



Universidad de Chile
Instituto de la Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

Mujer, microempresa y crisis: una dinámica de oportunidades
Memoria para optar al Título de Periodista

Melissa Amaro Poblete

Profesora guía
María Loreto Rebolledo González

Santiago, Chile

2010

Agradecimientos

Esta Memoria de Título no habría sido posible sin el apoyo moral y constante de mis padres, Cecilia Poblete J. y Patricio Amaro M., mis primos, mis tíos y el resto de mi familia, quienes estuvieron desde el comienzo (y antes) animándome a trabajar en ella. Este agradecimiento también va para Nadia López F. y Daniel Gálvez A., quienes siempre tuvieron palabras de aliento para mí, y para mi profesora guía Loreto Rebolledo G. y mi colega Ricardo Henríquez S., quienes me entregaron valiosas observaciones para mejorar este trabajo.

Quiero darle las gracias, también, a Doris Peña, Katherine Olea, Cynthia Llana y Patricia Moya por su tiempo, por recibirme en sus casas y contarme sus penas y alegrías. Ellas son parte de un grupo de personas que se atreve a salir de la pobreza y se la juega por su familia y por sí mismas. Espero que muchas mujeres más -aunque no lean esta Memoria- sientan el deseo de hacer lo mismo.

Índice de contenido

Mujer, microempresa y crisis: una dinámica de oportunidades.....	1
Agradecimientos.....	2
Índice de contenido.....	3
I. Ingresos que permiten comer, crecer y ayudar.....	4
II. Dar los primeros pasos.....	7
Qué motiva a una mujer cuando crea una microempresa.....	9
Las microempresas en cifras.....	15
Comercio, el rubro estrella.....	18
Cómo funcionan sus microempresas.....	22
III. Jefa de hogar y microempresaria.....	32
Ser mamá: malabares con la familia y el trabajo.....	32
Ser mujer: relaciones de pareja y auto-crecimiento.....	37
La situación de las microempresarias más vulnerables.....	43
Los beneficios que entrega el emprendimiento.....	46
IV. La crisis, sus efectos y los 'salvavidas'.....	51
Financiamiento para microempresas: una ayuda importante.....	58
La crisis, las instituciones y las microempresas.....	64
Microempresarias: la clientela principal.....	67
V. Capacitación: aprendiendo a ser empresaria.....	69
Su utilidad en la práctica.....	78
Obstáculos a sortear.....	79
Un tema a debatir.....	82
VI. El camino difícil para llegar más lejos.....	84
Bibliografía.....	93

I. Ingresos que permiten comer, crecer y ayudar

“Nuestro nivel de vida se superó mucho a lo que nosotros vivíamos y éramos. La microempresa me ayudó un montón”. De este modo define Doris Peña, microempresaria de Cerrillos, la importancia que ha tenido su trabajo independiente para su vida y la de toda su familia.

Así como ella, hay muchas mujeres que sienten lo mismo. Es que conseguir un trabajo y ser empleada dependiente no es la única manera de obtener ingresos pues, en épocas de crisis, el despido suele ser uno de los métodos que las empresas usan para disminuir los gastos. Sin embargo, mientras esto ocurre, también disminuye la calidad de vida de las personas despedidas y sus familias.

Por ello, una de las opciones que está más a la mano es crear una microempresa. Estas abarcan un sector muy amplio de la población laboralmente activa del país: son alrededor de un millón y medio, entre formales e informales, creadas por hombres y mujeres. En cada uno de esos emprendimientos hay un ser humano con sus motivaciones, una familia que alimentar y muchos sueños por cumplir. Son cifras que se mencionan en seminarios y publicaciones, pero las vidas que contienen los números y porcentajes suelen pasar desapercibidas para quienes desarrollan las políticas que se implementarán en el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme).

Tampoco es un camino fácil. En el caso de los hombres jefes de hogar, su rol de proveedores -al que han estado asociados desde hace siglos- les ayuda a prepararse en todo sentido para enfrentar un trabajo donde el éxito de su negocio y la duración de su contrato dependen totalmente de ellos. Sin embargo, el camino para las mujeres que están a cargo de una familia tiene muchos más obstáculos pues, aunque a veces cuentan con el apoyo de sus hijos u otros parientes, las tareas domésticas continúan asociándose casi exclusivamente a ellas. Por eso, no sólo tienen que preocuparse del bienestar general de sus hijos,

sino también del orden y la limpieza de la casa, de coordinar sus tiempos con los de los niños y el aseo y, más encima, encargarse de su microempresa.

Esto, que ya parece cuesta arriba, se complica mucho más para aquellas que consideran que el lugar de la mujer está solamente en el hogar, porque el abandono o la enfermedad de quien las mantenía les obliga a entrar en un mundo al cual no están acostumbradas. Hasta las mujeres que tienen todas las ganas de reinventar a su manera su vida laboral sufren con las dificultades que esta situación presenta.

A simple vista, el esfuerzo que deben realizar parece (y es) enorme, pero gracias a ello tienen la oportunidad de desarrollarse mucho más en el ámbito laboral, familiar y personal.

En este reportaje, cuatro emprendedoras cuentan sus historias: Katherine Olea, microempresaria mueblista; Doris Peña, distribuidora de productos y almacenera; Cynthia Llana, almacenera, y Patricia Moya, costurera y confeccionadora de ropa. Todas han podido salir adelante gracias a su emprendimiento, algunas con más facilidad y otras con más dificultades; se esfuerzan por sus hijos y su hogar; laboran todos los días y hasta altas horas de la noche para cumplir sus obligaciones y son sólo sus hijos y las personas a las que les dan trabajo quienes agradecen lo que ellas hacen.

Por lo mismo, es muy interesante conocer qué tan importante es el rol que la microempresa tiene para el surgimiento económico de las mujeres de escasos recursos y sus familias, sobre todo durante las crisis. Primero, porque la mayoría de las mujeres que son madres son capaces de realizar grandes sacrificios para mantener una calidad de vida decente para sus hijos. Segundo, porque esta preocupación llega a ser palpable en la mirada de las jefas de hogar que vivieron épocas difíciles durante su vida y que no disponen de grandes recursos para salir adelante, y tercero, porque el denominado 'sexo débil' suele mostrar mucha determinación y fortaleza cuando se trata de cuidar a los

suyos. No es un invento: a lo largo de estas páginas están las historias de mujeres cuya principal motivación al lanzarse con un emprendimiento fue ganar algo de dinero para darle lo mejor a sus hijos e hijas y terminaron demostrando un gran valor para enfrentarse a los obstáculos, así como sabiduría para aprovechar las oportunidades.

La pobreza no puede superarse sólo con aportes estatales, limosnas o bienes materiales, sino también con confianza en las propias capacidades. Cuando una mujer decide crear su propia microempresa, construye su propio camino, el de su familia y ayudan a que quienes trabajan junto a ellas también lo hagan.

II. Dar los primeros pasos

La entrada de la casa de Herminda Peña Astudillo (48) -a quien todos sus vecinos y amigos conocen como Doris, un nombre que nunca ha rechazado y que adoptó con gusto- es una sencilla puerta de lata, en la villa Los Presidentes de la comuna de Cerrillos. Sin embargo, al traspasar esa puerta, un largo pasillo desemboca en un living comedor amplio, bien ordenado y pintado de color verde claro y blanco.

Justo al lado de la entrada está su almacén. A simple vista no es llamativo, pues no tiene letreros ni publicidad. Ni siquiera tiene un nombre, pero es gracias a él que esta mujer, microempresaria y madre separada con cinco hijos -Sergio (27), Solange (24), Jocelyne (22), Javiera (21) y José Miguel (19)-, consiguió darle un buen pasar a su familia y, especialmente, a ella misma, después de haber sufrido el incendio de la mayor parte de su hogar y sólo con un microcrédito de \$40.000 en las manos. Por si fuera poco, tiene una discapacidad casi del 100 por ciento, ya que su columna está quebrada y, si hace mucho esfuerzo, se le puede salir, por lo que dispone de una pensión de invalidez. Debería usar una barra de titanio con cuatro tornillos para sujetar su columna, pero no se ha operado. Sin embargo, eso no le ha impedido crear y mejorar su negocio.

Comenzó hace ocho años. “Primero partí con verdulería, después puse almacén, luego un bazar, después terminé el bazar. Ahora lo tiene de nuevo. Luego encontré un producto en el mercado -que era champú- y con ese hice trabajar a hartos niños ¹. De hecho, 16 son los que quedaron, porque rotaron hartos”. Al cabo de dos años en su microempresa, ingresó a Fondo Esperanza, donde pudo pedir pequeños préstamos que invirtió en más mercadería y otras maneras de expandir su negocio. “Hay gente que surgió de la nada, como yo. Porque, honestamente, no tenía ni casa. Apenas teníamos unas

¹ No se refiere a menores de edad, sino a jóvenes.

piezas y, fuera de eso, mi casa se había incendiado recién, entonces no tenía comedor, living, nada”, cuenta.

Doris es distribuidora de detergentes, le da trabajo a su familia y, también, a personas que lo necesitan: “Hay una señora a la que le ofrecí [trabajo] y ella va a salir a vender, pero va a hacer su propio negocio y yo le voy a pasar las cosas, porque su situación económica es bien fregada, entonces le voy a pasar [productos] y ella va a hacer otros envases, va a buscar envases de bebida para vaciar y va a vender. La verdad es que va a ganar mucho más que yo, pero también va a caminar más. Pero le sale a cuenta. Así que, a quien pueda ayudar, yo le ayudo”.

Otra mujer emprendedora es Patricia Moya Maturana (48). Es separada, tiene dos hijas (Ángela, de 29, y Camila, de 11). Trabaja como costurera y confeccionadora en Maipú y, al igual que Doris, es dueña de una microempresa -Confecciones Effronte- y trabajadora por cuenta propia, es decir, que no depende de un patrón. Aunque inició actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII) en el año 1993, desde joven se dedicó a coser.

Estudió Trabajo Social, pero lo dejó porque los casos de pobreza que le tocó ver eran muy fuertes para ella. “Cuando empecé, yo también amaba lo que hacía ahí, pero me enfermé mucho, porque trataba de dar el 100 por ciento y lo hacía, a veces daba mucho más, o sea, sacaba plata de la que yo no tenía para entregarla, y no iba por ahí la ayuda”.

Qué son las microempresas

La definición que la Encuesta Casen tiene sobre las microempresas se basa en la cantidad de personas que trabajan en ellas, mientras que el SII se basa en las ventas anuales en UF que cada empresa tiene. Por ende, las empresas tienen las siguientes características:

- **Microempresas:** Poseen entre 1 y 9 trabajadores, y tienen ventas menores a 2.400 UF.
- **Pequeñas:** Tienen entre 10 y 49 empleados y ventas de 2.401 a 25.000 UF.
- **Medianas:** Entre 50 y 199 trabajadores y ventas de 25.001 a 100.000 UF.
- **Grandes:** Entre 200 y más empleados, y sobre 100.001 UF en ventas anuales.

Después de eso decidió trabajar en lo que era su vocación, la costura, pero ayudando a la gente que lo necesitara. “Yo trataba de escoger a las señoras que estaban solas, que les costaba, que necesitaban el trabajo, que eran como *aperrás* y que se la jugaban. A esa gente trataba de escoger, no por algo mío, sino por ayudar; porque una persona que tiene esposo o un respaldo, no requiere tanto el trabajo”, explica.

Aunque “una golondrina no hace verano” y no hay que generalizar respecto a las motivaciones de las microempresarias, llama la atención el hecho de que, además de trabajar para satisfacer las necesidades de su familia, deseen ayudar a personas que están en una situación similar. Uno de los sueños de Doris es tener su propio taller de costura, y contratar a personas que realmente necesiten un ingreso. Tiene cimientos para comenzar, pues a mediados de los años '80 realizó un curso de Corte y Confección en un instituto y sacó carnet profesional de costurera.

“Las que me preocupan más son las mujeres solas que están con hijos, porque es difícil cuando uno tiene que trabajar y tener que ir a verlos, llevarlos al colegio, no te dejan en el trabajo... No sé, a mí me gustaría de verdad mi proyecto así, grande y permanente”, explica.

Qué motiva a una mujer cuando crea una microempresa

Según la investigadora y magíster en estudios de Género y Cultura de la Universidad de Chile, Verónica Lillo, las mujeres instalan su propio negocio por dos razones: necesidades económicas o interés en hacer otra actividad, por ejemplo, apoyando a su marido para pagar los gastos del hogar, debido a la cesantía de este o a que sus trabajos esporádicos son insuficientes².

² LILLO, Verónica. Análisis de los cambios en el mercado del trabajo y en la situación de pobreza de las mujeres microempresarias en la década de los años 90. (Tesis para optar al grado de Magíster – Universidad de Chile). Pág. 60. Santiago, 2003.

Asimismo, el bienestar de los hijos es muy importante, sobre todo para las jefas de hogar, ya que ellas, junto con verse como mujeres con necesidades propias, madres y amas de casa, no tienen a alguien con quien compartir la responsabilidad de criar a los hijos, por lo que se esfuerzan el doble (Lillo 2003, p. 73). Eso puede apreciarse en los casos de Doris y Patricia. Sin embargo, también existen jefas de hogar casadas.

Katherine Olea González tiene menos de 30 años, dos hijos: Belén (6) y Aline (3), y una microempresa de muebles para niños llamada Ktydeas, que instaló en el año 2004. Su marido, Pablo Salazar, trabajaba como ejecutivo de ventas en una empresa de telecomunicaciones hasta que fue despedido. Antes promocionaba la labor de su señora entre sus colegas y clientes pero, después del despido, se dedicó a ayudar a su mujer en la construcción, lijado y pintado de muebles infantiles.

Ella es analista de sistemas y trabajaba en una oficina como cualquier persona: entraba a las ocho y llegaba a la casa como a las nueve de la noche. Por su hija Belén, quien tuvo problemas al nacer, decidió darle un cambio a su vida: “Hasta los seis meses me dieron licencia, y ya me daba cosa dejarla, fui más mamá que profesional. Así que renuncié a mi trabajo. Fue un cambio total (...) Ahí empezamos a hacer estas cositas para tener más ingresos y estar más tranquilos”, recuerda Katherine.

De partida, le gusta hacer manualidades y su padre es mueblista. Comenzó con percheros de goma eva. “Después empezamos a hacer cosas como para ellas (señala a sus hijas), veía que se sentaban en el suelo y jugaban ahí, entonces dije: 'Les voy a hacer una mesita y una sillita'. Llegó un conocido y me dijo: '¿Por qué no me haces una a mí?', 'Ya *poh*', y después empezamos a hacer para desconocidos también (...) Sólo desde que hice un curso lo vi como un negocio, porque lo veía como un *hobby* con el que ganaba plata”.

Por otra parte, Cynthia Llana Becerra (29) tiene un pequeño pero muy completo almacén en Cerrillos, donde vende abarrotes, artículos de bazar y perfumería y verduras, entre otros. Conoció a su marido, Ernesto Villalobos, cuando tenía 13 años y no se han separado desde entonces. Juntos tienen dos hijos, Estefanía (13) y Diego (8). Su vocación fue, desde pequeña, el comercio. Por lo mismo, a eso de los 10 años, instaló una mesita donde vendía ropa de muñecas hecha por ella y dulces y, a los 17, creó su almacén con la ayuda y venia de su madre.

La almacenera asegura que todo su esfuerzo tiene un gran motivo: “La verdad es que por mis hijos hago todo, como digo siempre. Por mis hijos me sacrifico (...), porque igual estoy poniendo plata en el banco, quiero darles buenos estudios a los dos (...) O sea, yo voy a darles lo material, lo que es la plata, pero que ellos se esfuercen. ¡Espero! Yo digo 'No importa, con tal de que ellos saquen su cartón, yo quedo más que satisfecha con todas las cosas que he hecho’”.

Y sus hijos le han respondido, pues ambos tienen muy buenas notas en el colegio.

El apoyo de la familia para las jefas de hogar que dan este gran paso es muy importante, tanto en el negocio como en las labores domésticas. A veces está el cónyuge, como en el caso de Katherine, otras veces están los hijos.

“Si tuviera mucho más apoyo, tendría el negocio mucho más grande; el que más tengo es de mi mamá, pero si hubiera más apoyo de mi marido... Si aquí el que me ayuda más es él [señala a su hijo], quien a veces atiende, está todo el día conmigo ahí, me ayuda a pasar las bebidas, me acompaña a comprar, porque igual no hay auto acá, así que hay que venir cargado como burro en las mañanas (...) Pero mi mamá y mis hijos son mi soporte”, comenta Cynthia.

Su marido pone dinero para los gastos con lo que gana, ya que realiza trabajos esporádicos debido a que se encuentra cesante; sin embargo, el fuerte lo coloca Cynthia. “Nosotros tenemos un gasto, más o menos, de un millón mensual, y él aporta con 200 mil. Yo pongo 800 mil pesos. Entonces, si me ayudara un poco más, no sería tan complicado. Aquí la jefa de hogar soy yo, de todas maneras, la que la lleva, jaja. Pero de repente hace falta el apoyo. Una se esforzaría más”.

Aún así, cuando Ernesto tenía empleo y podía pedir préstamos para la casa, le entregaba una parte a ella para que la invirtiera en el negocio.

Patricia tuvo un camino más difícil, porque la persona con la que pudo hacer el mejor equipo nunca hizo nada por ella: “Mi esposo en ese tiempo -que ya no es mi esposo-, estudió sastrería, estudió todo y llegó a lo máximo. Pero odiaba ayudarme (...) Tuve que aprender [a planchar *blazers* con plancha industrial], porque él sabía hacerlo, pero se iba a otro lado, inventaba cualquier cosa o se ponía a ver películas abajo y yo arriba, cosiendo”.

En general, el apoyo familiar para las microempresarias toma dos vertientes: directo y/o indirecto. Directo, cuando los familiares se involucran activamente en la microempresa e indirecto, cuando entregan dinero o se encargan de alivianar las tareas domésticas. De hecho, el papel de la madre es un pilar muy importante para las jefas de hogar, pues ellas pueden cuidar a sus nietos mientras las mujeres se encargan de su microempresa, incluso pueden ayudar en esta. En el caso de Cynthia, su mamá le ayuda a atender el local y vigila que Estefanía y Diego estén bien. Asimismo, fue aval de la comerciante cuando solicitó su primer préstamo para iniciar su almacén y le cedió parte de la entrada de la casa para que instalara su emprendimiento.

Patricia Moya no recibió apoyo monetario de sus padres y hermanos cuando empezó a trabajar como confeccionadora, pero su madre se encargaba de las labores domésticas, como el cuidado de sus hijas y la cocina, y su padre también estuvo con ella, lo que le significó una preocupación menos. “Cuando estuve embarazada de Ángela, tuve un poco la ayuda de mis papás. En esos años, ellos estaban conmigo, estaban vivos todavía. No lo puedo desconocer, me ayudaron mucho. Ahora no los tengo. Por eso te digo que estoy más sola que nunca”, confiesa.

Una de las categorías que está muy presente en el ámbito de la microempresa es la de los familiares no remunerados (FNR). Según el estudio realizado por el Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec) y la Organización Mundial del Trabajo (OIT), “La situación de la micro y pequeña empresa en Chile 2010”, los FNR representan el 2,3% de este sector, el total de familiares no remunerados en el país es de

60.142 personas, de las cuales más del 80% ejerce en empresas que poseen menos de 10 trabajadores, como las que tienen las entrevistadas ³.

María Elena Valenzuela y Sylvia Venegas, en su investigación “Mitos y realidades de la

³ OIT y Sercotec. La situación de la micro y pequeña empresa en Chile. Pág. 25. Santiago, Chile. Primera edición, 2010. Porcentajes obtenidos a partir de las cifras entregadas en el Cuadro 12.

Los protagonistas dentro de las Mipyme

Las MYPE son un elemento importante dentro del mercado nacional y, sobre todo, en el tema de empleo. Según la OIT y Sercotec, la cantidad de micro y pequeñas empresas ascendió a 1.392.028 durante el año 2006 -siendo formales 586.464 y 805.564 las informales-, responsables de entregar 3,2 millones de empleos durante dicho año, los que corresponden al 58% de la ocupación privada (sin contar el servicio doméstico) y el 49% de la ocupación total a nivel nacional. Ese 58% es la suma de los empleos que entregan las microempresas (41,3%, que corresponde a 2,3 millones de personas) y las pequeñas empresas (16,5%).

Dentro de las microempresas, donde trabajan más de dos millones de personas, existen diversos tipos de trabajadores. Primero están los patrones o empleadores (**POE**), quienes representan alrededor del 6,3% de los trabajadores y tienen los mejores sueldos dentro de la categoría. Les siguen los trabajadores por cuenta propia (**TCP**), que poseen la mayoría en el sector con el 56% de participación; los familiares no remunerados (**FNR**), con el 2,3% y los **empleados o asalariados**, que alcanzan la segunda mayoría con un 35%.

Fuente: OIT y Sercotec. La situación de la micro y pequeña empresa en Chile. Pág. 25. Santiago, Chile. Primera edición, 2010. Porcentajes obtenidos a partir de las cifras entregadas en el Cuadro 12.

microempresa en Chile: un análisis de género”, indican que esta categoría está compuesta, principalmente, por mujeres, y que suelen desempeñarse en microempresas dirigidas por mujeres. El motivo sería que ellas poseen una falta de capacidad económica para contratar asalariados y, también, por su decisión a manejar la microempresa como un negocio familiar, sumando a los hijos y otros parientes para que las apoyen ⁴. Claro que el mayor esfuerzo lo realizan ellas.

En el mismo libro se señala que “otras manejan habitualmente la microempresa en forma individual y acuden a sus familiares en forma no permanente, cuando aumenta coyunturalmente la demanda o se recibe un pedido especial” ⁵. Es el caso de Katherine, quien contrata temporalmente a su papá -que es mueblista- o a otras personas para trabajos que debe realizar para fechas o clientes especiales. “Por ejemplo, cuando tenemos que entregar un pedido y no alcanzamos a lijar, por último, les pagamos por hora o por el día. Así lo hicimos con mi papá: 'Papá, necesitamos hacer 28 baúles', entonces ahí vino, nos ayudó y le pagamos por el día. A veces hay que hacerlo así. Quizás no con contrato y todo eso, pero pagar por el día sí”, señala la microempresaria.

Algo similar pasa en el caso de Patricia Moya y Doris Peña. Sin embargo, Cynthia no ha contratado nunca a alguien, ni siquiera de manera temporal, porque, antes de instalar el negocio, trabajó como vendedora en un almacén vecino. La experiencia fue buena, pero también aprendió varias cosas sobre los empleados: “Cuando yo trabajaba en negocios he visto como es todo, ¿cachái?, por el frente ves todo transparente, pero si vas *p'al* ladito de atrás, ahí todo se arregla. Incluso he pensado: 'Chuta, pero si voy a tener un negocio grande, voy a tener que saber contratar empleados' y me pregunto cómo hacerlo, cómo trabajar sin que nadie se haga el vivo”. Incluso atender su pequeño negocio cuando hay mucha gente se le complica bastante. Por eso, es un tema importante para la comerciante.

⁴ VALENZUELA, María Elena y otra. Mitos y realidades de la microempresa en Chile: un análisis de género. Centro de Estudios de la Mujer. Pág. 43-44. Santiago, Chile. Primera edición, 2001.

⁵ VALENZUELA, María Elena y otra. Op. Cit. Pág 44.

Las microempresas en cifras

Según el estudio de la OIT y Sercotec, las microempresas formales han aumentado desde el año 1999 (con 545.516 unidades) hasta 2008 (con 588.404) ⁶. Las más pequeñas, cuyas ventas llegaban hasta las 200 UF, comenzaron con el 47,9%; las que tenían ventas que fluctuaban entre las 200,1 y 600 UF partieron con el 26,4% y las más grandes, que vendían anualmente entre 600,1 y 2.400 UF, representaban el 25,6%, siendo este último la minoría en el sector microempresarial (SME). En 2005, la microempresa presentó una fuerte baja, de la cual se recuperó al año siguiente. No obstante, esto afectó sólo las microempresas que vendían menos de 200 UF, cuyo número empezó a descender desde ese momento, mientras que las más grandes se mantuvieron creciendo.

Esto podría deberse a que las microempresas más pequeñas, durante la época post-crisis asiática, tuvieron mayor auge, pero cuando se produjo la recuperación económica no tuvieron la suficiente capacidad para competir con las otras, más establecidas. Aún así, siguen siendo la gran mayoría dentro del SME y, probablemente, hayan vuelto a destacarse después de la crisis económica vivida después de entre 2008 y 2009 porque, tal como expresa Eduardo Cartagena, profesor de finanzas de la Universidad Católica de Valparaíso, en una entrevista realizada para el sitio web de la Biblioteca del Congreso Nacional: “por ejemplo, una empresa mediana que en la época de crisis le ha ido mal quiebra, entrega las indemnizaciones a los trabajadores y qué hace ese trabajador: se convierte en un taxista, colectivero o instala un kiosco en la casa, entonces de esa empresa salen varias microempresas. Ése es el amortiguador que tienen, que surgen del capital de las indemnizaciones por despido” ⁷.

La Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE) se realizó a 10.261 micro, pequeñas, medianas y

⁶ OIT y Sercotec. Op. Cit. Cuadro 3. Pág. 16.

⁷ <http://www.bcn.cl/carpeta_temas/temas_portada.2006-08-08.7810152165> Revisada por última vez el 20 de junio de 2010.

grandes empresas formales chilenas que facturaron más de 0,1 UF durante 2007, las que representan a las más de 744 mil empresas formales de diversos tamaños. El objetivo principal de este estudio fue caracterizar a los tipos de empresas que existen en Chile según su tamaño y actividad, y determinar los aspectos que se relacionan con el desarrollo empresarial.

Uno de los datos relevantes es el que corresponde al porcentaje de empresas administradas por hombres y mujeres. En el caso de las microempresas, el 37,4% está dirigida por mujeres, cifra que disminuye a medida que la empresa crece. Aunque son los hombres quienes dominan el ámbito empresarial en general, el hecho de que un tercio de las microempresas sea administrado por mujeres permite suponer que las empresas más pequeñas son una fuente de ingresos asequible para las que lo necesitan.

Asimismo, respecto a la escolaridad de los gerentes generales o dueños de las empresas, los de la microempresa tienen, en su mayoría, hasta educación media o menos (68,8%), mientras que esto disminuye en las empresas pequeñas (48%), medianas (24,9%) y grandes (12,4%). Esto significa que el sector microempresarial no exige conocimientos específicos, complejos o capacitaciones especiales, lo que explica, en cierto modo, por qué es uno de los sectores que ofrece más empleo en Chile. En la misma ELE se señala el nivel de escolaridad de los dueños o gerentes generales de las empresas según sexo, donde un 70,9% de las mujeres tiene educación media o menos y la misma categoría alcanza un 60,7% en los hombres. Esta cifra quizás deje en una leve desventaja al género femenino, pero en la práctica puede que no sea tan importante.

Cynthia Llana es la única de las microempresarias entrevistadas que posee estudios hasta octavo básico. Patricia, Katherine y Doris realizaron estudios superiores, pero sólo Katherine señaló que la presencia o ausencia de dichos estudios tuvo un efecto en su labor como microempresaria. Durante una capacitación para crear una página web -impartida por la ONG Acción Emprendedora-, Katherine tuvo

la oportunidad de trabajar en algo relacionado con su carrera de Analista de Sistemas. “Como yo *cachaba* un poco más de computación que todos los que estaban ahí, la hice en dos o tres clases. Las otras personas me preguntaban, entonces al final yo estaba ayudándolas. Después me llamaron [de Acción Emprendedora] para que les ayudara a hacer las páginas”.

Así, comenzó a capacitar a gente como ella y, de paso, aprendió a utilizar sus conocimientos en beneficio propio. “Mandé mi currículum a Acción Emprendedora y me llamaron. Entonces hice clases en el DUOC de Alonso de Ovalle, para microempresarios. Fue súper bueno para mí, porque ahí yo hablaba con experiencia de microempresaria, como ellos, y aprendí, llevando las clases, cómo aplicarlo también a mí y a mi negocio, porque una cosa era saber y la otra era aplicarlo”.

La edad de las microempresarias también es un dato importante a tener en cuenta. Un estudio realizado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) durante 2008 señaló que la edad promedio de las mujeres al comenzar su emprendimiento era de 42 años, mientras que esta aumenta a 46 años en el caso de las emprendedoras ya establecidas ⁸.

Valenzuela y Venegas indican en su estudio que la edad suele mantenerse en un tramo intermedio (de 35 a 54 años), y que los hombres suelen destacar en el grupo que tiene más de 55 años, debido a que jubilan más tarde. Por eso, la edad promedio de las microempresarias sería menor. “Para la mayoría, la independencia laboral constituye un punto de llegada tras el desarrollo de algún trabajo asalariado. Ello sucede a pesar de existir un ambiente cultural que favorece la iniciativa individual y valora las capacidades emprendedoras” ⁹.

En la práctica, esto se ve parcialmente reflejado, pues sólo Doris Peña y Patricia Moya se

⁸ ORTEGA, Daniela, y otros. Global Entrepreneurship Monitor: Mujeres y Actividad emprendedora en Chile 2008-2009. Ediciones Universidad del Desarrollo. Pág. 34. Primera edición, 2009. Santiago, Chile.

⁹ VALENZUELA y otra, Op. Cit. Pág 33.

encuentran en el grupo etario que va entre los 35 y los 54 años. Patricia inició actividades a los 38 años, mientras que Doris empezó cuando tenía 40 años. Por otra parte, Katherine y Cynthia decidieron emprender desde mucho tiempo antes.

¿De qué manera afecta la edad en el desarrollo de la microempresa? Los pros y contras son diversos y relativos. Por un lado, las microempresarias más jóvenes cuentan con la energía que les otorga su juventud: pueden quedarse hasta más tarde, trabajar más y pueden ser más permeables a la hora de utilizar la tecnología. Sin embargo, si tienen hijos menores de edad, el camino se les complica, pues deben hacerse cargo de sus necesidades. Las mujeres mayores, en cambio, cuentan con más tiempo para dedicarse por completo a su negocio -porque cuesta reintegrarse al mercado como empleado después de una cierta edad, así que la microempresa aparece como un 'salvavidas' asequible, y porque los hijos suelen ser mayores-, tienen más experiencia en la vida y el mercado, y pueden tener una red de contactos con lazos más profundos y duraderos que personas más jóvenes, aunque el acceso a las tecnologías les puede costar un poco más si no tienen la costumbre de utilizarlas.

Comercio, el rubro estrella

Según cifras obtenidas por la OIT y Sercotec (2010), el sector donde la microempresa destaca más es, por lejos, el de comercio y hotelería (265.347 en 2008, equivalente a un 45% del total de microempresas ¹⁰). Este incluye los almacenes de alimentos, bazares, kioscos y tiendas de ropa, entre otros. Aunque, en general, las pequeñas, medianas y grandes empresas también tienen una cierta preferencia por el comercio, no es tan grande como la que se da en el sector microempresarial.

Uno de los motivos por los que este sector concentra más microempresas es porque no exige tantos requisitos académicos y el negocio puede instalarse en un sector de la vivienda, lo que permite que los

¹⁰ OIT y Sercotec. Op. Cit. Pág. 17.

microempresarios (especialmente las mujeres) tengan más contacto con su familia y hogar.

Sin embargo, es uno de los más exigentes en lo que a horarios se refiere. “Yo abro entre las nueve o nueve y media de la mañana y tengo abierto hasta las tres de la mañana, todos los días, de lunes a domingo, sin descanso. No cierro a la hora de almuerzo, ni en la tarde, nada. Hasta las tres de la mañana corrido”, cuenta Cynthia, y agrega que de noche vende más que durante el día: “A las diez de la noche, nueve o diez, te cierran todos los negocios y yo todavía tengo abierto aquí, y todos recuerdan. En ese poco rato, yo gano lo que no gano en todo el día”.

Otro problema de especializarse en comercio es que no se producen insumos para otras empresas, por lo que no tienen muchas conexiones. Verónica Lillo explica en su investigación que “al no poder estar conectadas con empresas de mayor tamaño, las cuales podrían ser beneficiadas de la apertura económica chilena, las microempresarias no han recibido ningún efecto positivo de dicha apertura comercial. Por el contrario, se han visto perjudicadas por la mayor competencia proveniente del exterior”¹¹.

Benigno Arriagada, consultor en Gestión y Emprendimiento de Corfo Ministerio de Economía, se muestra de acuerdo con esto y señala algunas cifras

entregadas por el SII. “Mientras la gran empresa ha incrementado su porcentaje de participación en las ventas totales, desde un 74,72% para el año 1998, a un 83,72% el año 2006, la PYME, para los mismos años, ha bajado su participación desde un 21,45% a sólo un 14,01%. Esta situación refleja un fenómeno

Los otros rubros

Después del comercio, los sectores que siguen en la microempresa son: servicios financieros, personales y sociales (21%), donde se cuentan actividades como corretajes, administración de propiedades y mantención de instalaciones domiciliarias, entre otros; transportes y agricultura y pesca, ambos con un 10%, e industrias manufactureras, que trabajan con la producción de artículos textiles, de madera, alimentos y otros, las que alcanzan un 7% del total de microempresas.

Fuente: OIT y Sercotec. Op. Cit. Cuadro 4. Pág. 17.

Nota: En el cuadro, la categoría Servicios financieros está separada de la de Servicios personales y sociales, pero en el estudio las definen como una sola categoría. Además, suman las cifras de la microempresa más los de la pequeña empresa, pero en este trabajo se consideran sólo los datos de la primera.

¹¹ LILLO, Verónica. Op. cit. Pág. 95

que se ha venido incrementando, como es la concentración de las ventas y el aumento en la participación del mercado, cada vez mayor, de la gran empresa”, señala.

Respecto a la baja participación de las microempresas en las ventas, aunque estas no poseen cifras tan altas como las de las grandes empresas (debido, principalmente, a su baja productividad, pocos accesos al mercado interno y a las exportaciones), no es un obstáculo para que puedan existir.

Como las únicas microempresarias formales son Cynthia y Patricia, no se dispone de mucha información respecto a las ventas anuales de las otras jefas de hogar. Esto podría deberse a que la formalización de la microempresa obliga a las comerciantes a llevar una contabilidad ordenada de su negocio. Por lo mismo, sólo dos pudieron dar una cantidad aproximada.

En el caso de Patricia, sus ventas son mensuales y de acuerdo a los pedidos que recibe de otras empresas y/o personas, quienes piden boletas mensuales que fluctúan entre los 400 y 700 mil pesos. En total, la confeccionadora calcula que podrían haber sido tres o cuatro millones de pesos en el año, aproximadamente, aunque en 2009 sólo facturó dos trabajos grandes.

Cynthia vende entre \$2,1 y \$2,7 millones, más o menos. “Antes vendía como 500 ó 300 mil pesos en el mes. Pero ahora... ¡medio cambio! Una no se da cuenta y pucha, cuando cuento la plata de la caja estoy feliz (...) Es que igual, donde he complementado más el negocio, tengo casi de todo (...) Y eso te ayuda, porque si vas a un negocio y dos cosas que preguntes no hay, *pensái*: 'Ah, esta *galla* no tiene ni una cuestión, vamos *pa'* otro lado””, indica.

El problema de tener ventas bajas es que esto dificulta su desarrollo y crecimiento, ya que se mueven en un radio más reducido de clientes, y la innovación de sus productos -que es lo que puede destacarlas del resto y darles alas- no es sencilla dentro del rubro comercial... a menos que se ofrezcan productos que otros locales no tienen, que se amplíe el giro y/o se lleven a cabo nuevas estrategias para

aumentar las ventas.

Por ejemplo, Doris Peña trabaja como proveedora de detergentes para otros almacenes y personas, pero no se cierra a mercaderías diferentes. De hecho, junto a su yerno y su hija, decidió vender empanadas a domicilio durante el verano. “Gracias a Dios ha ido bien. Se vendió todo súper rápido, en media hora llegaron todos desocupados”, cuenta, y agrega que durante los meses de invierno venderá pasteles.

Por otra parte, Cynthia Llana tiene un almacén tradicional, pero destaca de los otros negocios de su sector por su horario de trabajo, su enorme variedad de productos y, también, por la atención que brinda a su clientela. Nadie vuelve a un almacén donde ha sido mal atendido. Le ha tocado hacerle frente a tipos 'malacatosos', como los llama ella, pero eso le sirve para que nadie la pase a llevar. “Como vienen la mayoría de los cabros de aquí, me agarran cariño, porque tengo la (no sé si maldita) manía de decir 'guachito' o 'mi negrito', y a los gallos de repente les gusta. Una se gana a la gente haciendo eso, teniendo un carácter más liviano. De repente, van a comprar a otro lado y no sé, [pensarán]: '¿Sabís qué mejor?', aunque la Cynthia tenga más caro o viva más lejos, vamos *p'allá*”.

Innovar y diferenciarse del resto es un camino importante para que la microempresa pueda mantenerse en el tiempo y cautivar clientes. “Sé que hay lugares donde venden cosas exclusivas, pero es para arriba. Si vendiéramos estas cosas allá, serían más caras... A lo mejor el precio es mucho más caro para Las Condes, Providencia, Manquehue y todos esos lados. Vi una página donde vendían cosas como mesitas, pero no era el mismo modelo. No la típica silla, sino como esto. Pero están lejos, así que no alcanzan a ser competencia nuestra. Vemos distintos tipos de clientes”, señala Katherine Orellana, dueña de Ktydeas.

Conocer al público objetivo es fundamental para llevar a cabo lo anterior. El problema es que, al comienzo, no todas las mujeres ven su microempresa como un trabajo serio que podría generar grandes

ingresos, sino que es como un pasatiempo que a los clientes les gusta y, por lo mismo, da algo de dinero. Katherine pasó cuatro años sin percibir la producción y venta de sus muebles como un negocio. Fue gracias a las capacitaciones que se dio cuenta del potencial que tenía en sus manos y de cómo podía aprovecharlo en favor de su familia y de sí misma.

Cómo funcionan sus microempresas

Cada emprendimiento es un mundo, por lo mismo, tienen su propio sistema para trabajar y vender. Además, aunque dos personas tengan un almacén, no lo llevan de la misma manera. Hay métodos para organizar mejor los ingresos, los gastos y las ventas en general.

Por ejemplo, Katherine diseña todos los productos en papel y pinta los moldes, para saber qué colores necesitará. Luego, compra planchas de trupán con las medidas ya tomadas, dependiendo del producto que va a manufacturar. Va a una tienda de *retail*, las pide dimensionadas y luego pasa los modelos que tiene en papel a la plancha.

Según Pablo, marido de Katherine, “lo que más demora en el trabajo es el lijado, pintarlo y prepararlo”. Los detalles pequeños hay que lijarlos a mano y ambos se encargan de realizar esa tarea, aunque él es más rápido.

La decisión de la madera a usar no es menor: de eso depende la calidad del producto y, sobre todo, la seguridad de los consumidores finales, en este caso, los niños. “Usamos trupán para darle suavidad y la forma. Primero usábamos terciado, pero ese saca mucha astilla, entonces hacíamos una forma y empezaba a salir la astilla. Como son para niños, había que matarse lijando para que quedara suavcito, en cambio, al trupán uno le pasa un poquito y queda al tiro la forma redondeada y suave”, explica la

microempresaria. Como ella y su marido afirman que los clavos rompen la madera, utilizan sólo tornillos, cola fría y soberbios, que son tornillos más gruesos. Asimismo, el diseño de las sillas es pensado para otorgar firmeza y seguridad, ya que los pequeños pueden subirse a ellas. Por eso, en vez de tener cuatro patas, tienen dos piezas a los lados y una al medio que las une y las afirma (como formando una H). La tapa que va arriba, que hace de asiento, le aporta más seguridad, y tienen seis meses de garantía. Hasta ahora, nunca han tenido una devolución.

Para Doris es más sencillo. “Por ahora son puros negocios que están iniciándose, como por ejemplo el de la pastelería, que lo vamos a comenzar en invierno. Pero son puros negocios iniciados, lo que permanece siempre es el local de la casa”. En general, compra a fábricas pequeñas (en este caso, de detergentes) y distribuye los productos en diversas partes de Santiago, con la ayuda de vendedores jóvenes a los que recluta y les paga una comisión.

Respecto al almacén que tiene en su hogar, hace algo parecido, pues se abastece con diversas distribuidoras, aprovecha las ofertas y vende a precios muy bajos. Aunque el margen de ganancia que le queda no es grande, se compensa con la cantidad de clientela que recibe: “Yo compro en ofertas para vender barato. Todos ganamos, porque la gente que compra también. De repente, los precios que tengo, suponte, los fideos los compran aquí porque salen más baratos que en el supermercado”.

Con el tema de los negocios ocasionales, Doris aprovecha las fluctuaciones que se producen en la gente a la hora de comprar. “Esto de los detergentes de aquí al invierno no se pone bueno, es malo, se ponen mejor las cosas de comida. Yo lo cambio después; en el verano como que la gente lava más, no sé por qué, compra más detergente. En el invierno, la gente come más, porque compra más mercadería, más verduras (...) El negocio, en sí, va cambiando como nosotros”, asegura.

Para Cynthia Llana, un día normal es levantarse, hacer las compras para el local entre las nueve y diez de la mañana, abrir y atender hasta la madrugada. Como en la noche va más gente a comprarle, tiene el negocio abierto hasta pasada la medianoche, pues a esas horas casi no tiene competencia.

Patricia Moya prestó servicios durante más de 10 años y trabajó en muchas empresas, como Confecciones Schupper, Modas Jeannette, Sen Confecciones y Glastone, entre otras. En todos esos lugares aprendió a trabajar bien distintos tipos de tela y ropa, y a darse a conocer como confeccionadora. Por ejemplo, cuando llegó a Modas Jeannette, no tenía ojaladora, ni plancha industrial, ni pegabotones, ni empleados. Según Patricia, el jefe segundo después del dueño la entrevistó y, al verla tan entusiasmada con trabajar, le dio 50 blazers para confeccionar y varias facilidades (como plancharlos en el local).

Así que puso un aviso en los kioscos de su barrio solicitando mujeres que supieran coser de una determinada manera. “Llegaron las señoras, yo llegué un día jueves con las cosas y el viernes en la mañana ya tenía a la gente, porque allá hay muchas personas que necesitan trabajar. Entregué las 50 mangas diciendo: '¡Me las tienen que traer mañana sin falta!' (...) Calculé cuánto me iba a demorar en hacer lo demás, el día sábado tenía los blazers listos *pa'* abrir la costura... Y así me empecé a ordenar. Los tuve el lunes, todos listos, y este caballero se sorprendió”, recuerda.

En general, su trabajo suele ser así, pues ahora lleva a cabo pedidos grandes, de más de 200 prendas, por lo que necesita gente a la que le paga una comisión. Son personas a las que ya conoce o que encuentra gracias a avisos que coloca en un kiosco de una plaza cercana. “(...) siempre tienes que trabajar con personas. No sola... En mis años empecé sola, pero ya no se puede, porque hay un tiempo,

un límite, que te ponen fecha y la gente lo quiere todo para ayer. Y no puedes desechar ese pedido porque, con lo malo que se pone de repente, hay que aprovecharlo”.

Su horario, cuando tiene trabajo, empieza a las nueve de la mañana, y la gente que trabaja con ella está hasta las siete de la tarde. “Después de las siete tomo once, me quedo un rato cosiendo, acuesto a mi hija o a mis nietos, si están, y yo sigo cosiendo hasta las dos de la mañana. A veces, el día sábado igual coso y el día domingo, a veces, plancho, pero igual se trabaja. Porque hay que hacerlo, no puedes tener un día parado cuando está el trabajo. No existen los días sábado y los domingo”, afirma.

Para algunas microempresas, la tecnología es más importante que para otras. Sin embargo, afecta bastante, esté presente o no. Definida por la Real Academia Española como un “conjunto de teorías y técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico”, la tecnología significa un buen refuerzo para quienes trabajan en una empresa, sea cual sea su tamaño. Valenzuela y Venegas aseguran que, gracias a ella, se pueden incrementar los niveles de producción o la calidad de los productos con una cantidad de recursos similar. “Mejorar el equipamiento y maquinaria con que operan los negocios, así como incorporar nuevas tecnologías de información y comunicación y en la organización del trabajo, aparecen como requisitos para el incremento de la productividad del SME”, explican ¹².

Asimismo, agregan que los activos fijos (es decir, los bienes que no varían dentro de una empresa) de mujeres y de hombres presenta diferencias importantes, debido a que son los hombres quienes invierten más en instrumentos, vehículos y tecnología, mientras que las primeras se preocupan más del lugar de trabajo y el mobiliario.

¹² VALENZUELA y otra, Op. Cit. Pág 68.

En general, vender abarrotes en un almacén o casa por casa exige ciertas herramientas, como vehículo y teléfono, además de otros como detector de billetes auténticos, caja registradora y computador, entre otros. Sin embargo, estos últimos son opcionales y un negocio puede funcionar sin ellos, aunque sin las ventajas de tiempo y seguridad que ofrecen.

Por ejemplo, en la revista Comerciante de diario La Cuarta se mencionó el caso de los hermanos Carlos e Ítalo Raggio, quienes crearon un programa especialmente pensado para comerciantes, llamado 'El Almacén'. Gracias al código de barras de los productos, este *software* ayuda a llevar la cuenta exacta de las mercaderías que se han vendido y de las que aún se encuentran en *stock*. "La tecnología es muy importante en la lucha contra el fraude, pues le entrega a los comerciantes un método y un orden que, posteriormente, les brinda información de su venta, deudores, compras, caja y stock, con la que pueden saber si lo están haciendo bien o si enfrentan algún tipo de fraude o desorden administrativo", explica Carlos ¹³.

En ciertos casos, la habilidad de la microempresaria para llevar las cuentas y el inventario es suficiente, como señala Cynthia: "Podría tener todo mi balance en el computador, todo lo que yo declaro, lo que tengo, saber qué es lo que vendo y no lo hago porque no *cacho* ni una. Mi tía me dice: 'Yo te puedo hacer un balance y puedo anotarte desde lo más mínimo hasta lo más grande que *tengái* y tú *sabís* lo que se ha vendido, cuánta plata *tenís* que tener mensualmente y todo'... Nah, digo yo, *pa'* qué, si yo miro y sé lo que me falta, lo que no me falta, lo que he vendido y lo que no". Sin embargo, es un riesgo el que corre, pues a veces se da cuenta de que hay pérdidas de \$500 ó \$1.000, pero como quienes le ayudan a atender son sus familiares y son pérdidas poco importantes, prefiere pasarlas por alto.

Por otra parte, Doris no está acostumbrada a utilizar computadores, por lo que no le tiene ningún

¹³ Revista Comerciante de diario La Cuarta. Chile. Pág. 10. Edición del 10 de mayo de 2010. Disponible en <<http://papeldigital.info/lacuarta/comerciante/index.html?2010051001#>>, revisada por última vez el 14 de junio de 2010.

aprecio a ese tipo de tecnología. De hecho, es su hija Solange quien se encarga de realizar folletos publicitarios para la distribuidora de detergentes de su mamá.

Patricia Moya tampoco aprovecha el computador de su hija Camila, aunque tiene correo electrónico y lo revisa seguido. Además, Camila publicita los vestidos y la ropa que Patricia confecciona a través de Facebook, una herramienta social y virtual que la microempresaria apenas conoce, pero que respeta, ya que le atrae clientela y correos electrónicos. Eso sí, en lo que a maquinarias se refiere sí ha invertido, ya que en eso se basa su trabajo: “Tengo tres máquinas rectas industriales, una *overlock* industrial y la plancha industrial. Ahora tengo ojaladora y una pegabotones. Está armado el taller, por eso, si no pasa nada con esto, tengo que vender todas mis máquinas, porque no quiero tenerlas detenidas”, afirma, y agrega que su prioridad es tener dinero para la casa.

En general, a las microempresarias les preocupa tener dinero para mantener el hogar, a su familia y a sus hijos, y suele ser una de las motivaciones principales de su negocio. Por lo tanto, invertir en tecnología o darle mucha importancia a la microempresa puede ser visto por algunas mujeres como restar dinero que podría mejorar la calidad de vida de la familia, aunque esa idea se suaviza si hay un apoyo externo.

Katherine, quizás debido a sus estudios de análisis de sistemas, sí está en contacto con la tecnología en su microempresa: “En el computador me hice con un programa unas plantillas con las medidas de las planchas, entonces las voy marcando para ver qué me alcanza en cada una. De ahí las llevo al papel y en el Homecenter compro y pido dimensionado. Cuando llega acá, está todo listo para hacerle el detalle de la silla, por ejemplo (...) Ese es el trabajo que hago, y me ayuda el computador y la cabeza, jaja”. De este modo, no pierde tiempo ni materiales.

Pero eso no es todo, pues creó un sitio web para su negocio (www.actiweb.es/ktydeas), que tiene más de 700 visitas; Katherine y su esposo utilizan Facebook y correos electrónicos para contactar a

amigos, conocidos y potenciales clientes, y se preocupan de crear e imprimir folletos.

“Además, como Katty ganó dos proyectos -en Acción Emprendedora y Prodemu-, ahí compró máquinas, y son máquinas madereras. Antes trabajábamos manualmente, con tornillos”, explica su marido, Pablo Salazar. Katherine cuenta que entró a una capacitación que impartía la Fundación para la Promoción y Desarrollo de la Mujer (Prodemu) y que, al final de ésta, le entregaron un capital de \$100.000, que utilizó para comprar herramientas: “Todas las cosas que hacía antes eran a mano y mi esposo me ayudaba a cortar con serrucho y todo, antes de ese curso”.

Las clases duraron cuatro meses, se inscribió en la capacitación siguiente, terminó y recibió otros \$100.000, que destinó para el mismo fin que el aporte anterior. “Ahí pude hacer sillitas con forma porque, a las últimas, mi esposo les hacía redondo el respaldo, quedaban bien fomes, pero cada vez han ido evolucionando (...) Con la máquina uno puede darles forma”, explica la microempresaria.

Parece un simple detalle pero, a la hora de vender, toma gran relevancia: las sillas que hacía antes, más redondas y simples, cuestan \$5.000, mientras que las que tienen la forma de dibujos animados conocidos cuestan dos mil pesos más y son las preferidas de los niños. Son más caras porque la forma del respaldo es la de la cabeza, cabello y hombros de los personajes ya mencionados, además de que poseen más colores y detalles en el rostro. “Esos los vendemos más caros por los detalles y la gente los compra igual. Ven [una silla con la forma de] una ranita y el niño dice '¡No, quiero el Ben 10!'. ¡No le va a comprar la ranita la mamá! Va a llevar el Ben 10 y va a pagar los dos mil pesos extra. Los niños saben lo que quieren”.

Todos los rubros pueden verse beneficiados por la tecnología, pero falta que las microempresarias le tomen el peso a este instrumento y lo apliquen en su negocio.

Siguiendo con el funcionamiento de las microempresas, los trámites tributarios también son un tema a destacar. Como se vio antes, más de 800 mil microempresas son informales, lo que supera ampliamente a aquellas que cumplen con sus obligaciones tributarias. Formalizar la microempresa se ve como algo deseable pero, también, como un gasto que disminuye las ganancias del negocio.

Según una entrevista realizada en revista Comerciante a Ricardo Pizarro, jefe del Departamento de Atención y Asistencia del SII, existen cuatro motivos por los cuales los microempresarios prefieren la informalidad: la burocracia, porque conlleva muchos trámites, tiempo y costos; la experiencia de generaciones anteriores pesa también, y la creencia de que se reduce el margen de ganancias para el microempresario, lo que, según Pizarro, “implica un error al estar limitado en el acceso a instituciones de apoyo económico”¹⁴.

Katherine Olea está de acuerdo con formalizarse, ya que esta situación abre nuevos horizontes y clientela para su negocio. “Este año tengo un proyecto para Idea tu Empresa, no salí seleccionada pero estuve entre los 50 que se ganaron un asesor, entonces él me va ayudar a hacer todos los trámites de formalizar todo como microempresa, porque todavía estoy como ilegal. Tengo boletas de honorarios, sí, cuando hay un jardín infantil que quiere boletas, le doy la boleta de honorarios de mi papá, que es mueblista (...) La mía no, porque sale que soy de computación, nada que ver”. En este sentido, ser informal le impide tener como clientes a los jardines infantiles (con los que les ha ido muy bien) por cuenta propia y, aunque acudir a su padre no le causa problemas ni a él, ni a

Idea tu Empresa

Es una competencia de planes de negocios de empresas (en este caso, las Mipyme) que incluyan a personas de escasos recursos -por ejemplo, incluyéndolos como proveedores, distribuidores o clientes- y que entregue beneficios para ellos y para la empresa.

En este concurso pueden participar personas jurídicas o naturales de países como Chile, Perú, Ecuador y Colombia, y están divididos en diversas categorías. Entre sus premios, destacan: dos horas de asesorías para implementar su negocio (de 48 semanas de duración), asesorías legales y premios en dinero, que pueden ser de \$1.250.000, dos, tres y cuatro millones de pesos, aproximadamente.

Más información: www.ideatuempresa.org

¹⁴ Revista Comerciante de diario La Cuarta. Chile. Pág. 11. Edición del 11 de abril de 2010. Disponible en <<http://papeldigital.info/lacuarta/comerciante/index.html?2010040501#>>, revisada por última vez el 27 de junio de 2010.

Katherine ni a su marido, igual dependen de él para conseguir esa clientela.

Además, si se formaliza, puede colocar una tienda y trabajar tranquila en ella, sin temor a recibir multas, y acceder a los beneficios de instituciones como Corfo, Fosis, Sercotec, Sence, ProChile (institución de exportaciones) y ChileCompra, que es el portal de compras del Estado.

Doris Peña también trabaja como informal en su negocio. Sin embargo, no es porque piense que se trata de un gasto, sino debido a su discapacidad. “Vamos a sacar todos los papeles, y lo va a hacer mi hija. No puedo hacerlo yo, porque mi pensión es por AFP. A mí se me acabó el dinero de la AFP, entonces me están dando una garantía estatal y debo firmarla todos los años. Con garantía estatal, yo no puedo poner mi nombre en ningún lado, por la pensión de invalidez. Pero si yo hago un RUT de la microempresa, tengo que pagar y aparece mi nombre”, explica Doris. Por eso, decidió que los negocios los va a poner a nombre de su hijo mayor.

Sin embargo, aún no sabe qué hacer con su proyecto de costura y confección para jefas de hogar.

Cynthia lleva 10 años con su local formalizado y sacó la patente el año 2000. Al comienzo no quería hacerlo, porque le parecía un gasto muy grande, ya que no se pagan sólo el IVA y las patentes: “*Tenís* que pagar tu contador, comprar boletas, comprar el libro y pagar patentes, entonces se va plata. Mira, lo que es el libro y las boletas lo *comprái* dos veces en el año, y la patente la *pagái* dos veces en el año también, pero lo que es el IVA y el contador es todos los meses. Un contador te cobra 10 ó 15 mil pesos mensuales, más lo que tú *pagái* de IVA, *tenís* que tener seguros como 40 ó 50 mil pesos todos los meses”, afirma. No obstante, reconoce que, gracias a eso, ahora puede trabajar tranquila, sin temor a que le cobren multas o le clausuren el negocio.

“Antes, yo trabajaba así. Y me avisaban, me decían: '¡Cynthia, los *pacos* en la esquina!'. Yo iba,

cerraba la puerta y tenía que tener el negocio cerrado por unas cuantas horas. Ahora no, ahora está ahí mi patente, mis boletas, no hay ningún drama”, explica.

A veces le da un poco de lata que hayan locales pequeños e informales en su sector, ya que se quedan con todas sus ganancias sin cumplir con sus obligaciones tributarias. Mal que mal, es una competencia injusta. Eso sí, asevera que nunca se comportará como sus vecinos lo hicieron con ella, porque fue por la envidia de los demás -quienes la acusaron con los inspectores del Servicio de Impuestos Internos- que decidió formalizarse.

Patricia Moya también tiene una empresa formal, ya que lo considera un deber, y lo cumple a cabalidad incluso durante los meses en que no tiene nada que declarar: “Hay que hacerlo, sino, también te llega”.

III. Jefa de hogar y microempresaria

Ser mamá: malabares con la familia y el trabajo

- Uy, espérame un poquito, ¡vuelvo al tiro!

Cynthia Llana, almacenera de la comuna de Cerrillos, apenas tiene tiempo para sentarse a conversar en el comedor o ver televisión, pues está siempre pendiente de su negocio y su clientela es fiel. Su hijo Diego junto a una amiguita están atentos al local, mientras la atareada comerciante busca unos minutos para contar su historia.

En su casa falta Estefanía, su hija mayor, quien también la apoya con el negocio. “Mi hija igual me ayuda bastante, ahora no, porque la tengo donde su tía. Es que el ambiente aquí está tan malo, las juntas y todo eso, entonces prefiero tenerla allá. (...) Se me estaba poniendo muy grosera. Muy ordinaria *pa'* hablar, medio suelta, pasaba mucho tiempo en la calle, entonces ahora que está con su tía es un siete, me ha venido a ver y ya no dice ninguna grosería”, comenta muy feliz.

Ese es uno de los temas que preocupan, no sólo a Cynthia, sino a todas las mujeres que tienen hijos o hijas en la pubertad o en la adolescencia. El hecho de trabajar en la casa, por un lado, les permite estar cerca de la familia, pero si la microempresa es muy exigente, esto se convierte en una desventaja que puede tener consecuencias negativas en los chicos. Por eso, se esfuerzan mucho en darles un buen ejemplo, en estar presentes siempre que pueden y compartir con ellos. Sin embargo, no siempre es posible.

“Eso es algo que no he hablado con nadie, pero cuesta demasiado. Porque a veces le digo a mi hijo: 'Acompáñame a comprar', 'Pero pucha, si tú nunca *podís* ir al parque conmigo, nunca *podís* salir. ¿Cómo la Cata -mi hermana- lleva a los chiquillos al parque?', 'Hijo', le digo yo, 'ella no tiene un negocio. Yo sí y, si no trabajo en él, no hay plata para comprar nada. (...) 'Mamá, no se necesita plata

pa' ir al parque', me dice, y le respondo: 'Se necesita tiempo, hijo, y yo no lo tengo"', confiesa Cynthia, hablando en voz baja.

Con las actividades escolares como teatro o presentaciones pasa lo mismo: ¿con quién dejar el almacén? ¿Por cuántas horas? ¿Cuántos clientes se pierden en ese lapso de tiempo? A la joven no le queda otra que hacer el sacrificio por sus hijos, pero no siempre puede.

Doris recuerda la época que vivió antes de instalar su negocio. “Para mí fue muy difícil, mis hijos eran todos chicos, nacieron casi uno por año. Los únicos separados son mi hijo mayor y mi hija, donde ella es del 86 y él nació el 83. Pero después tengo '87, '88 y '90. Eran puras guaguas. Los empleos que me ofrecían eran esos donde tienes que estar en el trabajo todo el día. No podía estar todo el día, porque mis hijos necesitaban comer, cambiarse pañales, necesitaban mamaderas”.

Tres de ellos le ayudan activamente con su negocio, tienen sus propios empleos y han desarrollado (o piensan crear) sus propios emprendimientos. Por ejemplo, Sergio es chofer de camiones en una empresa de *snacks* y desea comprar una camioneta, trabajar como transportista y agregar más vehículos a la flota. Su hijo menor, José Miguel, instala lomos de toro y señalizaciones en las vías, y Solange junto a su novio venden empanadas en el sector y planean instalar un puesto en la feria.

Durante una buena parte de su vida, los cinco jóvenes estuvieron en contacto con la labor de Doris, por lo que algunos decidieron seguir sus pasos, pero a su manera. “A la Sole le gusta [el negocio] y a mi yerno también, pero los chiquillos míos, mi hijo mayor sobre todo, detestan ir a la Vega y detestan tener que manejar para allá. Por eso, siempre tengo que conseguirme choferes. Les gusta hacer otro tipo de negocios, a ellos no les gustan los negocios chicos, sino los grandes, aunque nos han ayudado hartos”, cuenta.

Doris está de acuerdo con el camino que eligen, siempre y cuando lo hagan honradamente. Además, decidió dejar sus negocios a nombre de sus hijos, porque los crió con la idea de que lo que hay es para

todos: “No porque tengan el nombre de ellos quiere decir que yo se los regalé. Y algo que les enseñé es a ser honestos y correctos, así que ninguno le puede fallar al otro: si uno está en desgracia, los otros saben que deben ayudarlo”.

Katherine Olea también incluye a sus hijas en su labor, pues son curiosas y les gusta colaborar. Entonces, les pasa algunos palitos y témpera y deja que pinten o lijen piezas pequeñas mientras trabaja. “Ellas quieren hacer cosas un rato, 'Ya, te lij  eso', 'Ya, est  bien'. Antes le tenían miedo a las máquinas, como al taladro (...) Cuando las escuchaban, salían arrancando. Igual para mí era bueno eso, para que no estuvieran encima de los cables, pero ahora no. Pueden estar ahí jugando y yo las estoy observando”, sonríe.

Por otra parte, Patricia no involucra a sus hijas en su trabajo y ellas tampoco han demostrado mucho interés (salvo Camila, a la hora de promocionar los vestidos y trajes de su madre a través de Facebook). “No fue fácil, esto no es fácil. A mi hija mayor siempre le dije: 'Lo que tengas que estudiar y hacer, h zlo; pero esto, no'. No estoy diciendo que no lo agradezco, s  lo hago, pero también podría haber sido un poquito más fácil”, suspira.

Dependiendo del rubro y de la edad de los hijos, trabajar en casa puede ser un gran problema o una solución ideal. “Se ha perdido que la madre corrija a sus hijos y los tenga donde ella los pueda ver, donde ella pueda compartir la onces, el almuerzo con ellos y que los pueda llevar al colegio (...) Yo le decía a mi hijo mayor, que tenía como nueve años, 'Viste a tu hermana y ll vala al colegio', y el colegio me aguantaba tener a los otros que ni siquiera iban a clases [porque eran muy chicos], para poder trabajar. Vend amos casa por casa... Fue muy, muy difícil”, recuerda Doris.

También afirma que, cuando se es joven y soltera (o separada), los hijos son la preocupación más importante, además de sacar adelante el negocio. “Cuando tienes a los hijos chicos nunca vas a poder hacer grandes negocios, porque la plata entra a la casa. Tienes que sustentar tu hogar, pero cuando ellos

crecen, las cosas ya cambian y solamente trabajas para el negocio”.

En cambio, una situación completamente diferente es la que vive Katherine, quien construye muebles para niños. Trabaja en la casa junto a su marido y sus hijas Belén y Aline: “Ahí aprovechamos de estar también con la familia, pero trabajando. Es entretenido. Estamos pintando y ellas preguntando y bañándose [en la piscina]. Para mí es rico, porque me di cuenta, cuando nació mi hija (Belén), que soy mamá primero. Entonces, trabajar ahí al lado de ellas es mejor”.

Esta diferencia puede deberse, primero, a que Katherine cuenta con el apoyo de su marido, quien estaba trabajando cuando ella inició su microempresa y que, al quedar cesante, empezó a ayudarle con los muebles. Segundo, sus ganancias no dependen tanto de la cantidad de horas que trabaja, sino de la cantidad de pedidos que recibe de la clientela y de las ventas de productos en *stock* que realiza de vez en cuando. Por eso, tiene más posibilidades de hacerse un tiempo para pasarlo con sus hijas que Doris y Cynthia, ya que ellas deben estar disponibles para sus clientes el mayor tiempo posible. Si no, no venden.

Patricia, aunque tiene su taller en casa y también manufactura sus productos, no cuenta con la ayuda de un cónyuge y, cuando tiene pedidos, debe confeccionar el número de prendas que le solicitan dentro de un plazo determinado, por lo que suele destinar los días sábado y domingo para terminar a tiempo. Por eso, reconoce que con Ángela, su hija mayor, no pudo compartir tanto. Su situación económica era precaria, ya que recibía \$3.000 pesos semanales, que gastaba principalmente en comida y locomoción. “Pero todo eso una lo pasó y lo vivió, y le agradezco a Dios todo eso que pasamos, porque también me ayudó a que mi hija mayor lo viera sin que yo le dijera: 'Mira, hija, sabes que esto es así'. No, ella lo vio. Ahora ella me lo cuenta, me dice: 'Mamá, yo me acuerdo de lo que tú hacías y todo lo que corrías'. Yo pensaba que ella no veía eso”, cuenta la microempresaria.

Las mujeres que trabajan -y, especialmente, las jefas de hogar que trabajan por cuenta propia, como Katherine, Doris, Cynthia y Patricia- están muy pendientes de la educación de sus hijos(as), no sólo en el ámbito académico, sino también en lo que se refiere a la vida en general. Además, se esmeran en construir un futuro mejor para ellos y, sobre todo, en enseñarles a ser esforzados y responsables a través del ejemplo. Como las hijas de Katherine aún son muy pequeñas, no es tan notorio en su caso pero, cuando son un poco mayores, los niños son capaces de comprender lo que viven sus madres.

Su experiencia como jefas de hogar (casadas o solteras) y el hecho de que les falta tiempo para 'regalonear' por su trabajo, no por desinterés o flojera, es la manera más eficaz que tienen para llegar a sus hijos y guiarlos. Ellos conocen de primera mano la labor que realizan sus mamás y, estén de acuerdo o no, la aceptan, como los hijos de Cynthia. Por lo mismo, ninguna de las entrevistadas señaló tener problemas al respecto, lo que es un gran logro: otras madres que tienen más tiempo para estar con sus hijos, tienen problemas con éstos. “A las mujeres solas que, de repente, tienen que trabajar todo el día, puede que los hijos se les escapen porque se les sale la situación de las manos, pero las que tienen matrimonio y se quedan en su casa flojeando o *pelando* en la calle, ¿se les sale de las manos, o es por comodidad? Es por eso que aquí aumenta la delincuencia y la droga”, asegura Doris, y agrega que, en su opinión, esta situación se relaciona mucho con la educación que recibe la gente y la motivación de darle una calidad de vida mejor a sus descendientes.

El rendimiento escolar de los hijos es importante para los padres, pero esto se vuelve fundamental en el caso de las microempresarias jefas de hogar. “Espero que todas las cosas funcionen bien nomás y de que salgan adelante, que tengan su cartón, cosa que haya valido el esfuerzo, después uno dice: '*¿Pa'* que tanto sacrificio, *pa' ná?*'”, señala Cynthia Llana. Ella destaca que sus hijos tienen muy buenas notas (Diego y Estefanía terminaron el año 2009 con un 6,2 y un 6,3 respectivamente, y son buenos para las

matemáticas), y que les pagará cualquier carrera que quieran siempre y cuando sean capaces de sacarla adelante.

Patricia Moya es clara al respecto. “Puedo tener mucho que hacer, pero mis hijas están primero. Después viene el trabajo. Parece tonto, sin el trabajo no mantengo a mis hijas, pero no es tan así, porque si ellas no tienen mi apoyo, ¿con qué moral les puedo decir: 'Hija, qué notas me trajiste', si yo no estuve a su lado? No puedo. Si no puedo yo, le pongo un profesor que le venga a enseñar, pero ella debe saberse la materia, conmigo o sin mí. Como sea, va a tener a alguien que la apoye”.

Ser mujer: relaciones de pareja y auto-crecimiento

Verónica Lillo explicaba en su investigación que “varias declaraciones de las microempresarias dejan evidencia que el salario del hombre se considera la base principal de ingresos de las familia (sic), y el de las mujeres se considera de ayuda. Estas percepciones contribuyen a asignar un carácter secundario y complementario al trabajo de las mujeres”¹⁵. Sin embargo, esto puede haber cambiado en el caso de aquellas que cuentan con más oportunidades y ganas de salir adelante, puesto que las jefas de hogar entrevistadas que se encuentran casadas consideran los ingresos de su microempresa como los principales. Aún así, cuando el hombre sí está ganando un sueldo -como Ernesto, el esposo de Cynthia, con sus trabajos esporádicos-, el dinero va para la casa y los gastos que les correspondan.

Aunque, socialmente, se suele considerar al hombre como el que financia los gastos de la casa, las mujeres que se encuentran solteras, separadas, divorciadas o viudas no cuentan con ese apoyo, por lo que deben lanzarse solas como jefas de hogar, llevando sobre sus hombros la casa, a los hijos y a quienes vivan con ellas, tal como lo hacen Doris y Patricia.

¹⁵ LILLO, Verónica. Op. cit. Págs. 77-78.

Doris y su ex-esposo, Javier Silva, se separaron hace más de 15 años. Él se fue y, desde entonces, perdieron el contacto. Quizás por eso es que la comerciante afirma que estuvo convencida por años de que los hombres no eran necesarios. Pero el tiempo le hizo cambiar de parecer: “No es que te apoyen con plata, sino que te den un apoyo moral, una palabra... Esas cosas uno las necesita. Es increíble, siempre dije que los hombres eran un cacho, jaja, pero en verdad ahora te digo que, con los años, uno necesita a una persona, una compañía, alguien con quien salir”. Y no sólo a pasear, sino a comprar también, porque a veces sus hijos no quieren ser 'choferes'. Además, ellos ya están grandes, por lo que su principal preocupación ahora es su vida y su negocio.

Otras mujeres están felizmente casadas con hombres buenos y trabajadores. Sin embargo, también pueden ser jefas de hogar, debido a la cesantía del marido o a que este recibe un sueldo menor que el que obtiene la mujer con su trabajo. Cynthia y Katherine, quienes se encuentran en esta situación, no se sienten tan incómodas con su rol, y -dicho sea de paso- sus esposos tampoco lo parecen. Eso sí, su modo de enfrentar la microempresa de sus señoras es diferente.

En el caso de Cynthia, su esposo no toma en cuenta su negocio, y la almacenera asegura que le iría mucho mejor si él le ayudara más. Por otro lado, el marido de Katherine, Pablo, sí ha apoyado a su señora en su microempresa, aunque al comienzo no estaba seguro de que algunas ideas le fueran a resultar, por ejemplo, cuando Katherine decidió hacer una mesa de madera con dos juegos incluidos: pin pon y *hockey* de mesa.

“Un año, en diciembre, le dije a Pablo '¿Hagamos esto?' Yo lo tenía todo calculado: en una plancha me alcanzan tres mesas y hacemos el caballete, tenía dibujado todo el caballete y tenía hasta una maqueta para ver cómo podía abrirse y Pablo no me creía”, recuerda ella. “¡Imposible!”, dice su marido, acordándose de lo que había pensado en ese momento.

“Entonces le dije: 'Ya, voy a ir a comprarme la madera'; fue a trabajar y a la vuelta yo ya tenía todo marcado y pintado. Recién ahí dijo '¡Ahhh!', me creyó y empezó a acompañarme más en las cosas de la microempresa”, señala Katherine.

Aunque él ayuda mucho a su esposa, ella pone énfasis en que Pablo debe buscar otro empleo, para que pueda entrar más dinero para la casa. En cierto modo, no le gusta la idea de depender de una sola entrada.

Instalar una microempresa cambia la vida de las mujeres que se atreven, no sólo en el ámbito familiar o económico, sino también a nivel personal. Doris recuerda a su hermana mayor, que vive cerca de ella con su marido y un hijo. Siempre fue dueña de casa y solía tener problemas económicos. Por eso, la comerciante le dio ánimos para empezar con un negocio. Sin embargo, el miedo la tenía paralizada. “Al final, el marido le tuvo que parar un negocio (...) y le ha ido súper bien, lleva como ocho o nueve meses, pero ha surgido mucho, de verdad. Ahí se ve que sí surgen”, cuenta, muy orgullosa.

“Y ahora ella decide. Le cambió la personalidad. Si ahora ella quiere ir a algún lado, no está ni ahí, sale con el hijo. Yo le digo: 'El negocio es como un hijo, porque tienes que estar pendiente, donde tú vas tienes que verlo. Hay que estar encima del negocio, siempre pendiente de él'. Y lo ha hecho súper bien, *poh*, sacó el negocio adelante”, agrega.

Algo que se aprecia bastante en la investigación de Verónica Lillo es la importancia que las microempresarias le dan a su trabajo y a lo que ha significado en sus vidas. Según ella, todas sus entrevistadas afirmaron que su labor les aumentó la autoestima, su desarrollo personal y les permitió conseguir una nueva visión de la vida ¹⁶. El motivo principal sería que su trabajo fuera de la casa es

¹⁶ LILLO, Verónica. Op. cit. Pág. 71.

mucho más apreciado que la labor doméstica, ya que el segundo no es productivo en el sentido económico y material.

La motivación de Cynthia, Katherine, Patricia y Doris es distinta. Las tres últimas dejaron sus empleos “normales”, con horario de oficina y todo, por pasar más tiempo con sus hijos (as), seguir su vocación y ganar su propio sueldo sin jefes. El esfuerzo es mucho mayor que cuando se trabaja como empleado, pero vale la pena.

“No cualquiera puede hacerse un negocio tampoco. Hay que tener el espíritu, las ganas de hacerlo. Tenemos buenos vendedores sí, y los fabricantes también son buenos en lo que están haciendo, así que gracias a Dios nos ha ido bien, nos hemos superado. De hecho, nuestro nivel de vida se superó mucho a lo que nosotros vivíamos y éramos. La microempresa me ayudó un montón”, asegura Doris, con orgullo.

Existen varios tipos de mujeres según el modo en que enfrentan su labor independiente. La investigadora María Cristina Di Silvestre, en su estudio “Impacto y significados del trabajo en madres y jefas de hogar de familias uniparentales” (2004), realizó entrevistas a 13 mujeres (todas jefas de hogar, pero no todas microempresarias) y, a partir de sus respuestas, elaboró una tipología donde destaca cuatro identidades predominantes en las entrevistadas, que son aquellas con las cuales las entrevistadas se comprometen más (siempre cumpliendo con sus labores): mujer tradicional, mujer tradicional-moderna, mujer moderna-tradicional y mujer moderna.

“Es interesante considerar este punto dado que, mientras mayor compromiso experimente la mujer hacia la identificación con el rol de madre en términos tradicionales, más difícil será para ella manejarse con el doble rol, en comparación de aquellas que son más modernas en la percepción de la identidad femenina”, explica Di Silvestri en su trabajo ¹⁷.

¹⁷ DI SILVESTRE, María Cristina. Impacto y significados del trabajo en madres y jefas de hogar de familias uniparentales. Cuadernos de Investigación Universidad La República. Pág. 92. Santiago, Chile. Primera edición, 2004.

En el caso de las mujeres tradicionales, la creencia de que ellas deben estar en la casa fue inculcada por sus padres y es un factor importante de la tensión. Asimismo, se sienten culpables por dejar a sus hijos de lado mientras ellas deben trabajar y, en algunos casos, asumen el rol de jefas de hogar con decepción. Además, definen el ser mujer desde el aspecto de la maternidad; por eso, trabajan por los hijos. Ellas no perciben esa labor como una oportunidad de desarrollo personal.

Por otro lado, las mujeres modernas no buscan quedarse en casa o ser mantenidas por el marido. Para ellas, su esencia no se basa en su rol de madres o esposas, sino ellas mismas. No se sienten culpables por dejar a sus hijos con familiares o en casa mientras trabajan, pues lo ven como un sacrificio en aras de una mejor calidad de vida.

Las mujeres tradicionales-modernas priorizan su rol de madres y están más de acuerdo con la idea de que es el hombre el que debe mantener a la familia, pero igual salen adelante por sus propios medios, mientras que las modernas-tradicionales se sienten más identificadas con la idea de desarrollarse fuera de la casa.

En general, las mujeres no siempre pertenecen a una categoría específica, pues depende mucho del peso que le dan a su rol como madres y como microempresarias. Katherine, por ejemplo, es tradicional-moderna, pues eligió fabricar muebles para estar cerca de sus hijas y poder trabajar en la casa, es decir, priorizó su maternidad por sobre su desarrollo laboral. Aún así, luego de varios años, aprendió a impulsar su microempresa y a preocuparse de ella como un negocio que genera ingresos. Asimismo, no considera que la familia deba ser mantenida sólo por su esposo, pero sí prefiere que trabaje en otra actividad.

Doris, por otro lado, es moderna-tradicional. Después de su separación, no esperó que alguien fuera en su ayuda y decidió avanzar con su negocio con los microcréditos que adquirió en Fondo Esperanza. Su principal motivación fueron -y siguen siendo- sus hijos: “Antes de morirme, cuando el Señor

disponga, espero dejar a mis hijos con algo firme, instalados y ya casados, porque están todos aquí todavía y ya están bien viejitos para quedarse en la casa. Pero quiero dejarles algo para que su nivel de vida no vaya para abajo, sino todo lo contrario, para arriba”. Eso sí, su rol de microempresaria ha tomado más protagonismo que su rol de madre, aunque esto puede deberse al hecho de que sus hijos ya son adultos y tienen mayor capacidad para valerse por sí mismos.

Patricia también podría ser moderna-tradicional. Por una parte, entra al rubro de la confección porque le encanta crear nuevas prendas, no señala que el hombre tenga el deber de mantener la casa -aunque le molesta que su primer marido no haya puesto de su parte mientras estuvieron juntos- y ha dedicado una buena cantidad de tiempo a su microempresa, sobre todo en el pasado. “Mi hija mayor siempre me vio trabajar. Navidad, Año Nuevo, Dieciocho de Septiembre... Todos los demás estaban en fiesta y yo no”, recuerda. Por otro lado, antes señalaba que no importaba la carga de trabajo que tuviera, sus hijas siempre iban a estar en primer lugar, lo que demuestra que su rol de madre tiene un peso importante, junto con el de microempresaria.

Debido a su independencia y su vocación de comerciante descubierta en su infancia, Cynthia es una mujer moderna. Primero que todo, porque no espera que el financiamiento del hogar se realice gracias al trabajo de su marido y, en realidad, se siente cómoda con su rol de proveedora; segundo, porque el bienestar de sus hijos pesa mucho entre sus motivaciones, sin embargo, su amor por el comercio venía desde mucho antes de pensar en casarse y formar una familia, y tercero, porque no se siente culpable por dejar a sus hijos al cuidado de su madre o hermanas, pues confía en que ellas los tratarán bien y que su labor es, también, un medio para mejorar su calidad de vida.

Esta tipología sirve para destacar las características que las microempresarias tienen ante su familia y su trabajo, a qué ámbitos de su vida les dan más peso y de qué modo afectan ambos roles a su desempeño como madres y trabajadoras por cuenta propia. En este sentido, Di Silvestre afirmaba que

las mujeres que se identificaban más con su rol materno tenían más dificultades para hacer crecer su negocio; no obstante, esta afirmación no siempre se cumple, por ejemplo, en el caso de Katherine. Eso sí, quizás más adelante tenga problemas similares a los de Cynthia, por lo que no se puede generalizar al respecto.

La situación de las microempresarias más vulnerables

El mundo del emprendimiento también es una buena opción para mujeres que tienen menos oportunidades, por encontrarse en situación de vulnerabilidad. Para ellas existen diversas instituciones que ofrecen ayudas especiales, sobre todo, para impulsar sus ideas de emprendimiento y enseñarles a mantenerlo en el tiempo. Una de ellas es la Fundación para la Promoción y Desarrollo de la Mujer (Prodemu), que es una fundación de derecho privado sin fines de lucro y que se creó en noviembre de 1990 por iniciativa del Presidente Patricio Aylwin.

Debido a su situación socioeconómica, el camino les cuesta tanto o más que a microempresarias como Katherine, Doris, Cynthia o Patricia. Sin embargo, el Estado les ofrece beneficios de forma gratuita, las que son bien aprovechadas por quienes realmente tienen ganas de emprender.

Solange Hering es psicóloga laboral organizacional, especializada en capacitación. Se desempeñó como psicóloga laboral en Prodemu entre los años 1995 y 1997 y conoció diversos casos de mujeres que vivían y trabajaban en localidades pequeñas. Para Solange, existe una característica principal que debe tener una emprendedora: “Más que todo, eran las ganas, porque habían muchas señoras que se habían juntado y habían formado [un grupo]; al final, fracasó el negocio porque entre ellas no había concordancia y se peleaban. Pero un grupo se formó con cero peso, porque el sacerdote de la comunidad les prestó una máquina de coser, un galpón para que empezaran a trabajar y todo, entonces

son puras ganas”, asegura la psicóloga, aunque un poco de impulso no viene mal.

Muchas veces, ellas no cuentan con educación completa ni con oportunidades para emprender, y sus negocios surgen como una necesidad de tener ingresos para vivir el 'día a día'. Según Hering, algunas se encuentran en pleno analfabetismo y no tienen motivos para terminar sus estudios. “No tienen necesidad, para qué hacerlo, si ellas pueden comprar el pan. Yo pregunté lo mismo: '¿Y por qué no siguen con eso, si es gratis?', 'No, para qué, si ya conozco la diferencia entre esta moneda y esta otra, me da para comprar el pan, y si necesito leer algo, se lo pido a mis hijos’”. Es decir, se manejan como pueden, pero no van más allá.

Las mujeres suelen trabajar por necesidad más que los hombres. Sin embargo, eso no significa que sea el motivo mayoritario. Según el estudio “Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile 2008-2009”, realizado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM), ellas suelen emprender más por necesidad, si se compara con los hombres que presentan una mayor proporción de emprendimiento por oportunidad. “No obstante, se observa una pequeña evolución ya que descienden las mujeres que emprenden por necesidad en comparación a la medición del año pasado de un 3,76% de la población adulta en el 2007 a un 3,48% del 2008 y aumentan las que lo hacen por oportunidad de un 6,13% en el 2007 a un 6,28% en el 2008”¹⁸.

Aunque parecen variaciones muy pequeñas, es importante destacar que los emprendimientos por oportunidad van en aumento. Esto significaría que existen alternativas para que las microempresarias puedan formar su propio negocio y que, al no verse en la obligación de tener que ganar dinero para el día, pueden preocuparse de ver su microempresa como un trabajo serio que, a la larga, podría dar más empleo a otras personas. La microempresa que se crea por necesidad, en cambio, tendría como único objetivo generar ingresos suficientes para comprar artículos y/o alimentos para consumir a corto plazo.

¹⁸ ORTEGA, Daniela, y otros. Op. cit. Pág. 30.

Por ende, las ganancias no generarían dinero para ahorrar o reinvertir en bienes para la microempresa.

La idea de incentivar a las mujeres a desarrollar una idea de emprendimiento y materializarla en una microempresa es que puedan crear un negocio que pueda sostenerse de manera independiente, sin necesidad de invertir dinero de la casa en él; que genere utilidades suficientes para invertir en capital de trabajo y activos fijos y, además, que quede un resto para destinar al hogar, los hijos, etcétera.

Cuando la motivación no es obtener independencia financiera, seguir una vocación o mantener a la familia, sino entregar un apoyo monetario al marido o ganar dinero para 'comprar el pan para la once', la realidad de las microempresarias y sus emprendimientos varía mucho. Primero, porque la mentalidad de las microempresarias y sus objetivos son diferentes. No esperan tanto de su labor y, por lo tanto, las ganas de mantenerlo a lo largo del tiempo podrían ser menores, a menos que tengan hartas ganas de salir adelante y algo de ayuda, como se señalaba antes. “Trabajé con Prodemu y, también, con programas de ChileBarrio, entonces es gente muy vulnerable [a la] que se le incentiva mucho a ser microempresaria. Por eso, ellas lo veían como para el diario vivir, no lo veían mucho más. Para poder comprar el pan del día o para poder hacer algo a fin de mes, en el sentido de solventar más su familia sí, pero una proyección para ser una gran empresaria, eso nunca lo vi”, afirma la psicóloga Hering.

En general, las microempresarias en situación de vulnerabilidad trabajan para entregar un ingreso secundario al hogar, pues el sueldo del hombre es el que tiene más peso, incluso si ellas ganan tanto o más que ellos. “Todavía no se han modificado las percepciones ideológicas respecto a la relación de hombres y mujeres con el trabajo remunerado, menos aún en el sector de bajos recursos. Para las mujeres sigue siendo una opción y para los hombres una obligación”¹⁹, explica Verónica Lillo. En el caso de las microempresarias con más recursos y/u oportunidades esto no es tan perentorio, aunque sí

¹⁹ LILLO, Verónica. Op. cit. Pág. 78.

les gustaría que el marido aportara con dinero para el hogar o prestara más atención a la microempresa porque esta, además de motivarlas como emprendedoras, tiene como objetivo principal mantener a la familia.

Otro tema importante es que las mujeres de escasos recursos prefieren preocuparse más del hogar y que, si comenzaban a emprender, lo hacían porque no les quedaba otra alternativa. “En el sentido de ser microempresarias o de tener su negocio, [no lo hacían] a no ser que se tratara de una necesidad extrema pero, si no la tenían, ellas se dedicaban principalmente a su familia”, comenta Solange Hering.

Los beneficios que entrega el emprendimiento

Sea cual sea la situación que lleva a que las mujeres decidan emprender, la gran mayoría recibe muchos beneficios por atreverse a hacer algo distinto. Uno de los más importantes, por supuesto, se relaciona con el aporte en dinero que ofrece su labor. Gracias a ella, pueden comprar artículos de primera necesidad para su familia y, también, ahorrar para darle una mejor educación a sus hijos, que es una de las grandes inversiones que muchas mamás tienen en mente. “Los pros son que (...) saqué adelante a mi hija mayor, que estaba en ese momento (porque con mi otra hija se llevan 17 años de diferencia), si el papá de ella no dio nada. El papá de mi hija menor al menos aporta, pero mi esposo de ese tiempo no dio nada de nada, no la ayudó a estudiar ni le pagó los estudios”, recuerda Patricia Moya. Sin su esfuerzo, la educación de su hija Ángela habría quedado estancada.

Estas 'pruebas superadas', a su vez, aumentan su autoestima, ya que se trata de un sueño que están convirtiendo en realidad solas. Según la psicóloga Hering, esto se nota en todo sentido. “En primer lugar, la mujer tiene tendencia a ser más dependiente, y ya es más independiente en su forma de actuar

y en su forma de ser. Es una persona que tiene más iniciativa, que puede decir: 'Yo también apporto algo a la casa y también puedo comprarle cosas a mis hijos'. Y además, ella misma... Uno ve cómo lo irradia, se ve físicamente cómo lo irradian, dicen: 'Mira, yo puedo hacerlo'".

Doris Peña pudo observar este cambio en su hermana mayor, quien pasó de vivir por y para su familia a manejar su propio almacén, gracias al apoyo de su hermana y de su esposo, quienes la alentaron a perder el miedo y lanzarse con una microempresa. Ahora toma decisiones, entrega parte de sus ingresos para la casa y es mucho más independiente que antes. Le cambió la vida.

“Esta mayor valoración en sí mismas, se debe a que las actividades que hacen en sus negocios tienen valor económico y social. Las microempresarias reciben halagos por los productos que ellas realizan, situación que no sucede en el hogar, ya que no se les valora el trabajo de la casa. La alta valoración de los demás les brinda mucha confianza en sí mismas y en sus capacidades”²⁰, explica Verónica Lillo.

Esto puede apreciarse en la experiencia de Katherine Olea, quien comenzó con su microempresa debido a que sus amistades vieron los productos que había fabricado para sus hijas y le pidieron que hiciera algunos para ellos, con diversos diseños. “Un día dije: 'Voy a hacer una ranita, capaz que no le guste a la gente'. Inventé una y después todos la querían. Yo pensaba: 'Uh, ¡la ranita causó furor!'”, recuerda. Esto le dio confianza para inventar más diseños de animales.

Antes de que su trabajo se hiciera conocido, a Katherine le daba un poco de miedo y vergüenza ir a la feria y mostrar sus muebles, por la gran cantidad de gente que pasa por ellas y porque temía recibir alguna mala cara. No obstante, junto a Pablo venció sus temores. “Llevamos un montón de folletos y tarjetas, y ya que la gente empieza a decir: 'Oh, ¡qué lindo!', como que ya te empieza a bajar la vergüenza, empezamos a anotar pedidos y nos fue bien. Ahí perdimos la vergüenza y hay que salir, porque si no, no nos hubiésemos hecho conocidos en este sector”. Ese temor infundado habría impedido que Ktydeas saliera a la luz y recibiera más clientes. Lo bueno de emprender es que, en

²⁰ LILLO, Verónica. Op. cit. Pág. 71.

ocasiones, hay que dejar a un lado los miedos y arriesgarse, no tanto por una misma, sino por el bien del negocio. Este entrega un poderoso motivo para actuar y romper barreras.

Existen varias organizaciones que entregan microcréditos para emprendimientos, entre ellas, Fondo Esperanza, Fundación Banigualdad y Fundación Contigo. Gracias a su modalidad de bancos comunales -de la cual se hablará más adelante-, las microempresarias acceden a un grupo de personas que, al igual que ellas, necesitan financiamiento para impulsar su negocio. Algunas de estas personas se conocen porque son vecinas, parientes, o son desconocidas. El hecho de formar parte de un grupo permite que las comerciantes salgan de su mundo y conozcan otras vivencias, que pueden enseñarles más y otorgarles nuevas herramientas.

Tanto Cynthia como Doris estaban encerradas en su propia realidad, ya que les costaba abrirse al resto. Sin embargo, esta experiencia les sirvió mucho: “(...) yo nunca he sido amiga de la gente. Vivo en mi casa, mi metro cuadrado, mi familia, eso es todo. Lo que no conocía era a la gente. Para mí, casi toda la gente o era muy buena o era muy mala, porque nunca compartí con los demás. Cuando llegué a los bancos de Fondo Esperanza empecé a compartir. La verdad es que no tenía ni siquiera personalidad, y ahora soy la presidenta comunal del banco”, afirma Doris.

Por su parte, Cynthia comenta que “yo creo que te hace crecer como persona (...) porque te aconsejan; de repente una está mal, tiene problemas, y te hacen juntarte más con lo que es tu familia, con lo que es el ambiente, porque siempre he sido así como aislada, no me gusta mucho estar en un grupo; en cambio, en Fondo Esperanza te hacen ser una sola. O sea, es un grupo y todos somos uno”.

El hecho de conocer a más mujeres y hombres que se encuentran en la misma situación que ellas aumenta las posibilidades de recibir apoyo por parte del grupo, de aliarse en tiempos difíciles y aprender nuevas estrategias para hacer frente a situaciones complejas. Más que competencia -que

siempre va a existir-, está la opción de ir juntos hacia el mismo lado.

Según Verónica Lillo, “las mujeres se sienten más fuertes frente a sus parejas, afirman que el trabajo ha sido una muy importante herramienta para tomar conciencia de sus potencialidades, y de la dirección que le quieren dar a sus vidas. El saber que la realidad depende de ellas, y que han podido capacitarse y comprar sus herramientas solas, les da confianza en que son entes individuales, que no necesitan al marido para sobrevivir”²¹.

Es fundamental que las mujeres en situación de vulnerabilidad tengan presentes estas ventajas cuando deseen llevar a cabo una idea de negocio. Las que tienen más oportunidades las conocen y las utilizan a su favor, pero las que no, siguen alimentando una idea más bien machista sobre quién puede mantener la casa. El Estado les ofrece beneficios y capacitaciones gratuitas, ahora depende de ellas utilizarlas a su favor.

Un tema que vale la pena destacar es el hecho de que, en mayor o menor medida, las cuatro microempresarias entrevistadas creen en Dios y le otorgan una gran importancia como pilar de apoyo en momentos buenos y malos. Las más creyentes son Doris y Patricia, las mayores del grupo.

“Si en esos años no hubiese tenido, hasta ahora, la fe que tengo, no estaría hablando contigo. Es que viví muchas cosas muy tristes, muchas veces tuve ganas de no existir. Estuve a punto de hacerlo. Y, hasta el día de hoy, yo estoy sola”, confiesa Patricia cuando recuerda los días difíciles que le ha tocado enfrentar.

Doris también tiene una fe inquebrantable, no sólo para avanzar con ánimo cuando aparecen las dificultades, sino en todo momento. Y ha inculcado en su familia esta fe: “Todo lo que hacemos, lo

²¹ LILLO, Verónica. Op. cit. Pág. 71.

basamos en Dios. O sea, si yo hago un proyecto de negocios, lo baso en Él. Primero, le pido que quiero hacer este negocio y empiezo a orar. Si Dios me lo confirma, lo hago. Después, espero el tiempo para sacarlo. Pero este negocio en sí, por ser bendecido por Dios -porque así lo veo yo-, prospera todo. Nada se pierde”.

Ambas tuvieron que alimentar varias bocas, levantar un hogar y mantener la calidad de vida de su familia sin la colaboración de sus cónyuges. Por eso, uno de sus mayores aliados es Dios, y es la fe una de las virtudes que más fuerza les da cuando sienten que no dan más. Esto también se traduce en sus intenciones de ayudar al prójimo, por ejemplo, dando empleo a quienes lo necesitan (en el caso de Doris y Patricia, las dos quieren ofrecer empleos a mujeres que están en una situación parecida a la de ellas), entre otras acciones.

Según María Cristina Di Silvestre, una de las ayudas que reciben las mujeres es el de las organizaciones sociales, y pueden ser de tipo espiritual. “Este apoyo va orientado al ámbito de las emociones, liberando el estrés y abre la posibilidad de socializar fuera del ámbito del trabajo y el hogar”²².

Doris no es de las personas que van a misa (“Busco a Dios, no me he ido a meter a una iglesia ni tampoco todas las cosas *pa'* mí son pecado”, puntualiza) y Patricia no tiene muchas amistades con quienes compartir su fe, pero la posibilidad de que puedan abrirse a gente con creencias o puntos de vista similares existe.

Por otro lado, Katherine y Cynthia no demuestran tener tanta fe, aunque también creen en Dios. Por ejemplo, la almacenera siempre reza para que sus hijos terminen sus estudios y se porten bien, y la dueña de Ktydeas siempre va a misa con su marido (además, estudian la Biblia). Sin embargo, en las entrevistas se notó que la religión es algo que viven de manera personal, no tan unida al negocio, más que considerarla como un pilar o una fuerza que les impulsa a salir adelante.

²² DI SILVESTRE, María Cristina. Op.cit. Pág. 104.

IV. La crisis, sus efectos y los 'salvavidas'

Dos de las mujeres entrevistadas comenzaron su microempresa durante la década del 2000, por lo que no alcanzaron a vivir la crisis asiática, sino sus efectos, y se instalaron cuando se estaba llevando a cabo la recuperación económica en el país. Sin embargo, la crisis acontecida en 2008 sí la vivieron todas, aunque no les afectó tanto como a las empresas más grandes. Pero, antes de continuar, es importante conocer sobre esta situación.

El año 2008, así como buena parte de 2009, serán recordados por la presencia de una crisis financiera muy fuerte, que no sólo afectó a Estados Unidos, el país donde se originó, sino a todos aquellos que tenían vínculos comerciales con él, entre ellos, Chile.

“La crisis se refleja principalmente en que la gente pierde la confianza en el sistema y prefiere no gastar y ahorrar, disminuyendo las compras en supermercados, tiendas por departamentos y comercio en general. Muchos de los productos que dejan de comprar son producidos por pequeñas y microempresas, por lo que finalmente se afecta su producción y deben cerrar, no reciben crédito, se desfinancian y quiebran”, señala Benigno Arriagada, consultor en Gestión y Emprendimiento de Corfo,

¿Por qué surgió la crisis?

Se originó debido al no pago de los créditos hipotecarios de alto riesgo en EE.UU. En 2006, estos créditos equivalían al 20% del total de créditos hipotecarios de dicho país, y llegaron a representar un monto anual de US\$600.000 millones (*). El no pago de estos créditos, más las consecuencias que esto trajo para bancos, inversionistas y el mercado financiero estadounidense, repercutió en el exterior. Además, el sector inmobiliario disminuyó la construcción de viviendas, por lo que también cesó la importación de materias primas e insumos en Chile y otros países exportadores, según Benigno Arriagada.

En nuestro caso, la disminución en las ventas y precio del cobre tuvo efectos directos en la economía interna y crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), lo que repercutió en el sector empresarial.

(*) **Fuente:** Machinea, José Luis. La crisis financiera internacional: su naturaleza y los desafíos de política económica. Revista Cepal 97, Abril 2009. Pág. 39. <www.cepal.org/publicaciones/xml/7/35847/RVE97Machinea.pdf> Revisada por última vez el 14 de noviembre de 2009.

Ministerio de Economía.

Sin embargo, una de las estrategias llevadas a cabo por el Banco Central a comienzos de 2009 fue bajar las tasas de interés de un 8,25% a un 7,25% (el 8 de enero) y, luego, del 7,25% a un 4,75% durante el 12 de febrero. Esto permitió, entre otras cosas, que las Mipyme pudieran acceder a créditos más ventajosos, ya que la cuota a pagar era mucho más baja. De este modo, las micro y pequeñas empresas podían producir, comprar y vender más productos, paliando el riesgo de inflación.

Respecto a la presencia que las microempresas tuvieron durante la crisis de 2008, el estudio realizado por la OIT y Sercotec recoge los datos del Informe de Resultados de la Sexta Encuesta Laboral de 2008 (y publicada en 2009) y señala que las empresas formales que tomaron la medida de despedir trabajadores para enfrentar la crisis fue de 19,8% para las microempresas y 19,1% para las pequeñas, mientras que la cifra subió en el caso de las medianas (28,4%) y grandes empresas (27,8%). “Estas cifras indican que el sector de las MIPES, a pesar de sus bajos ingresos, jugó un papel importante en estabilizar la situación del empleo durante la crisis”, enfatiza el estudio ²³.

Sin embargo, las microempresas no tienen una vida muy larga. Según la Encuesta Longitudinal de Empresas, esta alcanza un promedio de 10,6 años, aunque esta cifra no se aleja mucho de la que las empresas pequeñas (12,2 años) y medianas (13,7 años) obtuvieron. Asimismo, la tasa de las microempresas que se crearon y registraron en el SII durante el año, entre los años 1999 y 2006, fue de 15% en promedio, y su tasa de destrucción en el mismo periodo llegó al 12% ²⁴. Esto demuestra que no son muchas las que logran establecerse en el tiempo, por lo que ofrecerían un empleo más bien inestable.

Óscar Mac-Clure, en su ensayo “Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo?”,

²³ OIT y Sercotec. Op. Cit. Pág. 33.

²⁴ OIT y Sercotec. Op. Cit. Pág. 31.

publicado en 2003, señala que esto depende del tipo de microempresa que se instale y enumera cuatro tipos, según su rentabilidad -calculada a partir del margen de utilidad obtenido: si es menor del 10% o negativa, se trata de una ME de baja rentabilidad y, si es superior, es de rentabilidad alta- y su escala de operación -se relaciona mucho con los resultados económicos de la microempresa y se mide de acuerdo a las horas totales de trabajo mensual. El autor señaló 240 horas, es decir, ocho horas de trabajo de lunes a domingo, considerando la labor de un TCP solo o junto a un ayudante- ²⁵. Los tipos serían microempresas: rentables y de alta escala; rentables de baja escala; no rentables de alta escala y no rentables de baja escala.

- Las primeras son, por ejemplo, microempresas que poseen la capacidad de crecer y consolidarse. Además, suelen contratar asalariados.
- Las segundas son emprendimientos comenzados por un TCP en los rubros de producción o servicios. Como el trabajo lo realiza una persona, no suelen otorgar muchos empleos, pero son microempresas relativamente fáciles de instalar. Este podría ser el caso de Katherine Olea y Katydeas.
- Las terceras son, generalmente, las ME del rubro del comercio o costura, cuyas horas de trabajo suelen ser muy altas y su margen de ganancia no es el mejor. En esta categoría podrían entrar Doris, Cynthia y Patricia.
- Finalmente, el cuarto tipo agrupa a emprendimientos de subsistencia, que son los que usualmente realizan las mujeres en situación de vulnerabilidad.

“El comportamiento de las microempresas durante las crisis económicas no es homogéneo y, por

²⁵ MAC-CLURE, Óscar. “Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo?”. Artículo publicado en revista Proposiciones, vol. 32. Ediciones SUR, Santiago, Chile, 2003. <<http://www.sitiosur.cl/r.php?id=433>> Revisado por última vez el 4 de julio de 2010.

tanto, su efecto en relación con el empleo es heterogéneo. No todas las microempresas son una solución a los problemas de desempleo, pero algunas de ellas probablemente ofrecen una buena alternativa, y otras al menos un pequeño paliativo transitorio”, afirma Mac-Clure.

En este sentido, las microempresas de subsistencia (baja rentabilidad y baja escala) serían las más proclives a desaparecer en un periodo de crisis económica, pues no tienen un plan de negocios definido y su único objetivo es generar recursos a corto plazo. Sin embargo, la psicóloga Solange Hering señala que, aunque una crisis puede afectarlas muchísimo, “son más flexibles, porque ellas viven al día, o sea, todos los ingresos que vienen, como son empresas chicas, son ingresos diarios, entonces no es como una empresa que tiene que ver todo lo que es sueldos y otros gastos, generalmente es para comprar cosas para el diario vivir (...) Es más un apoyo para la familia”. En este sentido, estos emprendimientos son relativamente sencillos de iniciar, por lo que pueden generar ingresos de manera temporal.

Por otra parte, las empresas rentables y de alta escala, por su nivel de desarrollo alcanzado, no suelen surgir de la nada, ni en periodos de bonanza ni en los de crisis, pero suelen mantenerse bien en dicha épocas, por lo que son importantes a la hora de generar empleo.

Las microempresas rentables y de baja escala buscan ejercer un oficio más que desarrollar un proyecto de empresa. Por ende, su éxito depende de sus clientes más que de sus estrategias. “Su gestión es reactiva en relación con el mercado, por lo que en situación de crisis de la economía, sus posibilidades de subsistir dependen de los nichos en que estén insertas”, explica Mac-Clure en su ensayo.

Katherine ha tenido suerte hasta el momento, porque la crisis económica de 2008-2009 no le afectó mayormente: “Uno ve, hay crisis y toda la gente está igual. O sea, a fin de mes todos tienen plata. Antes de fin de mes, nadie tiene. Es como algo ya normal y nosotros, bueno, no vamos a la feria en los últimos días del mes (...) A fin de mes, o la primera semana del mes, todos tienen plata, pero eso de la

crisis no nos afectó”. Ya les ha pasado en varias ocasiones que la gente que ellos creen que anda sin dinero llega y compra sin problemas. “Y no lo piensan tanto. '¿Te gusta, cuál te gusta?' le preguntan a sus hijos, 'Toma', y sacan todos los billetes, jaja”, cuenta Katherine.

Finalmente, los emprendimientos poco rentables y de alta escala tienen altas opciones de cerrar, según Óscar Mac-Clure, debido a que la crisis puede disminuir los bajos ingresos que pueden tener desde antes. “Sin embargo, en las entrevistas realizadas se observa que se trata de microempresarios que llevan a cabo una gestión que aprovecha oportunidades y adopta decisiones oportunas y a corto plazo. En tiempos de crisis económica, esto puede constituir una fortaleza, aunque ello no contribuya a desarrollar un negocio sustentable a un plazo más largo”, indica.

Ni Doris Peña ni Cynthia Llana -cuyos emprendimientos destacan en el rubro comercial- sufrieron bajas durante 2008 y 2009. “Todo el mundo se quejaba de que estaba en crisis, pero yo siempre les decía: 'Para mí no hay crisis'. A lo mejor por ser hija de Dios, pero es que en ese tiempo mi negocio incluso necesitaba más mercadería, era más lo que la gente pedía. Durante la crisis yo vendía mucho más”, asegura la primera, mientras que Cynthia jura que sus ventas se han doblado: “Yo pensé, con la crisis y todo lo malo que había, 'Esta cuestión se va a ir a la punta del cerro'. Pero la verdad es que, al menos a mí, se me ha recuperado bastante. Todas las amigas que tengo que tienen negocio me dicen que la cosa está mala, y a mí al contrario (...) O sea, antes vendía 30 ó 40 y ahora vendo 80, 90, como te decía, del 50 por ciento al 100 por ciento”.

La comerciante también indica que sus ventas aumentaron luego del terremoto sufrido el 27 de febrero de 2010, aunque esto puede tener explicación en el hecho de que muchos negocios y supermercados cerraron o sufrieron grandes daños, y la gente necesitaba abastecerse con alimentos no perecibles. Los almacenes de barrio jugaron un papel muy importante como abastecedores, por lo que el aumento en sus ventas es comprensible.

Según Benigno Arriagada, consultor en Gestión y Emprendimiento de Corfo Ministerio de Economía, esto puede tener explicación en el modo en el que cada microempresa funciona, el tipo de productos que vende y la clientela a la que llega. “Las empresas se mueven en un entorno sistémico, vale decir, de equilibrios permanentes; esto es, mientras a algunas con las crisis les va muy mal, otras, sin embargo, se adaptan, cambian su estrategia o bien pertenecen a un nicho en el cual se incrementa la demanda. En el caso del comercio, la gente sigue comprando y sigue comiendo”.

El nicho que Katherine -dueña de Ktydeas- eligió es bastante bueno, pues ha tenido gran aceptación por parte de su clientela, ya que no vende juguetes, sino mobiliario especial para que los niños puedan jugar y estudiar en su propio espacio. Eso es lo que la gente comprende: “A veces dicen 'Tengo que comprarlo, porque mi hija no tiene y tengo que comprarlo'. Como una obligación. Yo dije: 'Ah, ¡qué bueno!', porque en todas las casas, si uno se pone a pensar, todos los niños tienen que tener un lugar donde hacer sus tareas”. Aunque no se trata de alimentos no perecibles, es un producto que la gente considera útil para su familia y su hogar. Por lo mismo, la mueblista no sufrió con la contingencia económica.

“Hoy en día, se habla de que las crisis son mas bien permanentes y ya casi no hay ciclos, las microempresas siempre están en crisis mientras están en etapas de desarrollo temprano hasta que alcanzan su consolidación”, asegura Arriagada. Esto puede ser poco alentador en un comienzo, pero lo bueno es que existen opciones que las microempresarias pueden tomar, tal como los famosos “capitales semilla” (es decir, pequeños aportes en dinero para invertir en el negocio), capacitaciones, microcréditos y programas de instituciones dentro y fuera del gobierno, entre otros. Todo eso puede ayudar a que el periodo de crisis permanente sea menor.

Algunos datos que señalan recesión o crisis en una empresa o microempresa son los indicadores de

consumo, por ejemplo, que las cuentas de luz o agua disminuyan por la menor actividad de las máquinas y equipos. “En general, los ciclos de vida de la microempresas son más bien cortos y la recuperación se puede notar al cabo de seis meses”, afirma el consultor en Gestión y Emprendimiento de Corfo Ministerio de Economía.

Por otro lado, algunas microempresas sintieron la crisis de manera fuerte, sobre todo las que ya tenían problemas desde antes. Es el caso de Patricia, quien afirma que a su trabajo le fue muy bien mientras estaba el general Pinochet y, cuando asumió Patricio Aylwin a la presidencia, empezó a disminuir. “Entonces después, cuando hicieron esta famosa cosa del intercambio con los chinos y tanta cuestión, es cierto que ayuda pero también perjudica. Cuando empezaron a llegar, ellos trajeron todo lo más barato, lo más *botado* y la gente comenzó a ver eso. Y las mismas tiendas les compraron a ellos y se empezó a acabar la cosa”, afirma.

Las importaciones se convirtieron en un obstáculo difícil de sortear, debido a que su precio es mucho menor. Como le ocurrió cuando comenzó a trabajar con la diseñadora Isabel Castro (quien participó en el programa Música Libre). Patricia le diseñó vestidos de alta costura para pasarela, los que tuvieron una buena acogida. “Seguí un poco más y después, como murió su marido, quedó sola, sus hijos ya estaban grandes y no seguí con ella por lo mismo, porque deshizo su *boutique* un poco, se asoció con otra señora que traía la ropa de afuera, entonces ya no compraban de acá, era todo importado”.

Por lo mismo, la crisis afectó a Patricia, intensificando los problemas que ya tenía desde antes. Esto porque ella, en vez de vender al detalle (es decir, a personas), vende en grandes cantidades a comercios, empresas más grandes, etcétera, ya que cuenta con las máquinas y las personas para confeccionar prendas al por mayor. Y, como son de buena calidad, son algo más caras que las que vienen de otros países. Algo similar puede haberle ocurrido a otras microempresas con características similares.

“Este año que pasó [2009] hubo algo que hacer, pero fue la nada misma. Tú sabes que todas estas cosas importadas vienen baratas y las puedes pagar en muchas cuotas de hasta mil pesos. Y la gente prefiere eso (...) Yo siempre he dicho: 'Mientras no termines de pagarla, la prenda no es tuya' (...) La gente no ve eso, ya no le interesa la calidad, solo les interesa que sea barato y bonito. Pero no tiene idea de qué tipo de algodón es, no saben si se les va a poner *pillling*, no tienen idea de nada”, explica la confeccionadora, con resignación.

Ella tiene una idea optimista respecto a las dificultades que le ha tocado enfrentar; quizás por eso es que se ha mantenido desde hace tantos años en el rubro. “Gracias a Dios, en mi vida he pasado necesidades y ha sido más que bueno. Igual es un 'gracias a Dios' porque sé que, cuando estoy arriba y estoy bien, tengo que dar más gracias por tener lo que tengo. Cuando uno está mal, también tiene que agradecerlo: uno lo sopesa en ese momento y pone en la balanza lo bueno y lo malo, y hay que hacerlo porque las dos cosas sirven”.

Financiamiento para microempresas: una ayuda importante

Patricia Moya compró la mayoría de sus máquinas en un local especializado con la tarjeta de una casa comercial. “Mi hermana mayor me ayudó con la tarjeta. Es que está la Casa de la Costura, que se dedica a la venta de máquinas, y las vas pagando en cuotas, igual como en una tienda. Me acuerdo que pagué la cuota de 19 mil pesos, era holgada; ahí pude tener una y después compré la otra, y así *poh*, pero la máquina industrial la compré al contado (...) Tienen todas las tarjetas que quieras para poder comprarles”.

Sin embargo, ese tipo de créditos puede resultar peligroso. Patricia ha pedido algunos, pero no ha podido pagarlos debido a sus bajas ventas. “El año pasado, con lo mal que estuvieron las costuras,

había que seguir sustentando la casa, pagar el arriendo, los gastos de la casa y el mismo préstamo, ¿y de dónde sacaba? Tenía que buscar otro [préstamo] y me iba dando vueltas. Hacía algún trabajo, lo iba cubriendo un poco, ahí pagaba otra cosa...”, cuenta.

Un temor similar tiene Katherine. Por eso, su principal fuente de financiamiento fue un 'capital semilla' que recibió después de finalizar un curso de capacitación. “El empuje fue el de las herramientas, eso que nos dieron en esas clases, pero nada de crédito. No queremos nada. Pablo ha estado con unos problemas de financiamiento, está sobregirado. Entonces, endeudarnos más, no”, enfatiza.

La mueblista apuesta por los subsidios y los ingresos que genera su microempresa. “Nos hemos movido con lo de Ktydeas, dejamos capital para comprar material, la ganancia para la casa, y así nos vamos moviendo. Pedir crédito no, tendría que ser a través de un concurso, o Sercotec, o un subsidio, esas cosas. Que nos regalen, jaja”.

En todo caso, hay más opciones aparte de las ya mencionadas. Por ejemplo, están los microcréditos.

Estos se originaron en la década del '70. Uno de sus impulsores más famosos fue el Grameen Bank de Bangladesh ('Banco de la Aldea' en bengalí), fundado por el economista y decano del Programa de Economía Rural de la Universidad de Chittagong, Muhammad Yunus.

Su método fue sencillo: entregar cierta cantidad de dinero a un grupo de cinco personas, con devoluciones semanales en cuotas muy pequeñas. Si alguien no podía pagar, el grupo entero perdía la posibilidad de obtener más dinero.

Sus objetivos fueron:

- Extender facilidades bancarias a mujeres y hombres pobres.
- Eliminar la explotación de los pobres a manos de prestamistas.

- Crear oportunidades de autoempleo para la vasta multitud de cesantes en la Bangladesh rural.
- Integrar a los desfavorecidos, en su mayoría, mujeres de los hogares más pobres, dentro de un formato organizacional que pudieran entender y manejar por sí mismos.
- Revertir el antiguo círculo vicioso de “bajos ingresos, bajos ahorros y baja inversión” a un círculo virtuoso de “bajos ingresos, inyección de crédito, inversión, más ingresos, más ahorro, más inversión, más ingresos”²⁶.

En Chile existen diversas instituciones que permiten replicar ese esquema, adecuado a la realidad del país, como Fondo Esperanza (FE), Fundación Contigo y Fundación Banigualdad, entre otros. Hay que destacar que algunas de estas instituciones entregan créditos a grupos de 18 a 25 personas. En otras, como en Fundación Contigo, entregan créditos individuales y para grupos más pequeños, de hasta cinco personas.

Por otra parte, los bancos comenzaron a entregar financiamiento para las microempresas a fines de los años '90, más o menos. Es el caso de BancoEstado Microempresas, institución que tiene más de 300 mil clientes.

No hay que confundir este tipo de financiamiento con los microcréditos: “El microcrédito es un pequeño financiamiento para pequeños negocios; lo que nosotros hacemos es darle financiamiento a la microempresa de acuerdo a sus posibilidades reales de pago. Entonces, no tenemos restringido un monto específico predeterminado por nosotros previamente, lo que hacemos es evaluar las condiciones reales de pago y las necesidades reales que tienen los clientes y nos adaptamos a eso”, explica Víctor Vera, jefe de Mercado y Competencia Gerencia Comercial BancoEstado Microempresas.

²⁶ Traducción propia tomada de la página web: <http://www.grameen-info.org/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=114> Revisada por última vez el 8 de abril de 2010.

La fundación Fondo Esperanza es una de las organizaciones que entrega microcréditos en Chile. Esta comenzó a funcionar durante 2003, bajo la metodología de Bancos Comunales (BC). Estos están conformados por un grupo de entre 18 y 25 personas que viven en el mismo sector y que se juntan de manera voluntaria para obtener microcréditos. Todos tienen sus propios negocios, pero son coavales solidarios a la hora de pagar los préstamos: esto quiere decir que, si un miembro no puede pagar, el resto paga por él o ella. “Esta metodología busca fomentar la organización y la solidaridad en las familias para el logro de objetivos comunes”, señala Juan Cristóbal Romero, gerente general de Fondo Esperanza.

Doris Peña es la presidenta de su Banco Comunal y señala, muy orgullosa, que le ha ido bastante bien. Incluso ha conseguido que más vecinos y vecinas formen sus propios grupos. “Mi banco nunca, nunca ha fallado. Llevamos seis años. En este momento tenemos 20 personas, hemos sido hasta 27, si no me equivoco. De hecho, hay muchos más bancos aquí, y todos los formé yo con la primera asesora que vino para acá. Entonces les hacía la entrevista, le ayudaba en hartas cosas [a la asesora]”.

La importancia de formar un buen Banco Comunal es enorme. Por eso, la comerciante se encargaba de consultarle personalmente a sus colegas si estaban realmente comprometidos y de preguntarles todos los datos necesarios “porque la gente, de por sí, le va a ocultar información a una persona que viene de afuera. Pero cuando somos iguales no me va a ocultar información, entonces yo hacía la primera entrevista y a la Gisela (la asesora) le decía después: 'Gise, ya, *sabís* que sí va'. Así teníamos gente segura, que fuera coaval solidario sin que nos dejara metidos, porque en esta cuestión, de repente, alguien se corre y paga el resto del banco”.

Cynthia y su familia también son parte de Fondo Esperanza. “Todos somos familia casi. Está mi abuelito, está mi abuelita -la pareja de él-, mi mamá, mi tía, mi prima (...) En total somos 21 y, de esos 21, como cinco o seis son amigos nomás. Así que no hay problema, nos llevamos súper bien, no hay

ningún problema de letras, de pagos, de nada. Somos todos puntuales. Una que otra se portó medio malita, pero la despachamos al tiro. Está *cortá*”.

Los montos a los que pueden acceder los socios y socias se entregan de acuerdo a un plan de crédito en el que se destaca el tiempo que llevan en la institución y las capacitaciones a las que han asistido. El primer crédito que se entrega a los microempresarios recientes es de \$55.000, cifra que aumenta a \$85.000 luego de tres meses y una vez que el primer préstamo está totalmente cancelado. Después de seis meses, reciben \$130.000 -para ese entonces, han asistido a más de 20 sesiones de capacitación- y así sucesivamente. Tanto Cynthia como Doris han llegado a pedir los microcréditos más altos.

Los requisitos para ingresar son: que sus socias(os) tengan un negocio funcionando por más de seis meses, que sean mayores de 18 años, que estén en condición de vulnerabilidad, que puedan demostrar capacidad de pago y tener el apoyo de un Banco Comunal de su comunidad. Dicom no es un factor importante a la hora de seleccionar a las personas, pero sí lo es el compromiso de participar en reuniones semanales del Banco Comunal, donde reciben capacitación en diversos temas.

“El papel que ha jugado Fondo Esperanza en el fortalecimiento de las microempresas de sectores vulnerables es muy relevante, así lo demuestra el 'Primer Estudio de Percepción de Impacto Social de FE', realizado en conjunto con Adimark-Gfk (2006), el cual mostró un incremento de un 28 por ciento en las ventas y un 20 por ciento en las ganancias para socias(os) luego de dos años de permanencia en FE”, señala Romero. Asimismo, agrega que el 'Estudio de Evolución de las Socias de FE', realizado por la Universidad Alberto Hurtado en 2008, reveló que los ingresos de las familias de socias(os) aumentan en un 50% después de recibir seis créditos (alrededor de dos años de permanencia en FE).

Fundación Contigo es una ONG privada sin fines de lucro, creada en 1989 bajo el modelo de Muhammad Yunus y el Grameen Bank. Tiene centros en las comunas de Lo Prado, La Cisterna y Buin

y su labor con las microempresas de la Región Metropolitana ha sido importante, “porque hemos podido levantar gente del nivel de subsistencia -no son de extrema pobreza, sino que apenas les alcanza para vivir con lo que hacen- y, hoy en día, desde hace unos cinco años a la fecha, tenemos clientes que se gradúan en Contigo, o sea que ya no nos piden un millón y medio de pesos, sino que se van a BancoEstado a pedirlo porque es más barato”, afirma Víctor Guerrero, director ejecutivo Fundación Contigo, y agrega que gran parte de ellos 'evoluciona': “O sea, no tenemos clientes que pidan 200 mil y al otro año 200 mil, todos van hacia arriba”.

Para entregar el primer microcrédito, la fundación chequea que el solicitante sea microempresario, que lleve seis meses o más funcionando y si tiene un aval, entre otros datos. Luego se realiza una visita, se efectúa un análisis del flujo de dinero que tiene la microempresa y se envía al director ejecutivo quien, según los datos entregados, aprueba o rechaza la solicitud. Los montos a los que se puede acceder en una primera instancia van desde un mínimo de \$70.000 a un máximo de \$400.000. El aumento de los montos posteriores dependerá del comportamiento de pago de cada cliente.

Por otra parte, BancoEstado Microempresas ofrece una amplia variedad de productos para los microempresarios que acuden a pedir financiamiento. Algunos de estos son seguros, medios de pago diseñados especialmente para ellos (cuenta corriente, tarjetas de crédito y chequera electrónica, entre otros) y créditos adaptados a cada realidad. “Las necesidades de los microempresarios que, por ejemplo, se desarrollan en actividades de la agricultura, son distintas de aquellos que se dedican al comercio. Entonces, lo que ha hecho el banco es adaptarse a los ciclos de negocio en los que opera un agricultor, un pescador artesanal, un comerciante de feria libre, un taxista o un almacenero”, afirma Víctor Vera.

Los requisitos para acceder son tener un año de funcionamiento en la microempresa (formal o informal) y buenos antecedentes comerciales, y los montos que entregan son de \$100.000 hasta 60

millones de pesos, más o menos. Esta cantidad está relacionada con su capacidad de pago. Para eso, un ejecutivo acude a la microempresa, evalúa si la persona puede pagar el monto del crédito que solicita y después se establece un monto de cuota mensual en función de la capacidad de pago que entrega la evaluación.

En general, los microempresarios(as) invierten el dinero en capital de trabajo (como materias primas, mercadería e insumos) o activos fijos, que son herramientas, maquinaria, vehículos y estructura del local, entre otros. En todo caso, depende bastante del rubro: “Por ejemplo, un transportista, normalmente, va a invertir en activos fijos, pero un comerciante va a invertir en capital de trabajo”, señala Vera.

La fecha en que se solicita es importante también, según Víctor Guerrero, porque hay ocasiones en que es necesario obtener mercadería especial, como para el Día de la Madre, Navidad, Año Nuevo, Fiestas Patrias, etcétera. “En general, con nuestros créditos se compran de todo: hasta sitios y casas han comprado con nuestros créditos más grandes”.

La crisis, las instituciones y las microempresas

Según el jefe de Mercado y Competencia de BancoEstado Microempresas, dos medidas que tomaron para hacer frente a la crisis económica de 2008-2009 fueron: adaptar las condiciones de financiamiento para los diversos rubros y desarrollar estrategias para adaptarse a las nuevas condiciones de mercado. Así, durante marzo de 2009 bajaron las tasas de interés para las microempresas; crearon productos muy relacionados con la coyuntura (Ordena tu Deuda, Guarda de Granos, Renovación Vehículos Licitados); efectuaron ferias para clientes de un segmento, en las que

ofrecieron soluciones financieras para sus negocios en condiciones comerciales muy competitivas, y aumentaron la cantidad de créditos para capital de trabajo y liquidez.

Respecto a Fundación Contigo, Víctor Guerrero señala que están habituados a ese tipo de situaciones. “Una de nuestras virtudes es la resiliencia. Internamente, siempre hemos tenido crisis de liquidez, una o tres veces al año. Hay un momento en que [decimos]: 'Área comercial, deténgase, no se puede atender a más clientes'. Eso nos ha pasado siempre, entonces es algo a lo que estamos acostumbrados y reaccionamos rápido porque somos chiquitos”.

Sin embargo, aumentó la cantidad de clientes que no pudo pagar los créditos, algo que no ocurre con frecuencia. “La crisis financiera que acabamos de pasar nos pegó claramente en la mora, o sea, nosotros manejamos estándares muy buenos y ahora no son tan buenos, pero si pasamos de recuperar el 97 por ciento de los créditos, pasamos a recuperar el 94,5 por ciento, algo así. Ese fue el impacto que tuvo. Se siente, pero no es catastrófico”, indica.

En la fundación atienden a micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. De ellas, las que más sufrieron fueron las medianas. Guerrero explica que “a todos los almacenes grandes, por ejemplo, no les fue tan bien. Los más grandes salieron del chaparrón, pero a los intermedios les fue mal. Entonces claro, a nosotros no nos pagaron o se atrasaron mucho, y al final del año uno, como institución, tiene que absorber contablemente esas pérdidas”.

Eso sí, es reconocida en las tres instituciones la responsabilidad que demuestran los y las microempresarias cuando se trata de cancelar los préstamos del microcrédito o financiamiento. Sin embargo, esto no sólo se da en Chile y se basa, principalmente, en la gran posibilidad de surgir que ofrece este tipo de financiamiento cuando no se puede acceder a otras opciones. Muhammad Yunus, en su libro “Hacia un mundo sin pobreza” (edición año 2000), cuenta que: “Me sorprendió descubrir que el reembolso de préstamos sin garantía funciona mejor que cuando la garantía es importante. De hecho,

más del 98% de nuestros préstamos son reembolsados, porque los pobres saben que esta es la única oportunidad que tienen para escapar de la miseria. Si quedan excluidos de este sistema de préstamos, ¿qué harían?”²⁷.

Juan Cristóbal Romero, ejecutivo de FE, comenta que “los préstamos que otorga Fondo Esperanza a sus emprendedores registran una tasa de devolución cercana al 99 por ciento”, lo que se condice completamente con lo expresado por Yunus.

Para Víctor Guerrero, el comportamiento de pago de sus clientes es, generalmente, bastante bueno. “Pagan bien, pero ojo, este es un negocio riesgoso. No es que paguen bien porque paguen bien, hay un porcentaje 'equis' que siempre se está cobrando; entonces, al cliente que se atrasa el día uno, lo estamos llamando en la tarde: '¿Qué le pasó, doña Juanita? Explíqueme, por favor, cuando va a venir', etcétera. La cobranza es activa, nosotros hacemos todo el proceso”.

También destaca que el porcentaje de recuperabilidad que tiene la fundación es bastante alto en comparación con los de otras instituciones, ya que se trata de productos diferentes. Por ejemplo, está el hecho de que, en vez de trabajar con Bancos Comunales, en Fundación Contigo ofrecen créditos más altos de forma individual. “Cuando hay 20 ó 30 personas para responder por una cuota de otro que no pudo, el riesgo se minimiza casi a cero. Entonces, es natural que el repago, como se llama, sea casi del 100 por ciento. Acá no, yo tengo muchos clientes individuales. Si una persona se complica, le puedo cobrar a él y a su aval nomás, no al resto de las personas, que no existen. Nosotros somos un poquito más jugados en ese sentido”, señala.

Víctor Vera también destaca el comportamiento de pago de los microempresarios. De hecho, el índice de morosidad²⁸ que tiene BancoEstado Microempresas alcanza, en promedio, el 1,6%. O sea, si

²⁷ YUNUS, Muhammad; Hacia un mundo sin pobreza, traducción de Pablo Azócar. Editorial Andrés Bello. Pág. 123. Santiago, 2000.

²⁸ Corresponde al total del dinero no pagado por cuotas, que tiene un atraso de entre 30 y 90 días.

se suma el dinero no pagado y se compara con el total del dinero que se ha prestado, sólo una pequeña fracción se encuentra morosa.

Según el ejecutivo, esto depende de las características propias de la demanda de los clientes y las características del banco. Lo primero, porque hasta el año 1996 no existía una oferta especialmente dedicada a la MYPE. “Por lo tanto, los microempresarios no tenían experiencia de pago y muchos de ellos no habían tenido nunca un crédito con un banco (...) Creo que gran parte del comportamiento de pago que poseen los clientes tiene también que ver con este acceso. Que, en palabras simples, se tradujo como 'Esto es una buena oportunidad, ¿no? El crédito es una herramienta de trabajo y hay que cuidarlo, por eso lo pago bien’”.

En el segundo caso, el hecho de que la institución se adapte al rubro de cada comerciante es algo que no sólo genera confianza, sino que sirve para organizar bien el dinero y el tiempo de cada microempresario. “De alguna manera, el banco asesora al cliente para que no se sobre-endeude, para que no tome productos que no le sirven, etcétera. Qué hace en el fondo: garantizar que la relación financiera sea de largo plazo. Por eso es que nosotros tenemos clientes que nos piden muchas veces varios créditos, porque han comprendido que el mejor financiamiento es aquel que se puede pagar y que es útil para gestionar su negocio”, afirma Vera.

Microempresarias: la clientela principal

En general, las personas que más toman microcréditos son mujeres. De hecho, Fondo Esperanza atiende a 39 mil socios, aproximadamente, de los cuales el 87% son mujeres. Asimismo, los préstamos que entregan poseen una tasa de devolución aproximada al 100%.

Eso es lo que explica Muhammad Yunus en su libro: que, gracias a que las cuotas son pequeñas y semanales, la persona paga tres meses seguidos y se siente impulsada a cancelar su deuda hasta el final.

“Este proceso paso a paso parece más fácil a los prestatarios que verse obligados a acumular dinero para pagar una suma importante, porque sus vidas están siempre en tensión, siempre son difíciles”²⁹.

El fundador del Grameen Bank también señala que el hecho de que estos microcréditos se le entreguen a las mujeres no es al azar pues ellas, cuando viven en la miseria, se adaptan más rápido que los hombres a la autoasistencia, son más eficaces a la hora de asegurar el futuro de sus hijos y son más constantes. Ellas se preocupan más por la familia que el hombre (Yunus, pág. 131).

A una conclusión similar llega, también, Verónica Lillo: “Las mujeres gastan todos sus recursos en el hogar y en sus hijos, a diferencia de algunos hombres que gastan su dinero en otras cosas tales como: salidas con los amigos, partidos de fútbol, trago, etc.”³⁰.

El gerente general de FE agrega que “Fondo Esperanza no ha realizado estudios respecto a la diferencia de comportamiento de pago entre hombres y mujeres, pero diversas investigaciones nacionales e internacionales han demostrado que, en sectores de pobreza, los ingresos de las mujeres son prácticamente en su totalidad invertidos en la familia, no así los obtenidos por los hombres”.

Además, son responsables a la hora de cancelar. En BancoEstado Microempresas no hay datos al respecto, pero el director ejecutivo de Fundación Contigo, Víctor Guerrero, enfatiza que el 70% de su clientes son mujeres, y que pagan mejor: “Creo que es porque la mayoría de las mujeres que tenemos tienen historias fuertes detrás. O sea, las que son microempresarias viven solas, o fueron mamás temprano o las dejó el marido; son muy pocas las clientes mujeres que están con nosotros que tienen una familia bien constituida, en todo sentido de la palabra. Yo creo que eso mismo le da una potencia interna a la persona para construir, para hacer cosas”.

²⁹ YUNUS, Muhammad. Op. cit. Pág. 164.

³⁰ LILLO, Verónica. Op. cit. Pág. 78.

V. Capacitación: aprendiendo a ser empresaria

Uno de los aspectos claves para que las microempresas se conviertan en un trabajo serio y estable a través del tiempo es la capacitación. Aunque las mujeres pueden salir adelante sin haber asistido nunca a un curso sobre administración o ventas, pueden encontrarse en desventaja respecto a otras microempresarias que sí han ido a uno o más. Las segundas cuentan con más herramientas para sobresalir en un mercado competitivo como aquel en el que se encuentran insertas.

Al principio, puede haber un poco de desconfianza y prejuicios por su parte, como le ocurrió a Katherine. “Llegué [a Acción Emprendedora] por mi esposo, él me decía '¿Por qué no vas?' y yo siempre le decía: 'No, qué me van a pescar', porque siempre pensé que era puro *pituto*, y a lo mejor uno tenía que ser pobre-pobre para que lo pescaran, pero no. Me inscribí y me llamaron. Después me vinieron a ver y me dijeron que había sido seleccionada para unos cursos”.

Existen diversas instituciones que ofrecen capacitaciones para microempresarios(as). Una es estatal: el Fondo de Solidaridad e Inversión Social (Fosis), que posee programas especialmente diseñados para emprendedores de escasos recursos, como Apoyo al Microemprendimiento y Apoyo a Actividades Económicas, entre otros, los que, además, entregan asesoría relacionada con su emprendimiento y un 'capital semilla' para financiamiento e inversión en sus microempresas. Uno de los requisitos que exigen es que los postulantes tengan aplicada la Ficha de Protección Social, con un resultado inferior a 11.714 puntos.

Hay otras como la Corporación de Fomento Productivo (Corfo), que entrega herramientas más especializadas a pequeñas y medianas empresas que posean proyectos innovadores; el Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec), cuya preocupación es permitir el acceso de las MYPE al mercado y promover el uso del diseño y la tecnología en sus productos para aumentar el valor agregado, entre

otras, y el Instituto de Desarrollo Agropecuario (Indap), que ofrece programas para microempresas relacionadas con el área rural, principalmente.

Sin embargo, con las instituciones que más conocen -como Fosis y Corfo-, las entrevistadas no han tenido muy buenos resultados. Es el caso de Patricia Moya, quien afirma que nunca recibió una respuesta favorable por parte de las organizaciones ya mencionadas, pues no cumplía con los requisitos. “Fui hace como cinco años atrás. Ellos dijeron que no entraba en el perfil y punto. No me dieron más explicaciones. Me vine muy desilusionada, porque tenía muchas ganas y toda la gente decía: 'Oye, pero Patricia, anda, anda, anda'. Yo fui, muy esperanzada por los comentarios de la gente, pero resulta que no es tan así”.

Cynthia Llana también acudió a Fosis, pero tampoco cumplió con lo que exigían. “Mi índice CAS no me da para nada *poh*, tengo un resultado muy alto por la plata que gano en el negocio, por mi casa, por los estudios. Porque ahora me aumentan mucho los estudios, yo tengo hasta octavo, pero mi esposo tiene hasta preuniversitario, con cuarto medio y todo el *atado*. Eso de verdad te tira *p'abajo*, porque la gente que tiene hartos estudios gana más *penca*”, cuenta muy molesta.

Un problema es que la negativa por parte de las instituciones disminuye el entusiasmo de las microempresarias que acuden a ellas; además, pierden la confianza en los beneficios que entrega el Estado y no vuelven a contar con esa opción por un tiempo, cerrándose así una puerta que podría estar disponible a futuro, bajo otras circunstancias. También les resta confianza el mal uso que algunos beneficiados pueden darle a estos apoyos, quienes se mal acostumbran a recibir sin hacer nada. “Aquí hay gente que no es solamente pobre, la pobreza no quiere decir cochizada. Y por cochinas les han dado 20 mil veces el Programa Puente, de esto y esto otro porque cuando hacen la ficha del índice CAS, por supuesto, ellos no tienen nada porque son, perdona, personas sucias. Separemos las cosas: sus hijos andan sucios y ellas también. Entonces dan una apariencia de ser muy pobres, pero son dos cosas distintas”, asegura Doris Peña.

No obstante, las responsabilidades son compartidas, y la que podría señalarse en las microempresarias es la falta de información. Por ejemplo, pueden guiarse más por los comentarios de la gente que les recomienda ir en vez de acudir a las instituciones y pedir orientación sobre subsidios, programas y requisitos (tomando en cuenta que, muchas veces, no tienen computador o tienen y no saben utilizarlo, por lo que buscar en Internet -aunque todos los datos estén publicados en el sitio web- queda descartado y, además, disponen de poco tiempo). En este sentido, es probable que las microempresarias tampoco sepan cómo llenar bien los formularios que se les solicitan o que no conozcan los objetivos que tiene cada institución, por ejemplo, que Fosis destina sus fondos sólo para actividades que ayuden a la superación de la pobreza o que Corfo se dedica a las Mipymes innovadoras, que se diferencian de negocios más comunes, como los almacenes y la costura.

Las municipalidades, al estar en contacto con la comuna y sus habitantes, son también un punto de partida importante para las microempresarias. La mayoría se ha acercado en algún momento a ellas para buscar ayuda. Sin embargo, ni Cynthia ni Doris señalan haber tenido buenos resultados, aunque programas no faltan.

Respecto a apoyos por parte de la Municipalidad de Cerrillos, Cynthia meneaba negativamente la cabeza y asegura que “no hay nada para los que son de mediana situación, es todo para los pobres”.

Doris Peña, quien también pertenece a esta comuna, indica la misma situación: “Toda la vida esperé que me ayudara la municipalidad, cosa que nunca pasó, porque he visto cómo es aquí y creo que es injusto como se reparte la ayuda cuando la gente tiene necesidad”.

Lamentablemente, la Municipalidad de Cerrillos no se pronunció respecto a sus planes y programas.

Patricia cuenta que una señora le aconsejó que buscara información y viera en Internet, pero la confeccionadora no sabe utilizar esta herramienta. “Traté de meterme, no supe cómo hacerlo porque

todavía no me manejo bien con todo lo que es Internet. Voy a ir, a lo mejor, en persona a la municipalidad, vi que se cayó, están haciendo arreglos todavía, entonces a lo mejor aún no atienden. No quiero ir todavía, mejor espero un poco”, duda.

Es importante que las mujeres se atrevan a buscar financiamiento u otros beneficios y aprendan a hacerlo, porque no sirve de nada acudir a instituciones cuyo público objetivo no es aquel al que ellas pertenecen y, en ocasiones, lo que necesitan puede estar más cerca de lo que piensan.

Francisco Montecinos es el encargado de Fomento Productivo del Centro de Desarrollo Productivo (Cedep) Municipalidad de Maipú. Estima que en dicha comuna existen cerca de 12.000 empresas formales, donde destacan las patentes comerciales como una tendencia normal.

Entre los departamentos y ayudas que la Municipalidad de Maipú posee para apoyar a quienes viven en la comuna están la Oficina de la Mujer y el programa Mujeres Jefas de Hogar, que otorgan beneficios económicos, educacionales y sociales. Uno de los requisitos para postular es tener sobre 4.000 puntos en la Ficha de Protección Social porque, según Montecinos, las mujeres con puntajes inferiores tienen otros beneficios y objetivos que cumplir, siendo el principal la superación de la extrema pobreza. No menciona otro puntaje de tope.

Respecto a la naturaleza de sus ayudas, el encargado de Fomento Productivo en la Municipalidad de Maipú señala que “lo que el Estado y organizaciones como la nuestra buscamos es no invertir en la persona, sino en el proyecto, es decir, buscamos sustentabilidad, separar el concepto de empresa de la persona como lo dictan los principios contables. Si quieres tener un negocio exitoso, el paternalismo y la ayuda indiscriminada son el peor camino”.

Por lo mismo, la municipalidad se centra en tres pilares a la hora de beneficiar a las microempresas de su comuna: primero, la capacitación; segundo, la asesoría profesional, y tercero, la coordinación de recursos internos y externos para invertir en proyectos sustentables. “La mayoría de los casos busca financiamiento para vender más pero, para vender más, ¿sólo se necesita plata? No (...) La gente busca

siempre plata, y muchas veces ni siquiera sabe para que la quiere, además que hay que entender que no todos estamos aptos para desarrollar un trabajo independiente”, enfatiza Montecinos.

Por otra parte, asegura que es verdad que se destinan muy pocos recursos para apuntalar a las microempresas, ya que “siguen siendo programas como el Puente, Chile Solidario y los distintos departamentos sociales de las municipalidades los que absorben la mayor cantidad de recursos, dado que existen muchas necesidades básicas que deben ser atendidas”, lo que le daría la razón a Cynthia y Doris.

Aunque Katherine no acudió en busca de ayuda a la Municipalidad de Puente Alto -que es la comuna donde vive-, también existen subsidios y capacitaciones allí, pensados, sobre todo, para las Microempresas Familiares (MEF) que tienen negocios o proyectos innovadores. “El 75 por ciento de nuestros comerciantes MEF son mujeres, porque ellas quieren complementar el ingreso con el esposo, o porque viven solas y el marido las dejó, o porque tienen niños en edad escolar a los que no pueden dejar solos y hacen un negocio en su casa”, señala Sergio Vergara, encargado del Organismo Técnico de Capacitación (OTEC) del Departamento de Capacitación de Fomento Productivo Municipalidad de Puente Alto.

La Microempresa Familiar (MEF)

Es aquella que pertenece a una o más personas naturales que realizan actividades económicas en la casa habitación donde viven. Se permiten actividades lícitas o de prestación de servicios (como artesanía, comercio, talleres, etcétera) y se excluyen las que resulten molestas, contaminantes y peligrosas.

Nació gracias a la promulgación de la Ley N° 19.749 y beneficia a microempresas que no han podido formalizarse a pesar de estar funcionando y a quienes no han podido hacerlo debido a limitaciones en las normas de zonificación industrial o comercial.

Para que una microempresa sea considerada como MEF, debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Que la actividad económica que constituye su giro se ejerza en su casa.
- Quien desarrolle la actividad sea legítima(o) ocupante de la casa habitación familiar (casa propia, arrendada o cedida).
- Que no trabajen más de cinco trabajadores ajenos a la familia.
- Que su capital inicial efectivo -sin contar el valor del inmueble en que funciona- no exceda las 1.000 UF.

Fuente: Servicio de Impuestos Internos. <http://www.sii.cl/contribuyentes/empresas_por_tamano/microemp_familiares.htm> revisada por última vez el 1 de agosto de 2010.

Según el funcionario, los requisitos no discriminan respecto a la situación social de las microempresarias. Para postular, sólo deben tener carnet de identidad; vivir en la comuna; tener más de 18 años; que el negocio esté instalado en su casa, y pueden estar formalizadas, o ser informales y contar sólo con la idea del negocio. Eso sí, para acceder a subsidios, es obligatorio capacitarse.

En la Municipalidad de Puente Alto destacan cinco subsidios destinados a diversos beneficiarios y se entregan cada dos meses, más o menos. Hay para quienes están recién partiendo o para informales (se entrega en enero); para mujeres formales e informales (en marzo); para microempresarios formales, hombres y mujeres (en mayo); para jóvenes (en julio) y para proyectos innovadores, que se entrega durante todo el año. “Todos los subsidios son en dinero, la gente puede postular en dinero para insumos, para herramientas o maquinarias, pueden elegir uno de los tres (...) Los montos van entre 100 mil y 300 mil, por ejemplo. No es mucho, pero es para poder llegar a una mayor cantidad de personas”, asegura Vergara.

Respecto a si existe discriminación positiva en la municipalidad hacia las microempresarias que tienen menos puntaje, el funcionario indica que “aquí se apoya a la gente que le va bien. Si yo veo, dentro de la encuesta que le hacemos a las personas que postulan, que venden 100 mil pesos mensuales, no... Bajo puntaje (...) Por ejemplo, hay gente que tiene poca capacitación o que no conoce muy bien su rubro, poco puntaje. Si venden poco, bajo puntaje. Se apoya a la gente que le va bien”. Las personas que obtienen poco puntaje requieren otro tipo de ayudas para salir adelante, que pueden ser ofrecidas por otros organismos y programas.

También señala que las políticas asistencialistas quedaron atrás. “Aquí los subsidios se entregan desde hace varios años, lo que pasa es que hasta 2008 era una cosa más asistencialista: la gente venía, pedía, se estudiaba su caso, [se hacía] un informe social y se le ayudaba. Pero nada más. Desde el 2008 a la fecha, cambió a procesos de postulación: se subdividieron los subsidios durante el año, pero con postulaciones”. Esto se condice con lo que explicaba Montecinos, de la Municipalidad de Maipú,

además de Cynthia Llana y Doris Peña, sobre lo negativa que es la entrega de ayudas que, más que impulsar el crecimiento, mal acostumbran a la gente a recibir sin esforzarse por ello y, por ende, sin tomarle el peso a lo obtenido.

Existen otras opciones fuera del gobierno, entre ellas están Prodemu y Fondo Esperanza. La primera es una fundación de derecho privado creada a fines de 1990, con la misión de fomentar la autonomía y el ejercicio activo de la ciudadanía en mujeres con situación socioeconómica vulnerable, mediante cursos, talleres y alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas.

Hasta el año 2009 contaban con variados cursos, tales como: Formación de líderes y dirigentas sociales; Emprendiendo un proyecto de vida; Abriendo puertas al mundo del trabajo y Mejorando mi negocio, entre otros, todos de duración variable. El único requisito que se solicitaba era tener entre 18 y 65 años, pero desde 2010 se requiere, además del requisito de edad, tener la Ficha de Protección Social. Asimismo, la oferta de capacitaciones cambió pero, como una de las entrevistadas participó en uno de estos talleres, es interesante conocer la experiencia que se daba dentro de ellos.

“La metodología que se utiliza en todos los programas de la institución no es una clase, por eso tiene la connotación de taller, que tiene ejercicios prácticos y, a partir de estos, se instalan los temas formativos. A partir de un ejercicio vivencial, práctico, lúdico, compartido, algunos personales pero, en general, las participantes no van a una clase, no se sientan una tras otra. Cuando llegan, ya se les está esperando con la disposición de las mesas en círculo, para que nos miremos”, explica Claudia Torres, profesional de apoyo Región Metropolitana Prodemu.

“La dinámica de los equipos es de mucha conversa y de compartir, de evaluar, de analizar. En general, los equipos, cuando pueden, se acompañan. Entonces, eso hace que se generen dinámicas muy especiales en los talleres... A lo mejor están hablando de un tema de *pega*, de salir a buscar trabajo, de actitud frente a esto y va a salir un tema de violencia que una mujer va a compartir con el grupo. Y ahí

existe contención, se genera un proceso de fortalecimiento del grupo importante”, agrega Torres. Lo más importante era que ellas tuviesen ganas de participar y acudieran a las sesiones de manera regular.

Para llegar a ellas, contactaban a instituciones con las que tenían convenios o alianzas y las motivaban a participar. Otras veces, se acercaban mujeres de afuera para consultar por su trabajo. “Señoras que en la feria escucharon de Prodemu... 'Sabe qué, Prodemu es algo como de la mujer y yo quiero saber si aquí me pueden ayudar...' Siempre la gente llega con esa palabra': '¿Me pueden ayudar?'”, destaca Claudia.

Aunque Prodemu no es muy conocido mediáticamente hablando, en los lugares donde trabajan (alrededor de 11 sectores de la Región Metropolitana y en todas las regiones del país) son reconocidas por las mujeres que participan en sus capacitaciones y su entorno.

Fondo Esperanza es una fundación que, además de entregar microcréditos a través de Bancos Comunes, pone a disposición de sus socios la Escuela de Emprendimiento, donde realizan capacitaciones en las que los microempresarios(as) pueden fortalecer áreas relacionadas con su trabajo, consigo mismos y con su familia, entre otros.

“Con el propósito de entregar más y mejores herramientas de capacitación a sus emprendedoras, Fondo Esperanza creó la Escuela del Emprendimiento, la cual representa uno de los pilares fundamentales de apoyo para el desarrollo de pequeños negocios a personas de escasos recursos y para el empoderamiento de ellas”, afirma Juan Cristóbal Romero, gerente general de Fondo Esperanza.

Cuando se forma un BC, Fondo Esperanza realiza una sesión de diagnóstico, en la que se muestra cómo está cada uno en las cuatro áreas que la institución trabaja (Desarrollo del Negocio, Desarrollo Familiar, Desarrollo Local y Desarrollo Personal). A partir de los resultados, cada socio(a) elige qué área trabajará primero.

Cada vez que los Bancos Comunes -conformados por entre 18 y 25 personas- se reúnen, las

capacitaciones se llevan a cabo. “Fondo Esperanza se basa en la metodología del aprender haciendo, que se sustenta en un enfoque participativo y experiencial. Fundamentalmente desarrollamos una sesión educativa a través de la técnica del Círculo de Aprendizaje (Kolb)”, explica Romero. Gracias a ello, los participantes no sólo aprenden conocimientos teóricos, sino que llevan éstos a la práctica en su negocio.



Modelo de Kolb (Fuente: Fondo Esperanza)

Las reuniones de la Escuela se realizan semanal o quincenalmente, dependiendo de la etapa en la que se encuentre el BC. Los alumnos y alumnas reciben materiales de reforzamiento y tareas que deben cumplir, dependiendo del tipo de taller. Si no alcanzan el porcentaje de logro esperado, tienen sesiones de reforzamiento para conseguirlo, y cuentan con un guía que les explica lo más importante sobre la sesión a trabajar.

La capacitación dura, en total, tres años, posee 18 módulos educativos y las cuatro áreas de desarrollo antes mencionadas. Es gratuita, las sesiones duran alrededor de una hora y los horarios dependen con la decisión que haya tomado cada Banco Comunal. La importancia que Fondo Esperanza le da a este apoyo es muy alta, según explica el gerente general de la fundación: “Cuando un microempresario no puede asistir a las reuniones de capacitación puede poner en riesgo su continuidad dentro del BC”.

Juan Cristóbal Romero asegura que la actitud de las mujeres que se capacitan cambia mucho y para bien, y aprecian el valor que tienen los cursos para su labor: “Al final del ciclo las emprendedoras se sienten más seguras y confiadas, ya que la entrega de conocimientos y herramientas hace que puedan desenvolverse de una mejor manera en su trabajo. Hemos visto que la entrega de información para ellos es muy relevante porque aprenden a manejar su negocio y el dinero, entre otras cosas”.

Su utilidad en la práctica

Katherine se inscribió por primera vez en Prodemu, en el curso 'Mejorando mi Negocio'. Debido a que la metodología del curso era más conversacional, a la mueblista no le pareció tan bueno. “Me ayudó más o menos, era súper largo el curso, duró cuatro meses. Eran más charlas de mesa con las señoras que aprender, era como desarrollo de la mujer, me imaginé yo”.

En cierto modo, las capacitaciones cambian dependiendo de cuál es el público objetivo. Los talleres que ofrecía Prodemu estaban mucho más enfocados en fortalecer a las participantes respecto a su lugar en la sociedad en vez de ofrecer una capacitación más específica -que era lo que Katherine buscaba-. El público objetivo de Prodemu es el de mujeres de escasos recursos y baja participación social y Katherine no encajaba en ese marco, pues sí tenía opciones para participar de manera más activa en la sociedad y su nivel socioeconómico era y es mayor.

Sin embargo, según Claudia, varias de las mujeres que acudieron a estas capacitaciones egresaron muy felices y aprendieron de manera divertida los temas que se relacionaban con el taller. De hecho, la profesional de Prodemu explica que salen fortalecidas -tanto en temas formativos como en autoestima-, se sienten mejor que antes, más valoradas e integran lo aprendido en sus familias. Por eso la dinámica de conversación es tan importante en estas capacitaciones, porque a partir de las experiencias de las otras participantes van conociendo nuevos horizontes. 'Mejorando mi negocio' era más técnico que los otros talleres, pero la conversación estaba igual vigente.

Claudia comenta que, en algunas ocasiones, las mujeres que participan invitan a sus maridos. “Llegó un señor y se sentó atrás, estaba su esposa en el taller, y el caballero *metía la cuchara*, porque el tema era la familia y comunicación. Hablaba con un sonsonete bien *lateado*, como 'un grupo de mujeres está hablando tonteras'. Pues el señor terminó agradeciendo cuando finalizó la sesión, porque vino a una

cosa y se fue con otra: vino a escuchar a un grupo de viejas *copuchando* y se fue escuchando el corazón de un grupo de madres de familia”, recuerda.

Después de tomar el curso para mejorar su negocio, Katherine recibió un 'capital semilla' que invirtió en herramientas, pues antes hacía todo manualmente, sin instrumentos que le permitieran cortar o atornillar las fijaciones de manera rápida, y se inscribió en una capacitación que ofrecía la ONG Acción Emprendedora, donde aprendió a gestionar mejor su emprendimiento. Eso le ha permitido, por ejemplo, calcular cuánto debe pagarle a una persona por hora de trabajo y por cantidad de artículos.

“En el curso que hicimos nos enseñaron más o menos el valor de cada cosa que podemos cobrar por hora, entonces sabemos que, si le decimos 'Lija estos 50', va a ganar tanta plata. Para que no esté todo el día haciendo un mueble, va a ganar por ese mueble no más”, explica. De este modo, se asegura de que el trabajo está bien hecho y el dinero, bien pagado.

“Es como que va por los 10 mil, pero va a estar una hora o no sé cuánto con un columpio. Entonces les decimos: 'Usted va a ganar, por columpio lijado, 800 pesos'. Así, va a estar tratando de lijarlos y nosotros vamos a ver si le falta. Cuando trate de hacer más, va a querer 800 más, 800 más, a lo mejor ahí se gana las 10 lucas diarias, pero bien trabajadas. Entonces, por lo menos, ya sabemos los cálculos de las cosas”, asegura la mueblista.

Obstáculos a sortear

Muchas veces, las mujeres desean acceder a beneficios que instituciones como Sercotec y Corfo entregan. Sin embargo, no conocen tan bien su microempresa como para ser elegidas. Por ejemplo, antes de capacitarse, Katherine postuló a un fondo que otorgaba Sercotec y, debido a que las preguntas eran muy específicas, no quedó. “Pero ahora, por lo menos, he avanzado más en cuando a qué

responder en las preguntas que ponen sobre la debilidad del negocio, la competencia, todas esas cosas que antes yo no veía: ¿Qué competencia? Para mí era 'Si se vende, se vende'. Pero ahora estoy mirando la competencia, la publicidad, qué hacer para vender mi producto, porque antes tenía los conceptos en la cabeza, pero no aplicados en el negocio”, cuenta.

Para Doris Peña fue casi igual. Ha asistido a varios cursos en la Escuela de Emprendimiento de Fondo Esperanza y se declara muy satisfecha con todos los conocimientos adquiridos: “Yo tomo todas las oportunidades que sean [para el] negocio, para saber cuáles son sus debilidades y fuertes, porque yo no entendía nada. Me hablaban de esas cosas y yo no sabía qué era. Pero cuando fui allá [a la Escuela de Emprendimiento], aprendí”.

Según la investigadora Verónica Lillo, “las mujeres reconocen como enormes facilitadores para el desarrollo de su microempresa la asistencia a cursos de capacitación y asesorías. Mencionan especialmente la capacitación técnica como una de las formas de aprender más sobre su actividad y perfeccionar las habilidades y técnicas en torno a ésta”³¹. En el caso de las entrevistadas, sólo Doris desea aprender más sobre su área, que es el comercio, mientras que Katherine y Patricia prefieren capacitarse en temas de administración y gestión de su microempresa, porque es ahí donde consideran que están sus debilidades, puesto que sus labores ya las conocen bien. Cynthia, en cambio, prefiere desarrollarse dentro de otros rubros.

Patricia Moya nunca se capacitó, ya que no buscó información sobre talleres u otras instituciones aparte de las estatales (fue a Corfo y no la aceptaron por no cumplir los requisitos). Sin embargo, el tema es importante para ella pero, como se mencionó antes, no desea aprender más sobre su trabajo: “Le doy gracias a Dios, y no es como soberbia, porque, en cuanto a costura, no me queda nada por

³¹ LILLO, Verónica. Op. cit. Pág. 98.

aprender. Pero sí me gustaría aprender a manejar el negocio, qué hacer, cómo tirar *p'arriba*, lo que tiene que ver con la contabilidad de éste (...) Una capacitación que me ayudara a cómo hacer, de mi negocio, lo que tantos años he soñado. Levantarlo, que surja... Ya no quiero estar sentada en una máquina”.

Cynthia Llana tampoco se ha capacitado, pero es por otros motivos. Tuvo la oportunidad cuando recibió una llamada de Fondo Esperanza (entidad en la que participa) para ingresar a un curso, pero no pudo participar por culpa de un malentendido. Resulta que, cuando llegó a la sucursal en la que debía presentarse, los administrativos no sabían nada al respecto. Por eso, decidió no ir cuando la llamaron al mes siguiente. “No quise, porque ya con lo que me había pasado dije '*¿Pa'* qué ir a presentarse de nuevo a hacer el mismo *ata'o'*?. Aparte, por lo que me dijeron otras amigas que están en cursos de capacitación, hay que tener tiempo y a mí me falta cualquier cantidad, aparte que *tenís* que hacerte el tiempo de ir a las clases, que son en la tarde”.

El horario es uno de los obstáculos que tiene la comerciante para inscribirse en una capacitación, además de la desconfianza que le genera la idea de una nueva descoordinación al interior de la organización. No es sólo por haber perdido el viaje, sino el hecho de que no puede tener siempre a su mamá como cuidadora del negocio, cerrarlo por unas horas le significa menos clientela y, por ende, menos ingresos. Antes de inscribirse, tiene que hacer algunos cambios en su local y su horario de trabajo que aún no está preparada para enfrentar.

Aunque se ilusionó mucho con la primera llamada, el malentendido le hizo volver a la dura realidad. “*Sabís* que tenía hartas ganas, porque le sirve a una como persona, de todas maneras, porque uno nunca termina de aprender pero, desgraciadamente, no se dio la oportunidad. Qué le vamos a hacer. Más adelante, a lo mejor, puede que se dé la oportunidad, teniendo a mis hijos más grandes, para que ya puedan cuidar el negocio”, anhela.

Un tema a debatir

En general, puede darse por sentado de que la capacitación, por ser gratuita, accesible y llena de datos importantes, es la mejor opción. Sin embargo, se trata de un tema que merece ser debatido, ya que hay diversas posturas.

En Fundación Contigo realizaban capacitaciones a los microempresarios que solicitaban microcréditos. Sin embargo, cuando el presupuesto se les redujo durante la crisis, decidieron dejar de lado esta área. “Hay un tema de fondo también, que es si se necesita o no la capacitación. Nosotros nos cuestionamos, y bueno, cada institución tiene sus premisas, pero sentimos que la capacitación es necesaria cuando el ciclo del negocio lo requiere”, expresa Víctor Guerrero, director ejecutivo de Fundación Contigo.

En el fondo, no es que esté en contra de las capacitaciones, sino de ofrecerlas de manera obligatoria. Cada uno tiene su ritmo. “Como hicimos por muchos años capacitaciones, sabemos que a veces la gente no llega (...) Evalúan muy bien su tiempo y su costo/oportunidad; entonces me he dado cuenta, después de seis años en este tema, de que cuando la microempresa recién nace necesita un empuje, alguien que les diga cómo hacer las cosas, etcétera, pero llega un momento en que tienen tantas ventas que ya no quieren capacitarse, que no les está sirviendo”.

Guerrero, después de comentar la experiencia de algunos clientes que llegaron a la fundación porque en otros lugares les obligaban a capacitarse, deja algunas preguntas sin respuesta. Depende de cada microempresario(a) responderlas según sus necesidades e intereses. “¿Por qué les aburre el tema? La pregunta es esa. Yo creo que es porque no lo necesitan, sino estarían pendientes de eso (...) En general, los chilenos decimos 'Ay, qué rico que se capacita la gente', pero ¿lo necesita, lo quiere, le estamos haciendo un bien o un daño? ¿Les estamos quitando tiempo o ventas? Es un tema mayor al que darle vueltas”.

Katherine y Doris han tenido una buena experiencia al respecto, y tanto Patricia como Cynthia están dispuestas a capacitarse. Sin embargo, si son sesiones obligatorias o ponen en riesgo su acceso a los microcréditos, afectan sus ventas o su rutina laboral, es mejor dejar abierto el debate.

VI. El camino difícil para llegar más lejos

El sector microempresarial ofrece una buena oportunidad para las madres que quieren estar cerca de sus hijos, sobre todo ahora, ya que se puede acceder a muchos más beneficios que hace una década atrás en el ámbito de las capacitaciones, financiamiento, asesorías y seguimiento, entre otras. Sin embargo, todo depende del rubro que se elija, de los conocimientos que cada microempresaria tenga sobre la gestión de su negocio, la administración de su tiempo y dinero y la publicidad de su trabajo. Sin una buena base es muy difícil avanzar y, más que un camino para independizarse, es posible que la microempresa se transforme en una nueva forma de esclavitud.

Eso sí, cabe destacar que todas las mujeres y jefas de hogar, con o sin ayuda, sacan fuerzas para salir adelante con la familia, el negocio y su propia vida. El hecho de desarrollar un emprendimiento solas, de mantenerlo y poder pagarle los estudios a sus hijos e hijas, demostrarse a sí mismas y a los demás que son capaces de hacer productos de calidad, emplear a más personas y, en algunos casos -como los de Doris Peña y Cynthia Llana-, vencer la tendencia a aislarse en su propio mundo para compartir con más microempresarios(as), son ventajas que cambian su vida y aumentan su autoestima.

Esto, a la larga, tiene un efecto positivo en el sector microempresarial, pues con emprendedoras más seguras, su presencia en este sector puede aumentar y, con ello, puede mejorar la situación socioeconómica de más familias chilenas. Asimismo, una mayor confianza en ellas mismas estimula las ganas de crecer y mejorar en el negocio, por lo que habría más posibilidades de que contrataran gente y ofrecieran más empleos.

Claro que no es llegar y lanzarse a la aventura con la confianza de que todo irá bien, porque no es así. Por lo mismo, además de tener ganas de emprender, una buena información antes de dar el gran paso es fundamental. La capacitación es muy importante, pues permite que las mujeres adquieran más

conocimientos acerca del buen manejo de su emprendimiento. No todas los poseen desde antes (por ejemplo, gracias a padres, parientes o cónyuges comerciantes o que conocieran su rubro); por lo menos, ninguna de las cuatro microempresarias entrevistadas sabía cómo gestionar completamente su negocio.

Por eso, Cynthia, Katherine, Patricia y Doris consideran que la capacitación es una ayuda fundamental para que su trabajo funcione. Aunque sólo Katherine y Doris han asistido regularmente a clases y talleres, Cynthia y Patricia confesaron tener muchas ganas de ir también.

Eso sí, es bueno tener presente la entrega de capacitaciones cuando la microempresaria lo considere necesario, no cuando la institución lo disponga. Tal como afirmaba Víctor Guerrero, director ejecutivo de Fundación Contigo, hay ciclos en el negocio donde se requiere un “empujón” para sacar a flote el negocio: cuando está recién comenzando o cuando entra a otra etapa (más ventas o clientela más diversa, entre otras). De otro modo, los beneficiados empiezan a faltar a las clases o buscar un nuevo lugar donde tengan más flexibilidad por lo que, para la institución, podría ser más una pérdida que una ayuda que valga la pena mantener.

Por ejemplo, Cynthia está unida al comercio desde que tenía 10 años y, cuando se le consultó sobre alguna capacitación a la que le gustaría ir, respondió que le gustaría mucho aprender sobre un tema diferente: “Me encanta hacer pasteles, lo que es *kuchen*, todo lo que es pastelería. Eso sería (...) algo que me encantaría aprender. Las veces en que aparece un tipo de capacitación, no es eso”. Obligarla a aprender más sobre un tema que ella siente conocer, como es la administración de su negocio, no tendría un efecto tan bueno como si ella fuera por cuenta propia. También cabe la posibilidad de que asista y descubra que hay muchas materias sobre las que no tenía idea, pero no hay que confiar en que eso es lo que efectivamente ocurrirá.

En buenas cuentas, la capacitación debiera ser siempre considerada como un apoyo pues, aunque los y las trabajadoras por cuenta propia muchas veces no sepan cómo hacer crecer su negocio, sí tienen experiencia y hay que respetar eso, aunque les pueda ir mejor con otros métodos. Es preferible que

ellos mismos se den cuenta de lo que les falta.

Respecto a beneficios para emprender y establecerse, existe variedad, tanto en organizaciones del gobierno y municipalidades como en ONGs y otras instituciones. Además, la información está disponible en sitios web, folletos y números de teléfono, entre otras.

Sin embargo, aún así existe poco conocimiento por parte de las microempresarias. Por lo mismo, es muy importante que haya más comunicación entre ellas y las organizaciones que entregan los beneficios para la Mipyme. Que las últimas no crean que todo está claro sólo porque la información existe, y que las primeras no se queden sentadas esperando que les llegue la ayuda, o que busquen instituciones donde sí cumplan los requisitos, ya que a veces se acuerdan sólo de aquellas que ofrecen más oportunidades o financiamiento -porque son más conocidas en su barrio o porque les han hablado de ellas-, pero en las que no forman parte del público objetivo, ya sea porque su microempresa es muy pequeña, muy grande o porque el grado de innovación que tiene es poco.

Por otro lado, tanto Cynthia como Doris señalaron que, cuando de aportes para superar la pobreza se trata, existen algunos beneficiados que venden todo lo que reciben, quedando en la misma situación socioeconómica de antes, lo que les permite seguir obteniendo apoyos en ocasiones posteriores. Esto, además de robarle la oportunidad de surgir a otras familias, le quita recursos a otros programas, entre los cuales pueden estar los que se dedican a las microempresas, y le resta credibilidad a los beneficios del proyecto. En este sentido, es muy bueno que las municipalidades y organizaciones efectúen un seguimiento a las personas que reciben subsidios y ayuda (algunas, como las municipalidades de Maipú y Puente Alto, lo hacen), pues así se garantiza que llegan a buenas manos y son bien utilizados.

En el tema del emprendimiento, un resultado que parece extraño es que las microempresarias en

situación de vulnerabilidad tienen menos deseos de emprender que las que tienen más recursos, según lo que cuenta la Ps. Solange Hering respecto a que no se proyectaban con su negocio, y lo que explica Sergio Vergara, funcionario del Departamento de Capacitación de Fomento Productivo Municipalidad de Puente Alto: que muchas de las MEF que apoyan en la municipalidad son levantadas por mujeres que están sin marido, con hijos, o que desean complementar el sueldo del esposo, y cuyo éxito o fracaso se debe tanto a factores externos (“si la economía está mala, a ellos les va inmediatamente mal”, dice Vergara) como internos, como una enfermedad que exija mucho dinero. “Por lo tanto, la realidad económica de ellos depende exclusivamente de la cantidad de clientes que tengan, y de algunos factores externos e internos. Aquí, el comerciante tiene poca visión de negocio”, señala el funcionario.

Solange Hering aseguraba que nunca notó que las microempresarias que conoció mientras trabajó en Prodemu quisieran convertirse en empresarias. Muchas lo hacían para que entrara más dinero a la casa, pero sus ventas eran para pasar el día y preferían ser madres. Sin embargo, existe una gran cantidad de programas que se especializan en que la gente -sobre todo las jefas de hogar- saque adelante sus emprendimientos de subsistencia y los convierta en negocios establecidos. Para eso, instituciones como Fosis ofrecen programas como Apoyo al Microemprendimiento, donde entregan a los participantes un 'capital semilla' de \$300.000, aproximadamente, y capacitación para que inicie un negocio, y Apoyo a las Actividades Económicas, que ofrece capacitaciones, apoyo profesional y financiamiento (un monto de hasta \$400.000 para invertir en el negocio) para hacer crecer la microempresa, entre otros. Estos programas no están al alcance de personas que tengan un puntaje superior a 11.174 en la Ficha de Protección Social, por lo que están más dedicados a microempresas de subsistencia o mujeres que necesitan capital para comenzar.

Por lo mismo, es irónico que, según la psicóloga, las emprendedoras que tienen la posibilidad de acceder a más beneficios sean las menos interesadas en surgir. Esto no significa que todas las dueñas de

una microempresa de subsistencia comparten esta característica, pero llama la atención. Katherine, Doris, Cynthia y Patricia no se encuentran en situación de vulnerabilidad, sus necesidades son menores que las de las mujeres que sí lo están y, sin embargo, las cuatro tienen ganas de hacer crecer su negocio. Esto podría tener una explicación en el hecho de que las cuatro ven su emprendimiento como un trabajo, no como un aporte complementario ni como un medio para vivir el día a día, sino que se proyectan en él a futuro, les ha demostrado que puede servir para mantener un hogar y los estudios de los hijos y, además, tienen confianza en sus capacidades. Si las microempresarias en situación de vulnerabilidad logran ver de este modo su labor y a sí mismas, su emprendimiento podría establecerse y mantenerse por más tiempo.

También hay que tener claro que, para obtener un subsidio -como los que entregan en las municipalidades e instituciones como Corfo y Sercotec, entre otras- predominan las características del proyecto y el plan de negocios por sobre el ámbito personal. En este sentido, puede que no todas las microempresarias comprendan esta diferenciación a la hora de pedir una ayuda de ese tipo y recibir una negativa. En las instituciones que se dedican a impulsar microemprendimientos de subsistencia se considera a la persona, porque está recién partiendo y necesita autoconfianza para establecer la base de un negocio exitoso. Sin embargo, las mujeres que llevan más años con su microempresa y les ha ido bien ya tienen esa base más o menos conformada -además, en términos estadísticos ya han salido de la pobreza, aunque sigan necesitando financiamiento para algunas cosas- por lo que, en esta etapa, es su proyecto el que cuenta, no el área personal. Si el proyecto no cumple los requisitos, no recibe ayuda.

Lo bueno es que, a través de capacitaciones e información, esto puede revertirse. Además, la asociación con otros emprendedores que estén en una situación similar puede servir para conocer mejor las ventajas y carencias de los negocios ajenos y el propio, y observar con más objetividad lo que ocurre.

Cabe destacar también que a algunas microempresas les costará más que a otras enfrentarse a las crisis, por lo que las emprendedoras que recién comienzan deben tener clara esta situación. En general, Katherine, Cynthia y Doris afirmaron que la crisis económica que vivió el país entre 2008 y 2009 -y cuyos efectos se han sentido hasta 2010- no afectó de modo preocupante a las ventas de sus microempresas. Es más, incluso las aumentaron, en los casos de Cynthia y Doris. Por su parte, Katherine señaló que sus clientes siempre tenían dinero para pagar por sus muebles para niños y que ni siquiera en épocas de crisis les faltó trabajo, porque seguían recibiendo pedidos.

Esto no es igual para todas las microempresas. Como les puede ir mal si a la economía del país le va mal, depende mucho del rubro y las características que tenga cada emprendimiento. Como explicaba Óscar MacClure, existen cuatro tipos: de alta rentabilidad y alta escala; alta rentabilidad y baja escala; baja rentabilidad y alta escala, y baja rentabilidad y baja escala. La rentabilidad se refiere al margen de ganancia que reciben por sus ventas y la escala se relaciona con el número de horas que trabajan al mes -ya que esto se relaciona bastante con las ganancias que reciben, como lo explicaba Cynthia Llana-.

Las microempresas más comunes son las de baja rentabilidad y escala, es decir, las microempresas de subsistencia, que pueden hacerle frente a las crisis de manera temporal, pues son más flexibles y no tienen muchos gastos, pero no tienen un plan de negocios ni una base que permita su estabilización. Estas no sirven si las mujeres desean un trabajo propio que genere ingresos para sostener a una familia a largo plazo.

En la categoría de baja rentabilidad y alta escala están los almacenes, bazares, microempresas de confección, etcétera. La relación entre horas de trabajo y ganancias no suele ser buena, pero sirven para mantenerse y sustentar el hogar y los estudios de los hijos, como lo demuestran los testimonios de Doris, Cynthia y Patricia, con mayor o menor éxito. Además, pueden escapar de las crisis si toman buenas decisiones, si aprovechan las oportunidades que se cruzan en su camino y si adoptan medidas

para aumentar sus ventas, como variar sus productos y atraer más clientela. De otro modo, corren el riesgo de cerrar. Un aspecto positivo es que la gente siempre tiene necesidades básicas -como comer y vestirse- tanto en las épocas buenas como en las difíciles, por lo que tienen clientela fija, lo importante es que sepan sacarle provecho a esta ventaja.

Las microempresas como las de Katherine son de alta rentabilidad y baja escala, es decir, pueden dejar un margen mayor de ganancias debido a que entregan mercaderías con valor agregado, y con trabajar ocho horas semanales de lunes a domingo (según el cálculo realizado por Óscar Mac-Clure en su ensayo) son capaces de producir una buena cantidad de artículos para vender, a menos que requieran aumentar la producción para fechas especiales. En estos casos, pueden trabajar más horas o contratar gente que les ayude. Según Mac-Clure, dependen mucho del nicho en el que se instalen y de la cantidad de clientes que atraigan. Si ambos puntos están bien desarrollados y disponen de un buen plan de negocios, estas microempresas podrían soportar las crisis sin arriesgarse a cerrar.

Asimismo, aquí suelen crearse ideas innovadoras, por lo que tienen mayor acceso a subsidios y ayudas entregadas por organismos públicos y privados. Esto es lo que se busca en dichos programas: impulsar emprendimientos que se destaquen de los demás y amplíen el espectro de productos y servicios en el mercado, por lo que instalarse con una microempresa de este tipo es una buena manera de aventurarse en el trabajo por cuenta propia.

Finalmente, las microempresas de alta rentabilidad y alta escala son las que tienen más posibilidades de crecer, debido a que llevan más tiempo desarrollándose. Por lo mismo, pueden enfrentarse a una crisis, pero es muy difícil instalarse con una de estas y hacerla surgir de la nada, por lo que no son un comienzo alcanzable para una emprendedora novata.

Respecto al financiamiento, las MYPE gozan de buena reputación, tanto en bancos como en fundaciones sin fines de lucro, no sólo porque los microempresarios pagan a tiempo, sino porque también se les entregan créditos especiales o más fáciles de pagar y ellos aprovechan estas oportunidades para tener buenos antecedentes comerciales.

Hay que diferenciar el financiamiento para microempresas de los microcréditos: los primeros son créditos adaptados a las necesidades de cada cliente, tanto en montos como en cuotas. Las personas que acuden a ellos pueden acceder a créditos de \$100.000 a otros que alcancen los 60 millones de pesos, dependiendo del rubro y características de la microempresa. Por otro lado, los segundos son aportes pequeños (de \$50.000, aproximadamente) que van aumentando a medida que el o la solicitante cumple con pagar -y, en el caso de la modalidad de Bancos Comunales, que acude a reuniones y capacitaciones con su BC-. En el caso de los microcréditos, pueden entregarse a personas individuales o a grupos de hasta cinco personas (Fundación Contigo), o a través de Bancos Comunales de entre 18 y 25 integrantes (Fondo Esperanza).

En los tres casos, los microempresarios pueden impulsar su emprendimiento sin problemas, ya que son modalidades adaptadas a su labor, por lo que las cuotas son cantidades que no les cuesta pagar y, en el caso de los BC, el grupo actúa como coaval si alguien no puede pagar, por lo que la tasa de morosidad suele ser muy baja.

También se observa un crecimiento en este sentido. No tanto a través de las entrevistadas, ya que Cynthia y Doris, que comenzaron en un Banco Comunal, siguen en él por lealtad -aun cuando el microcrédito más alto ya no les satisface-, y ni Katherine ni Patricia se han atrevido a solicitar uno. Víctor Guerrero, ejecutivo de Fundación Contigo, es quien señala que varios clientes llegan porque ya no estaban satisfechos en su institución anterior (ya sea por la exigencia de capacitarse o por créditos insuficientes) y otros se van porque en otro banco les ofrecen créditos a tasas más convenientes. Por supuesto, algunos prefieren quedarse en la fundación por el mismo motivo que las almaceneras de

Cerrillos en Fondo Esperanza. En ese sentido, el agradecimiento y la lealtad suelen ser más fuertes que las ganas de subir de nivel.

Esto también puede deberse al temor que la palabra “crédito” genera: ésta no tuvo buen recibimiento en las microempresarias entrevistadas. Sin embargo, el financiamiento para las microempresas y los microcréditos funcionan de manera diferente, ya que las facilidades a la hora de devolver el dinero prestado los convierten en medios muy beneficiosos para quienes están recién partiendo.

En síntesis, las mujeres y jefas de hogar tienen todas las posibilidades al alcance de la mano para iniciar un emprendimiento exitoso, si tienen las ganas, la información y confianza en que podrán salir adelante. La ayuda de la familia también es fundamental, por lo que es bueno integrarlos en este nuevo camino y pedirles comprensión. A la larga, es una opción muy válida para generar ingresos, sobre todo en épocas de crisis o desempleo alto, y permite desarrollar una fortaleza que pocas veces se consigue en un empleo dependiente y que es vital para toda mujer, sea cual sea su situación: la libertad de crear y la responsabilidad de desarrollar su trabajo dependen sólo de ellas, lo que también les permite tomar las riendas de su propia vida y convertirse en verdaderas líderes.

El desafío es grande y los obstáculos son dignos de tener en cuenta, pero las recompensas valen la pena.

Bibliografía

Entrevistas a microempresarias

- Katherine Olea González, mueblista. Entrevista realizada en su hogar, comuna de Puente Alto, el día 24 de enero de 2010.
- Herminda Filomena Peña Astudillo, Doris, comerciante. Entrevista realizada en su hogar, comuna de Cerrillos, el día 30 de enero de 2010.
- Cynthia Llana Becerra, comerciante. Entrevista realizada en su hogar, comuna de Cerrillos, el día 6 de marzo de 2010.
- Patricia Moya Maturana, confeccionadora. Entrevista realizada en su hogar, comuna de Maipú, el día 7 de marzo de 2010.

Expertos

- Benigno Arriagada, consultor en Gestión y Emprendimiento de Corfo Ministerio de Economía y miembro del Consejo Editorial de Diario Pyme. Entrevistas realizadas por correo electrónico los días 3 de noviembre de 2009 y 11 de julio de 2010.
- Claudia Torres, profesional de apoyo Región Metropolitana Prodemu. Entrevista realizada en las dependencias de Prodemu, comuna de Santiago, el día 22 de abril de 2010.
- Víctor Vera, jefe de Mercado y Competencia Gerencia Comercial BancoEstado Microempresas. Entrevista realizada por teléfono el día 27 de abril de 2010.
- Juan Cristóbal Romero, gerente general de Fondo Esperanza. Entrevista realizada por correo electrónico el día 29 de abril de 2010.

- Víctor Guerrero, director ejecutivo Fundación Contigo. Entrevista realizada por teléfono el día 4 de mayo de 2010.
- Solange Hering, psicóloga laboral organizacional, especializada en capacitación. Entrevista realizada por teléfono el día 16 de junio de 2010.
- Sergio Vergara, encargado del Organismo Técnico de Capacitación (OTEC) del Departamento de Capacitación de Fomento Productivo Municipalidad de Puente Alto. Entrevista realizada por teléfono el día 20 de julio de 2010.
- Francisco Montecinos, encargado de Fomento Productivo del Centro de Desarrollo Productivo (Cedep) Municipalidad de Maipú. Entrevista realizada por correo electrónico el día 23 de julio de 2010.

Libros

- DI SILVESTRE, María Cristina. Impacto y significados del trabajo en madres y jefas de hogar de familias uniparentales. Cuadernos de Investigación Universidad La República. Primera edición, 2004. Santiago, Chile.
- LILLO, Verónica. Análisis de los cambios en el mercado del trabajo y en la situación de pobreza de las mujeres microempresarias en la década de los años 90. (Tesis para optar al grado de Magíster – Universidad de Chile) 2003. Santiago, Chile.
- OIT y Sercotec. La situación de la micro y pequeña empresa en Chile. Oficina Internacional del Trabajo. Primera edición, 2010. Santiago, Chile.
- ORTEGA, Daniela, y otros. Global Entrepreneurship Monitor: Mujeres y Actividad emprendedora en Chile 2008-2009. Ediciones Universidad del Desarrollo. Primera edición, 2009. Santiago, Chile.

- VALENZUELA, María Elena y otra. Mitos y realidades de la microempresa en Chile: un análisis de género. Centro de Estudios de la Mujer. Primera edición, 2001. Santiago, Chile.
- YUNUS, Muhammad. Hacia un mundo sin pobreza, traducción de Pablo Azócar. Editorial Andrés Bello. Edición año 2000. Santiago, Chile.

Sitios y publicaciones en internet

- Machinea, José Luis. La crisis financiera internacional: su naturaleza y los desafíos de política económica. Revista Cepal 97, Abril 2009. Pág. 39.
<www.cepal.org/publicaciones/xml/7/35847/RVE97Machinea.pdf> Revisada por última vez el 14 de noviembre de 2009.
- Traducción propia tomada de la página web: <http://www.grameen-info.org/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=114> Revisada por última vez el 8 de abril de 2010.
- Presentación Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE), Observatorio Empresas. Gobierno de Chile, Ministerio de Economía.
<<http://www.observatorioempresas.cl/Encuesta/Detalle.aspx>> Revisada por última vez el 23 de mayo de 2010.
- Revista Comerciante de diario La Cuarta. Chile. Pág. 10. Edición del 10 de mayo de 2010. Disponible en <<http://papeldigital.info/lacuarta/comerciante/index.html?2010051001#>>, revisada por última vez el 14 de junio de 2010.
- <http://www.bcn.cl/carpeta_temas/temas_portada.2006-08-08.7810152165> Revisada por última vez el 20 de junio de 2010.
- Revista Comerciante de diario La Cuarta. Chile. Pág. 11. Edición del 11 de abril de 2010.

Disponible en <http://papeldigital.info/lacuartacomerciante/index.html?2010040501#>,
revisada por última vez el 27 de junio de 2010.

- MAC-CLURE, Óscar. “Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo?”. Artículo publicado en revista Propositiones, vol. 32. Ediciones SUR, 2003. Santiago, Chile, <http://www.sitiosur.cl/r.php?id=433> Revisado por última vez el 4 de julio de 2010.