeres dueñas de un micronegocio muestren preferencias por emprender gracias a flexibilidad que ello les permite, tendría relación con la cantidad de trabajo no remunerado que realizan. La encuesta revela que semanalmente las mujeres realizan 18 horas más de trabajo no remunerado que los hombres (29,4 horas a la semana vs 11,3 horas en el caso de los hombres).

2.3. Ganancias

En la presente sección se exponen resultados relacionados a las ganancias que reciben los microempresarios por sus negocios. Por ganancia se entenderá a la utilidad que reciben los dueños por sus microne-

Figura 11: Principal lugar donde lleva a cabo su negocio los microemprendedores, según sexo

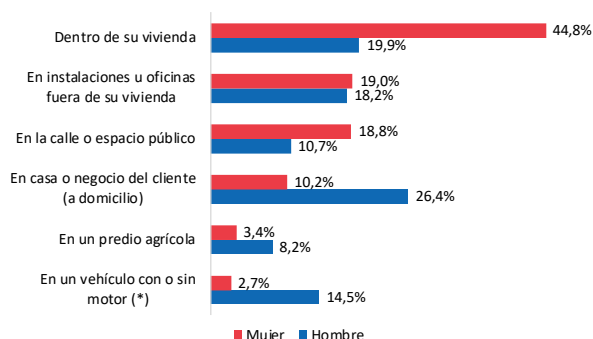
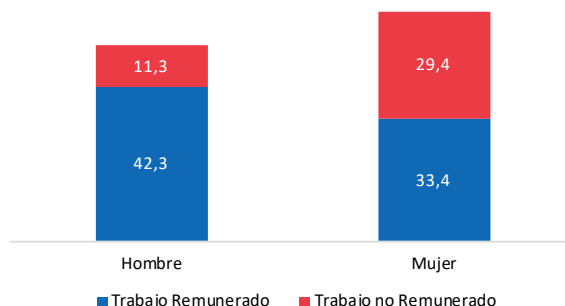


Figura 12: Horas promedio en trabajo remunerado y no remunerado de microempresarios, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 6.

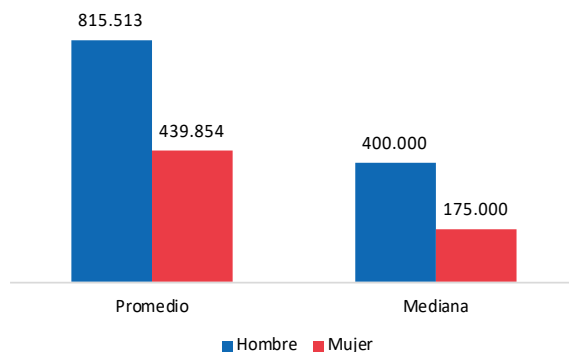
gocios, es decir, los ingresos descontando los costos.

Bajo este contexto, es posible destacar que las microempresarias ganan, en promedio, casi la mitad de lo que ganan los microempresarios. En concreto, las mujeres, en promedio, obtienen utilidades de \$439.854, cifra que en los hombres asciende a \$815.513. Si es eliminado el sesgo que representa el promedio (pueden existir unas pocas ganancias muy altas), incorporando el análisis de la mediana de las utilidades, se observa que en las mujeres corresponde a \$175.000 al mes, lo que significa que la mitad de las microemprendedoras ganan menos de ese monto (en el caso de los hombres la mediana corresponde a \$400.000).

Estos resultados deben considerar que, las mujeres dedican una jornada menor al desarrollo de su microemprendimiento (33,4 horas semanales), versus lo que es destinado por los hombres (42,3 horas semanales). No obstante, la diferencia en ganancias no se explica por las menor cantidad de horas dedicadas.

Lo anterior permite comprender la implicancia de la restricción que enfrentan las mujeres al dedicar más tiempo al trabajo no remunerado que los hombres y, por lo tanto, tener menos tiempo para sus negocios, obteniendo en consecuencia menos rédito por ello.

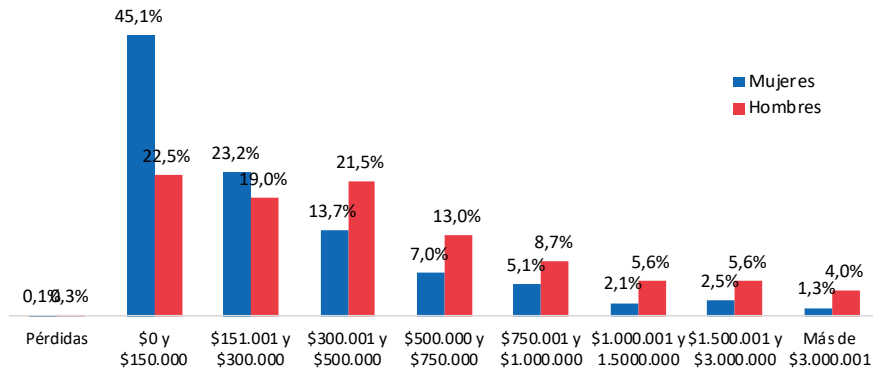
Figura 13: Promedio y mediana de utilidades mensuales de microemprendedores, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a la EME 6.

Complementariamente, se presenta la distribución de utilidades mensuales por tramos de ganancias. Así, un 68,3 % de las microempendedoras gana menos que el salario mínimo (equivalente en 2019 a \$305.000), mientras que en los hombres esta cifra sólo es un 41,7 %.

Figura 14: Distribución utilidades mensuales de microempendedores, según sexo



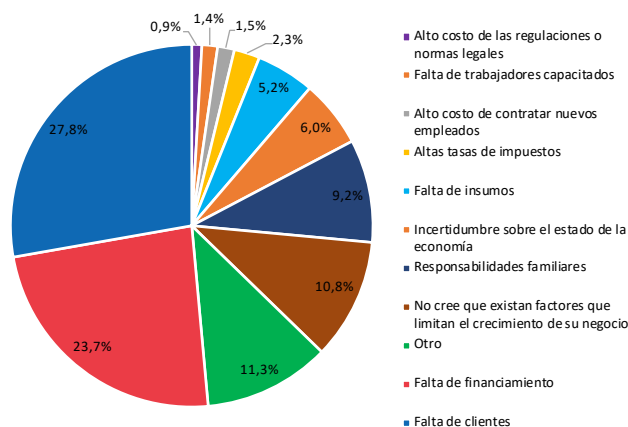
Fuente: Elaboración propia en base a la EME 6.

2.4. Aspectos financieros del micronegocio

A continuación, se abordan las características financieras de los microempendimientos. Se identifica el tipo de financiamiento que utilizaron para dar marcha a su negocio, igualmente se indaga en la decisión de solicitud de créditos para fines de su microempresa y cuál es su nivel de deuda, entre otros.

Las principales restricciones que enfrentan las microempendedoras para el crecimiento de su negocio, son la falta de clientes (27,8 %), seguido por la falta de financiamiento (23,7 %).

Figura 15: Restricciones al crecimiento de su micronegocio que enfrentan las microempendedoras

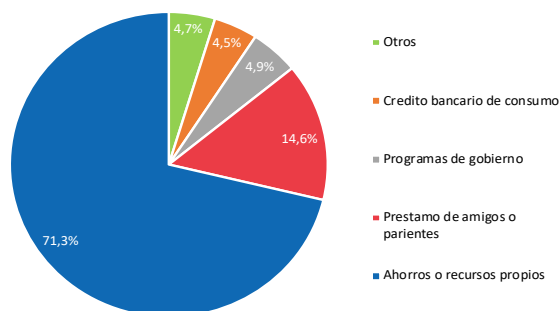


Fuente: Elaboración propia en base a la EME 6.

Profundizando en los aspectos financieros, los resultados indican que el 15,1 % de las microempendedoras no necesitó financiamiento para poner marcha su negocio, mientras que el 84,9 % sí lo necesitó. Entre estas

últimas, la principal fuente utilizada fueron ahorros y recursos propios (71,3 %), seguido por préstamo de amigos o parientes (14,6 %). Sólo una minoría utilizó financiamiento a través de instituciones financieras, en específico, a través de créditos bancarios de consumo (4,5 %).

Figura 16: Financiamiento de la puesta en marcha del micronegocio (microempendedoras que necesitaron financiamiento)



Fuente: Elaboración propia en base a la EME 6.

Ahora bien, acotando el análisis a los últimos dos años, se identifica que un 32,7 % de las microempendedoras solicitó algún tipo de crédito para fines de su negocio. Un 9,9 % pidió un crédito de tipo bancario, un 8,3 % se lo solicitó a algún amigo o pariente y un 8,0 % lo solicitó a instituciones sin fines de lucro.

En tanto, al indagar si obtuvieron o no el crédito requerido, el 98,8 % señaló que sí lo obtuvo, cifra 0,6 p.p. superior al registro de los hombres.

Figura 17: Solicitud por tipo de crédito o préstamos de microempendedoras

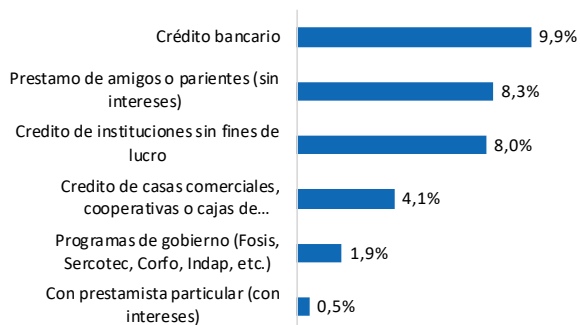


Figura 18: Microempendedores que solicitaron y les aprobaron su crédito o préstamo para fines de su negocio, según sexo

Crédito aprobado	Hombres	Mujeres
Sí	98,2 %	98,8 %
No	1,8 %	1,2 %
Total	1.263.051	794.852

Fuente: Elaboración propia en base a EME 6.

Adicionalmente, para analizar si los préstamos adquiridos se mantienen como una carga financiera para los microempendedores, se presenta la proporción de aquellos que mantienen deudas para fines de su negocio. En particular, un 20,9 % de las mujeres indica que sí mantienen deuda, similar al nivel registrado por los hombres (21 %).

Entre quienes sostienen deudas, es posible destacar que los hombres tienen, en promedio, una deuda 1,8

veces mayor que las mujeres (\$626.544 vs \$339.450), lo que se condice con el nivel de ganancias de cada grupo.

Figura 19: Microempresarios que mantienen deudas para fines de su negocio o actividad por cuenta propia, según sexo

Mantiene deudas	Hombres	Mujeres
Sí	21,0 %	20,9 %
No	70,0 %	70,1 %
Total	1.263.051	794.852

Figura 20: Nivel de deuda microempresarios, según sexo

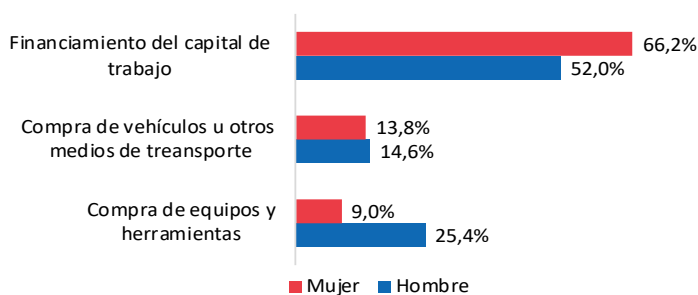
Deuda total	Hombres	Mujeres
Promedio	\$626.544	\$339.450
Mediana	\$200.000	\$150.000
Percentil 25	\$100.000	\$60.000
Percentil 75	\$483.000	\$300.000

Fuente: Elaboración propia en base a EME 6.

Finalmente, en cuanto a los motivos por los cuales se sostiene una deuda, llama la atención que la proporción de mujeres que indican que fue para financiar su capital de trabajo, se encuentra 10,2 p.p. por sobre la proporción de hombres (66,2 % versus 52 %), lo que resulta relevante dado que se relaciona con la falta de liquidez de los negocios para solventar su quehacer de corto plazo.

El resto de los deudores indica que la deuda tiene como origen algún tipo de inversión. Aquí la mayor diferencia está entre quienes se endeudan para compra de equipos y herramientas, donde la brecha alcanza 16,4 p.p. a favor de los hombres, resultado que podría explicarse por la mayor prevalencia de ellos en el sector construcción.

Figura 21: Motivo de deuda, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a la EME 6.

2.5. Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

En la presente y última subsección, se aborda el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por parte de los microempresarios.

Respecto al uso de internet para fines de su negocio, los resultados muestran que el 62 % de las mujeres hace uso de este tipo de herramientas, cifra levemente superior a la registrada por los hombres (61 %).

Si bien la cifra es considerable, esto incluye todo tipo de usos. Concretamente, existe mayor tendencia a la aplicación de estas herramientas para la realización trámites, y son pocas las microempresarias que

utilizan las TIC de manera central para el desarrollo y crecimiento de su negocio.

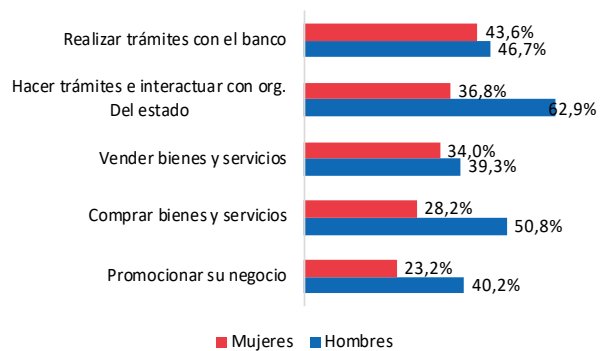
De esta manera, los principales usos de las microempresendedoras que emplean internet, son la realización de trámites con el banco (46,7 %), seguido por la interacción con el Estado (36,8 %). Así también, la menor prevalencia la presenta la acción de promoción de su negocio (23,2 %).

Por su parte, los hombres hacen un mayor uso de internet, siendo especialmente considerable la proporción que lo emplea para hacer trámites e interactuar con organismos del Estado (62,9 %), y para la compra y venta de bienes y servicios.

Figura 22: Microempresendedoras que usan internet para fines de su microempresa, según sexo

Usa internet	Hombres	Mujeres
Sí	61,0 %	62,0 %
No	39,0 %	38,0 %
Total	1.263.051	794.852

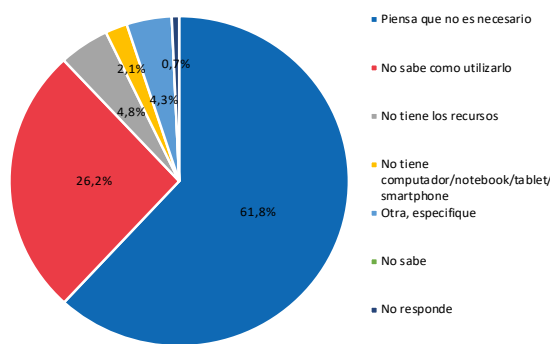
Figura 23: Usos de internet para fines de su negocio, según sexo



Fuente: Elaboración propia en base a EME 6.

Por último, destacar que las microempresarias que no usan internet para fines de su negocio se debe a que consideran que no es necesario (61,8 %), y también a una baja alfabetización tecnológica (no saben cómo hacerlo). Esto significa que existe una importante ventana de oportunidad en términos de digitalización de las microempresas, en especial de cara a los desafíos de este tiempo.

Figura 24: Razones de no usar internet para fines de su negocio entre las microempresendedoras



Fuente: Elaboración propia en base a la EME 6.

Anexos

La encuesta ha sido elaborada en conjunto por el Instituto Nacional de Estadísticas y Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. 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 2019 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 8.469 viviendas, en las cuales residía al menos un trabajador independiente, lo que dio paso a una muestra final de 8.857 trabajadores independientes seleccionados. La encuesta se levantó durante tres meses y tiene representatividad a nivel nacional y regional.

- **Institución requirente:** El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo solicita el levantamiento de la información para conocer en detalle la situación de los microemprendedores y microemprendimientos en Chile.
- **Institución que levanta el instrumento:** Instituto Nacional de Estadísticas (INE) es el encargado del diseño muestral y del levantamiento de la encuesta.
- **Formato:** Presencial al informante directo, múltiples visitas de ser necesario.
- **Alcance:** Nacional.
- **Representatividad:** Nacional y regional.
- **Fecha de la encuesta:** Trimestre mayo-julio 2019.
- **Período de expansión:** Trimestre marzo-mayo 2019, más ajuste poblacional
- **Población objetivo:** 2.057.903 trabajadores por cuenta propia o empleados con hasta 10 trabajadores (incluyendo al dueño), que residen en viviendas particulares ocupadas del territorio nacional.
- **Total independientes (muestra):** 7.808.
- **Error muestral absoluto:** 1,3 %.
- **Nivel de confianza:** 95 %.

Jefa División

Pascuala Dominguez pdominguez@economia.cl

Coordinadora

Sandra Peralta speraltaa@economia.cl

Asesores

Miguel Jara mjara@economia.cl
Camila Jofré cjofre@economia.cl
Tomás Schuster tschuster@economia.cl