

**INFORME DE TRABAJO REALIZADO  
POR LA DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES  
ECONÓMICAS INTERNACIONALES - DIRECON  
PARA EL SISTEMA ENFOQUE DE GÉNERO**

**PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN  
2006**

**SISTEMA ENFOQUE DE GÉNERO**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCION</b> .....	3
<b>II.</b>	<b>PLAN DE TRABAJO 2006</b>	
	1. Difusión Externa del Trabajo Realizado.....	4
	2.1 Creación de Una Mesa de Género .....	4
	2.2 Realización Taller de Género.....	5
	3. Información Desagregada por Sexo .....	6
	3.1 Fonoexport .....	6
	3.2 Sitio Web Prochile .....	6
	3.3 Planes Sectoriales y Empresariales .....	7
<b>III.</b>	<b>RESULTADOS DEL PLAN DE TRABAJO 2006</b>	
	<b>1.- FONOEEXPORT</b>	
	➤ Registro Atenciones desagregados por sexo .....	9
	CONCLUSIONES FONOEEXPORT .....	14
	<b>2.- SITIO WEB DE PROCHILE <a href="http://www.prochile.cl">www.prochile.cl</a></b>	
	➤ Módulo de mujeres exportadoras .....	15
	➤ Análisis desagregado por sexo de los usuarios registrados en el sitio web de ProChile.....	15
	CONCLUSIONES SITIO WEB DE PROCHILE <a href="http://www.prochile.cl">www.prochile.cl</a> .....	18
	<b>3.- PLANES DE PROMOCION DE EXPORTACIONES SUBPRODUCTO PLANES SECTORIALES Y EMPRESARIALES 2006</b>	
	➤ Análisis Estadístico .....	19
	CONCLUSIONES PLANES SECTORIALES Y EMPRESARIALES .....	23
<b>IV.</b>	<b>TRABAJO PLANIFICADO PARA EL AÑO 2007</b> .....	24
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	25

## **I. INTRODUCCION**

Dentro del marco de los Programas de Mejoramiento de la Gestión (PMG), se encuentra el sistema conforma el PMG Enfoque de Género, el cual busca que dentro del Estado el acceso de los ciudadanos y ciudadanas a los trámites, a las herramientas, a los servicios y a los beneficios sea equitativo tanto para hombres como para mujeres y que además dentro de las reparticiones del Estado no existan brechas entre los funcionarios públicos para que la ciudadanía pueda acceder de igual forma al Estado para ejercer sus derechos y participación; y por lo tanto lograr a una mayor eficiencia y equidad de las políticas públicas. El PMG Enfoque de Género es supervisado por el Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM).

DIRECON-PROCHILE ha venido trabajando en con el SERNAM para visualizar de mejor forma la existencia de brechas o inequidades y de alguna forma colaborar que tanto las mujeres como los hombres se inserten en el mundo de las exportaciones y de los Tratados de Libre Comercio que Chile ha firmado y está negociando con sus principales socios comerciales.

En el año 2005 se realizaron varias tareas para poder realizar un levantamiento, análisis y difusión de información desagregada por sexo, durante el año 2006 se realizó igual tarea y en este informe se analizan los siguientes servicios Institucionales:

- **FONOEXPORT**
- **SITIO WEB PROCHILE**
- **PLANES SECTORIALES Y EMPRESARIALES**

Además, durante el año 2006 se creó dentro de la institución una MESA DE GÉNERO y se han realizado actividades de difusión con el objetivo de que las instancias de fomento productivo y asociaciones de de mujeres sean partícipes en la creación de nuevas oportunidades para que las mujeres se incorporen al proceso exportador.

## **II. PLAN DE TRABAJO AÑO 2006**

En el marco del trabajo realizado durante el año 2006, se pueden mencionar tres áreas de trabajo:

- 1. DIFUSIÓN EXTERNA DEL TRABAJO REALIZADO.**
- 2. CREACIÓN DE UNA MESA DE GÉNERO Y REALIZACIÓN TALLER DE GÉNERO.**
- 3. INFORMACIÓN DESAGREGADA POR SEXO, SE CONTINUÓ CON UN TRABAJO QUE COMENZÓ EN EL AÑO 2005 EN LOS SIGUIENTES SERVICIOS: FONOEXPORT, SITIO WEB PROCHILE, PLANES SECTORIALES Y EMPRESARIALES**

### **1. DIFUSIÓN EXTERNA DEL TRABAJO REALIZADO.**

Las difusiones del trabajo realizado durante el año 2005, tuvieron como objetivo colocar la información recabada para que, las instancias de fomento productivo y las asociaciones de mujeres pudieran conocer la realidad que visualiza Direcon – ProChile, en cuanto al menor número de mujeres que existe mientras más avanzado está el proceso exportador, se puedan realizar acciones correctivas que están previas al proceso exportador.

Las difusiones que se realizaron fueron al Ministerio de Economía, Fosis, Indap, Sercotec, Sence, Corfo, Odepa, AMECHILE, Mujeres Empresarias, Prodemu y Empremujer, además el informe se ha difundido durante el año 2006 en el módulo de “Mujeres Empresarias a la Conquista del Mundo” del sitio web de ProChile donde cualquiera puede acceder.

### **2. CREACIÓN DE UNA MESA DE GÉNERO Y REALIZACIÓN TALLER DE GÉNERO.**

#### **2.1 CREACIÓN DE UNA MESA DE GÉNERO:**

En la reunión de coordinación de Directores y jefes de Departamento del 08 de agosto del presente año, se creó una Mesa de Género de DIRECON cuyos objetivos son:

- Analizar los resultados 2006, obtenidos del Plan de Trabajo del Sistema.
- Proponer iniciativas que contribuyan a los objetivos del Sistema.
- Motivar la discusión y el diálogo entre los funcionarios(as) de DIRECON, canalizar las inquietudes, información y el avance de las mujeres exportadoras respecto al tema.
- Velar por el cumplimiento de los compromisos.
- Contribuir en la difusión de los logros y avances de los resultados obtenidos.

Los(as) integrantes de esta Mesa son los(as) siguientes:

- Regina Rodríguez, Jefa del Departamento Servicios
- Karina Cánepa, Asistente Departamento de Programación y Control de Gestión.
- Sandra Merino, Asistente Subdepartamento Asistencia al Exportador
- Alejandro Buvinic, Director Departamento Jurídico
- Mauricio Bordachar, Jefe Departamento Europa

- Christian Roura, Jefe Subdepartamento Asistencia al Exportador y Responsable del PMG Enfoque de Género 2006 de DIRECON

## **2.2 TALLER ENFOQUE DE GÉNERO EN DIRECON**

El día 11 de octubre de 2006 se realizó el Taller Enfoque de Género. La Finalidad de este taller es incorporar a los profesionales de Direcon – ProChile a un primer acercamiento al tema equidad de género, mostrar cómo se llega a un PMG de Equidad de Género, como ha evolucionado el tema a través del tiempo con una mirada económica que es el tema que corresponde a Direcon – ProChile.

El taller se realizó en el Salón O'Higgins, 2º piso Ed. José Miguel Carrera, con una participación de 41 profesionales, comenzó a las 10:00 a.m. y finalizó a las 12:30 p.m.

El formato del taller fu el siguiente:

10:00 – 10:15 Bienvenida.

“Importancia del tema Género en el ámbito del comercio internacional”

Sra. Alicia Frohmann, Directora de ProChile.

10:15 – 10:45 “Elementos Conceptuales de la Teoría de Género. Trabajo de Direcon”.

Sr. Christian Roura S. Jefe Subdepto. Asistencia al Exportador

Encargado PMG Género.

10:45 – 11:15 “Economía y Género – Alcances de la Realidad Chilena”.

Sr. Luis Manzi. Sectorialista Sector Economía – SERNAM.

Luego de las presentaciones se realizó un pequeño taller participativo donde se formaron 4 grupos para analizar unas frases que incitaran al debate, ya que a priori se podía entender que por los prejuicios y enseñanzas existentes algunos participantes no encontrarían que debiera haber un enfoque de equidad de género.

La frases que se utilizaron fueron las siguientes:

- Un coordinado y efectivo encadenamiento de las instituciones de fomento productivo hará que más mujeres chilenas puedan convertirse en exportadoras.
- Las mujeres empresarias con experiencia exportadora tienen mayor tendencia a utilizar instrumentos no asociativos.
- Los hombres como las mujeres tienen las mismas oportunidades, ventajas y desventajas ante los TLC.
- En el comercio internacional no existen diferencias entre hombres y mujeres y por lo tanto es requisito fundamental estar capacitados para saber cómo negociar, que pasos hay que seguir para exportar y saber manejar una empresa con visión a largo plazo.

Los participantes tuvieron unos minutos para analizar las frases, elegir un representante del grupo y exponer la postura, para luego debatirla en plenario.

Los resultados fueron positivos, ya que hubo una gran participación tanto presencial como en el debate final. Si bien se entiende que aun hay reticencia con el tema por conceptos que cada uno tiene incorporados por cultura y que, por lo tanto, simplemente no se observan las inequidades en la sociedad en general y en el tema económico específicamente, se observó que el debate es una muy buena herramienta para comenzar a incorporar el tema, para dejar abierto a que más personas se interesen y puedan incorporar el enfoque de equidad de género en su trabajo y que se pueda conversar cada vez más para incorporar lo en las diferentes aristas del quehacer nacional.

### **3. INFORMACIÓN DESAGREGADA POR SEXO, SE CONTINUÓ CON UN TRABAJO QUE COMENZÓ EN EL AÑO 2005 EN LOS SIGUIENTES SERVICIOS.**

#### **3.1. FONOEEXPORT**

El Fonoexport, es un servicio telefónico Call Center, que otorga orientación en comercio internacional con cobertura en todas las regiones de nuestro país, incluida la Región Metropolitana. Sus ejecutivos de información responden consultas que ingresan a través del teléfono, sitio web institucional, e-mail [info@prochile.cl](mailto:info@prochile.cl) y por sistema de fax.

Este Call Center atiende a todos/as los usuarios/as chilenos que deseen conocer aspectos del comercio exterior, tales como los tratados de libre comercio y otros acuerdos que Chile ha firmado, los procesos y trámites para exportar, estadísticas de exportación e importación chilenas y de otros mercados, normas de internación en mercados externos, etc.

En el marco del Sistema de Enfoque de Género se realizaron las siguientes acciones en el año 2006:

- **Registro Atenciones desagregados por sexo:** Se registraron las atenciones realizadas por los ejecutivos de Fonoexport desagregadas por sexo, es decir se obtuvieron estadísticas de atención del número de mujeres y hombres eran atendidos por esta instancia.

#### **3.2. SITIO WEB [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)**

El sitio web de ProChile está orientado al sector exportador chileno. Posee información de los servicios, productos y herramientas con que cuenta Direcon – ProChile, información del proceso exportador, noticias y agenda relevante para el mundo exportador, una biblioteca virtual, links de sitios de Internet de otros países con información comercial para la toma de decisiones y estudios realizados por ProChile, entre otro tipo de información disponible. El promedio de visitas al mes es de 65.000.

En el marco del Sistema de Enfoque de Género, a continuación se menciona el plan de trabajo realizado durante el año 2006 para el sitio web [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl) :

- **Módulo de mujeres exportadoras:** en el año 2005 se creó un módulo de mujeres empresarias exportadoras denominado “Mujeres Empresarias a la Conquista del Mundo”. En este módulo se puede encontrar información importante y de utilidad para incorporar información relevante

relacionada a las mujeres exportadoras. Se ha alimentado con entrevista a mujeres exportadoras y noticias relevantes a las mujeres empresarias.

- **Análisis de los usuarios registrados en [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl):** tal como se hizo en el año 2005, durante el año 2006 e realizó un análisis de los usuarios y usuarias registradas en el sitio web de ProChile. Se pudo cuantificar el número de mujeres y de hombres que están revisando información de carácter más estratégica y el perfil de la empresa que consulta.

### 3.3. PLANES SECTORIALES Y EMPRESARIALES

Los planes promoción de exportaciones están orientados a apoyar el diseño y la ejecución de estrategias de comercialización internacional de empresas y grupos de empresas exportadoras o con potencial exportador de productos agropecuarios y no agropecuarios, estos últimos denominados tradicionales. Al respecto, estos se dividen en estrategias de planes sectoriales y estrategias de planes empresariales.

Los planes sectoriales de promoción de exportaciones son aquellos que contienen estrategias de comercialización internacional de productos de un sector o subsector, mencionando objetivos, resultados esperados, actividades a desarrollar y plazos para su ejecución. Sus principales características son ;el posicionamiento de la Imagen País asociada a un producto o conjunto de productos chilenos, el desarrollo de las capacidades del sector privado para incrementar y mejorar la calidad de sus propios esfuerzos de promoción de exportaciones, y la generación y comunicación de inteligencia de mercado.

Los planes empresariales de promoción de exportaciones son aquellos que contienen estrategias de comercialización internacional de productos que benefician directamente a la empresa o grupo de empresas que los ejecutan, mencionando objetivos, resultados esperados, actividades a desarrollar y plazos para su ejecución. Al respecto, cabe mencionar que existen dos líneas definidas de proyectos empresariales; una para proyectos de prospección de mercados y otra para proyectos de penetración de mercados.

En el marco del Sistema de Enfoque de Género, a continuación se menciona el plan de trabajo realizado durante el año 2005 y 2006 para el apoyo a Estrategias de Comercialización Internacional - Planes Sectoriales y Empresariales.

- **Incorporar la variable de género en la base de clientes Institucional CRM :** dicho trabajo consistió en incorporar campos de género en la base de clientes Institucional CRM, la cual desagregara por sexo la persona de contacto de las empresas clientes, así como campos que nos permitieran cuantificar el número de empleados directos por sexo (hombres y mujeres).
- **Cruzar la información arrojada en la base de clientes Institucional CRM con otras bases de datos:** la información arrojada por la base de clientes Institucional CRM fue cruzada con la base de administración de Planes Sectoriales y Empresariales, la base de Estadísticas de Exportaciones proporcionada por el Servicio Nacional de Aduanas y la base del Servicio de Impuestos Internos (SII). De esta forma, pudimos cuantificar el número de empresas lideradas por mujeres que

participaron en planes sectoriales y empresariales, el perfil de las empresas, el sector al cual pertenecían, su experiencia exportadora, entre otros antecedentes.

Para el año 2006 se realizó un informe de lo explicado anteriormente y se comparó con las cifras arrojadas el año 2005.

### III. RESULTADOS DEL PLAN DE TRABAJO 2006

#### 1.- FONOEEXPORT

➤ **Registro Atenciones desagregados por sexo:**

A continuación se detallan las atenciones realizadas por Fonoexport (Call Center de Direcon – ProChile) en el período de enero a septiembre de 2006. Esta unidad brinda un servicio de orientación en temas de comercio exterior, específicamente de exportaciones, además de ofrecer las distintas herramientas y servicios que tiene la Institución, de acuerdo a la preparación en el proceso exportador en que se encuentre la empresa.

Para esto, se han tomado los registros que llevan manualmente cada Ejecutiva de Información los que incluyen una desagregación por sexo, temas consultados, actividad del usuario(a), de esta forma se podrá identificar la tendencia en las necesidades de requerimientos de información por genero, con el fin de plantear políticas y procedimientos de mejoras para el próximo año, en lo que al servicio de entrega de información de Fonoexport se refiere.

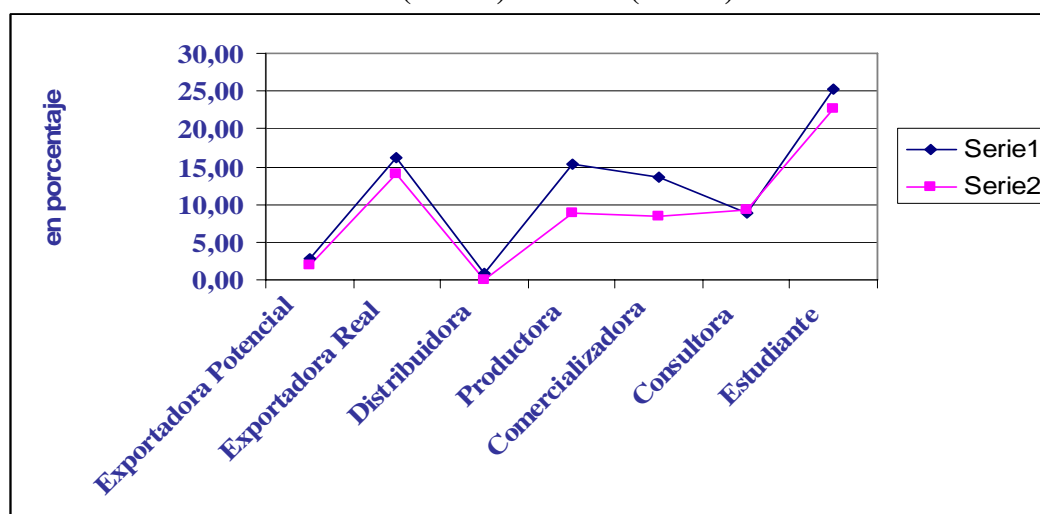
Durante el período enero a septiembre de 2006 se han analizado un total de 3.903 consultas atendidas, de las cuales el 40,82% corresponden a requerimientos hechos por el género femenino.

De las consultas recibidas por el genero femenino, el 22,6% corresponde a estudiantes, siguen las exportadoras con un 14%, le siguen las consultoras con un 9,29%, las productoras y comercializadoras representan el 8,95% y 8,5% respectivamente. No existen grandes variaciones con respecto al año anterior, ya que en el 2005, el ranking se mantiene con algunas diferencias porcentuales, tal como se ve en el Cuadro N°1 y Grafico N°1.

**Cuadro N°1: Comparación porcentual de usuarias que contactaron el servicio de Fonoexport, Período enero a septiembre 2005 v/s 2006 (desagregada por actividad)**

Mujeres	2005	2006
Exportadora Potencial	2,90	1,99
Exportadora Real	16,29	13,94
Distribuidora	0,90	0,09
Productora	15,29	8,95
Comercializadora	13,64	8,52
Consultora	8,85	9,29
Estudiante	25,24	22,65
Otra	16,89	34,56
Total	100,00	100,00

**Grafico N°1: Comparación porcentual del total de usuarias atendidas periodo enero a septiembre 2005 (serie 1) v/s 2006 (serie 2)**

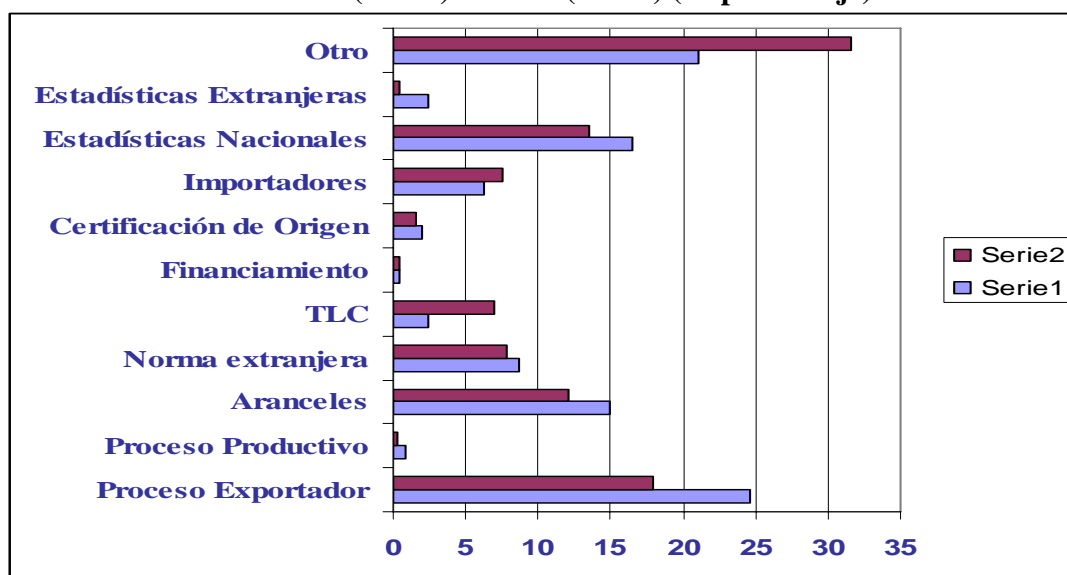


En relación a los temas consultados, se mantiene la tendencia con respecto al año 2005, el género femenino consulta principalmente por: procedimientos de exportación, estadísticas de exportaciones e importaciones chilenas y aranceles, con una participación de 17,89%, 13,5% y 12,09% respectivamente, el otro tema que cobró mayor interés fue los Tratados de Libre Comercio y los importadores. Ver detalle de comparación en Cuadro N°2 y gráfico N°2.

**Cuadro N°2: Comparación en Temas consultados por usuarias en el período enero a septiembre 2005 v/s 2006 (en porcentajes)**

Tema consultado	2005	2006
Proceso Exportador	24,59	17,89
Proceso Productivo	0,79	0,24
Aranceles	14,91	12,09
Norma extranjera	8,70	7,80
TLC	2,35	7,02
Financiamiento	0,43	0,37
Certificación de Origen	1,96	1,61
Importadores	6,25	7,49
Estadísticas Nacionales	16,44	13,50
Estadísticas Extranjeras	2,46	0,37
Otro	21,13	31,64
Total	100,00	100,00

**Gráfico N°2: Comparación en Temas consultados por usuarias  
Año 2005 (serie1) v/s 2006(serie2) (en porcentaje)**

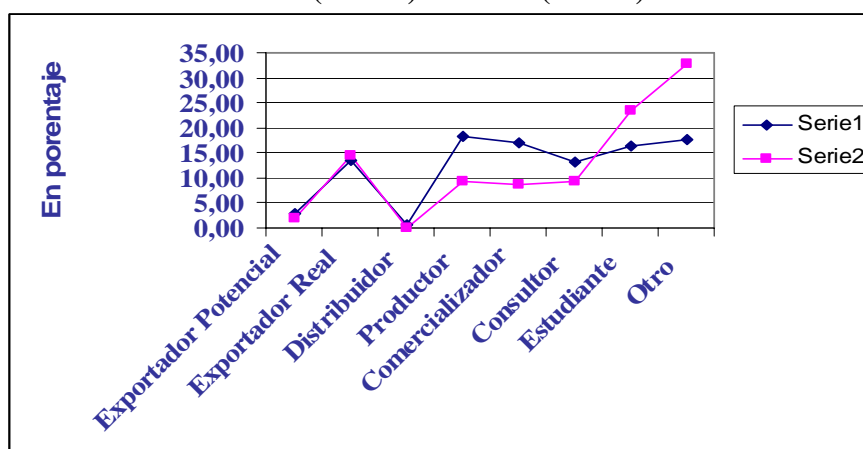


En el caso del genero masculino, el cual representa un 59,18% del total de consultas recibidas por la Unidad Fonoexport, también al igual que en el genero femenino quien lidera es el estudiante con un 23,49%, siguen los exportadores reales con un 14,47%, y en menor participación se encuentran, los consultores, productores y comercializadores, con un 9,42%, 9,16%, 8,68% respectivamente. Ver Cuadro N°3 y Grafico N°3

**Cuadro N°3: Comparación porcentual de usuarios que contactaron el servicio de Fonoexport,  
Período enero a septiembre 2005 v/s 2006 (desagregada por actividad)**

Hombres	2005	2006
Exportador Potencial	2,74	2,04
Exportador Real	13,62	14,47
Distribuidor	0,69	0,08
Productor	18,45	9,16
Comercializador	17,15	8,68
Consultor	13,22	9,42
Estudiante	16,47	23,49
Otro	17,66	32,66
Total	100,00	100,00

**Gráfico N°3: Comparación porcentual del total de usuarios atendidas periodo enero a septiembre 2005 (serie 1) v/s 2006 (serie 2)**

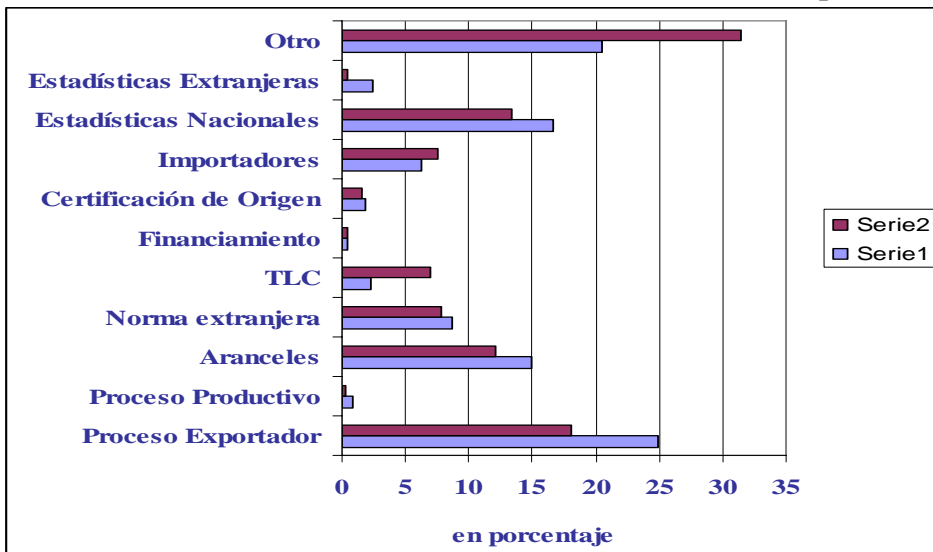


En cuanto a los temas consultados, detectamos que el genero masculino al igual que el genero femenino, no hubo cambios y sigue con la misma tendencia ya sus consultas están orientadas principalmente a: procedimientos de exportación, estadísticas de exportaciones e importaciones chilenas y aranceles, con una participación de 18,0%, 13,4% y 12,1% respectivamente. Ver detalle en Cuadro N°4 y gráfico N°4.

**Cuadro N°4: Comparación en Temas consultados por usuarios en el período enero a septiembre 2005 v/s 2006 (en porcentajes)**

Tema consultado	2005	2006
Proceso Exportador	24,9	18,0
Proceso Productivo	0,8	0,2
Aranceles	15,0	12,1
Norma extranjera	8,7	7,8
TLC	2,2	7,0
Financiamiento	0,5	0,4
Certificación de Origen	1,9	1,6
Importadores	6,3	7,6
Estadísticas Nacionales	16,7	13,4
Estadísticas Extranjeras	2,4	0,4
Otro	20,6	31,4
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Gráfico N°4: Comparación en Temas consultados por usuarias  
Año 2005 (serie1) v/s 2006(serie2) (en porcentaje)**



## CONCLUSIONES FONOEEXPORT:

De acuerdo a lo registrado y analizado pudimos detectar que en relación al año anterior la variación es mínima y la tendencia es la misma, el porcentaje de participación de las mujeres es de un 40,8, disminuyó en 1,2 puntos porcentuales en relación al 2005, que sigue siendo inferior al género masculino el cual tiene una participación de un 59,2%, las inquietudes y tipos de usuarias(os), tienen la misma tendencia entre hombres y mujeres.

Tal como se mencionó en cada uno de los análisis y como se muestra en el cuadro N°5, los tipos de usuarias(os) que se acercan a Direcon – ProChile, para solicitar requerimientos de información tienen la misma tendencia tanto para el género femenino como masculino y esto se manifiesta tanto en el 2005 como en el año 2006.

**Cuadro N°5: Comparación porcentual global por género de acuerdo a tipo de usuaria(o) – año 2005 v/s año 2006**

Tipo de usuaria (o)	Año 2005		Año 2006	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Exportador(a) Potencial	2,90	2,74	1,99	2,04
Exportador(a) Real	16,29	13,62	13,94	14,47
Distribuidor(a)	0,90	0,69	0,09	0,08
Productor (a)	15,29	18,45	8,95	9,16
Comercializador (a)	13,64	17,15	8,52	8,68
Consultor(a)	8,85	13,22	9,29	9,42
Estudiante	25,24	16,47	22,65	23,49
Otro(a)	16,89	17,66	34,56	32,66
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Lo mismo ocurre en los temas consultados, la tendencia es la misma entre hombres y mujeres, tal como se muestra en el cuadro N°6 y como se señaló en el análisis por género, el ranking de temas consultados es el mismo para ambos y esto se repite también para el año 2006.

**Cuadro N°6: Ranking de temas consultados – participación porcentual desagregado por género – Año 2005 v/s Año 2006**

Tema consultado	Año 2005		Año 2006	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Otro	21,13	20,55	31,64	31,44
Proceso Exportador	24,59	24,90	17,89	18,04
Estadísticas Nacionales	16,44	16,67	13,50	13,39
Aranceles	14,91	15,00	12,09	12,05
Norma extranjera	8,70	8,74	7,80	7,82
Importadores	6,25	6,32	7,49	7,61
TLC	2,35	2,25	7,02	7,02
Certificación de Origen	1,96	1,90	1,61	1,63
Estadísticas Extranjeras	2,46	2,38	0,37	0,38
Financiamiento	0,43	0,46	0,37	0,37
Proceso Productivo	0,79	0,82	0,24	0,23
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

## 2.- SITIO WEB DE PROCHILE [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

### ➤ **Módulo de mujeres exportadoras:**

Como se ha mencionado en el año 2005 se creó este módulo en el sitio web [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl). El objetivo principal es colocar información de tipo comercial y con enfoque de género para el mundo exportador, se encuentran links de interés, entrevistas realizadas por periodistas del Departamento de Comunicaciones de Direcon y se difunde la labor de Direcon respecto al PMG Enfoque de Género

### ➤ **Análisis desagregado por sexo de los usuarios registrados en el sitio web de ProChile:**

A continuación se presenta el análisis de los usuarios, desagregados por sexo, que se registraron en el sitio web de ProChile desde el 1 de enero de 2006 al 26 octubre 2006.

Durante el año 2005 se realizó un análisis de los registrados en el sitio web de ProChile desde septiembre de 2004 hasta octubre de 2005, por lo tanto, el objetivo de este informe es observar las variaciones que pudieran existir respecto a la cantidad de hombres y mujeres que se registran en el sitio web y de los cargos o perfil profesional que presentan.

El sitio web de ProChile es un sitio dirigido al sector exportador chileno, con información útil para la toma de decisiones en el proceso exportador, en éste se señala información básica del proceso exportador, existe información de carácter más estratégica que realiza ProChile y su red internacional, contiene la biblioteca virtual con textos que se pueden ver en línea, así como sitios web donde se puede extraer información, como aranceles estadísticas normativas y algunos directorios de empresas. Dada que mucha información podría ser utilizada por países competidores, los usuarios/as del sitio deben registrarse con su RUT. para acceder a cierta información y de este modo se restringe el uso sólo a ciudadanos chilenos.

Desde el año 2002 para acceder a cierta información de carácter estratégica, los usuarios deben hacer ingresando con un password. Cabe señalar que es necesario tener acceso a Internet y completar un formulario para quedar registrado en el sitio, no existe más restricción que poseer un RUT, el formulario contempla colocar el cargo de la persona, campo que queda abierto a cualquier cargo, incluso es un campo que no es obligatorio por lo que a veces queda vacío. El análisis siguiente se hizo por cargos, agrupando aquellos que son de igual categoría, como “estudiantes y alumnos” o “presidente y CEO”.

### **Resultados:**

Durante el período se registraron un total de 5389 usuarios/as, de estos registros 1480 corresponden a mujeres y 3909 corresponden a hombres, es decir el 27% son mujeres y el 73% son hombres.

**Tabla 1. Total inscritos den sitio de ProChile de enero a octubre de 2006.**

	Inscritos en <a href="http://www.prochile.cl">prochile.cl</a>	%
Total mujeres	1480	27,463
Total hombres	3909	72,537
Total	5389	100

Durante el período anterior en el que se hizo el registro se presenta la misma tendencia, si bien el análisis correspondía a un período de tiempo más largo (13 meses), el total de registrados hombres es de 7.341 y 2.547 son mujeres, es decir el 74% de los inscritos son hombre y el restante 26% son mujeres.

**Tabla 2. Comparación de inscritos períodos analizados:**

Inscritos en prochile.cl (%)	Sept. 2004 a octubre 2005	Enero a octubre 2006
Total mujeres	26 %	27 %
Total hombres	74 %	73 %

**Tabla 3. Porcentaje de hombre y mujeres inscritos que colocaron cargo:**

Inscritos con cargo	Sept. 2004 a octubre 2005	Enero a octubre 2006
Total mujeres	78,12	60,4
Total hombres	84,4	53,28

**Resultados por cargos de los inscritos en el sitio web:**

Como se mencionó anteriormente, los usuarios/as al inscribirse al sitio tienen la opción de colocar el cargo. Durante el año 2006, el total de inscrito/as fue de 5389, como se mencionó el 73% corresponden a hombres, de éstos 2083 anotaron su cargo, es decir el 53% de los hombres. Del total de 1480 mujeres inscritas en el sitio de ProChile, el 60% anotó su cargo, correspondiendo a 894 mujeres.

Realizando un ranking de los inscritos, aparecen que tanto en mujeres como en hombres el cargo “Gerente” es el más anotado con un 12% en mujeres y un 21% en hombres.

Para las mujeres el segundo cargo más anotado es “jefa, encargada, administradora” con un 9,2% le siguen “estudiantes” con un 9,1%, “dueña, propietaria socia” con un 6,4% y en 6º lugar “asistente o ejecutiva” con un 3,6%. Para los hombres el segundo cargo más anotado es “dueño, propietario o socio” con un 8,5%, le siguen “jefe, encargado o administrador” con un 6,9%, “Director, presidente/CEO” con un 4% y en el 5º lugar estudiantes con un 2,5%.

La suma de los 5 primeros cargos de hombres corresponde al 43,5%, y la suma de los 5 primeros cargos de mujeres corresponde al 40,3% de las inscritas en el sitio y que colocan cargo, es decir muy similar en porcentaje entre mujeres y hombres pero difieren en los cargos.

**Tabla 4. Los 5 primeros cargos.**

5 primeros cargos	Sept. 2004 a octubre 2005	Enero a octubre 2006
Total mujeres	72,38%	66,66%
Total hombres	84,83%	81,74%

La siguiente tabla muestra los inscritos hombres que colocaron cargo durante los dos períodos analizados

El siguiente cuadro resume todos los cargos inscritos en el formulario “regístrese” del sitio web de ProChile, [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl):

**Tabla 5. Inscritos con cargos.**

Período Sept. .2004 octubre 2005	% de inscritos	% relativo	Período enero a octubre 2006	% de insc
Gerente	37,27	44,16	Gerente	2
Dueño, socio o propietario	13,87	16,43	Dueño/propietario/socio	
Jefatura/ encargado/ Administrador	9,79	11,60	Jefe/encargado/administrador/super visor	
Directivo, presidente o CEO	7,2	8,53	Presidente/Director/CEO	
Estudiante	3,47	4,11	Estudiante	
Ingeniero	3,31	3,92	Ingeniero	
Asesor y consultor	2,67	3,16	Representante	
Representante legal	2,21	2,62	Asesor/consultor /analista	
Asistente/Ejecutivo	1,58	1,87	Asistente/ejecutivo	
Contador	0,94	1,11	Contador	
Administrativo	0,9	1,07	Administrativo	
Coordinador	0,6	0,71	Sub. Gerente	
Sub gerente	0,6	0,71	Vendedor	
Total Con cargo	84,4	100 %		5

**Tabla 6. Inscritas con cargos (el porcentaje de inscritos es sobre el total de inscritos/as. El porcentaje relativo es sobre el total de inscritos/as con cargo).**

Período Sep. .2004 octubre 2005	% inscritos	% relativo	Período enero a octubre 2006	% inscritos	% relativo
Gerencia	21,32	27,29	Gerencia	12,09	20,02
Dueña, Socia o propietaria	12,09	15,48	Jefa/encargada/administradora	9,19	15,22
Jefatura/encargada/administradora	10,47	13,40	Estudiante	9,05	14,98
Estudiante	8,79	11,25	dueña/propietaria/socia	6,35	10,51
Directivo, presidente o CEO	4,24	5,43	asistente/ejecutiva	3,58	5,93
ingeniera	3,87	4,95	Secretaria	2,97	4,92
Secretaria	3,55	4,54	asesor/consultor/analista	2,43	4,02
Representante	2,43	3,11	Ingeniero	2,36	3,91
Asistente	2,43	3,11	Representante	2,03	3,36
Consultora o asesora	2,31	2,96	administrativa	1,89	3,13
Contador	2,18	2,79	directora/presidente	2,23	3,69
Administrativa	1,93	2,47	contador	1,22	2,02
Ejecutiva	1,43	1,83	Ventas	0,74	1,23
Total Mujeres con cargo	78,12			60,4	

## **CONCLUSIÓN SITIO WEB DE PROCHILE [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl) :**

Se observa que el número de mujeres que acceden al módulo regístrate y se inscriben para ver información de carácter estratégica, corresponden a un 27% de mujeres versus 73% de hombres en ambos períodos analizados con un mínima variación entre períodos.

De los 5 primeros cargos anotados, se observa que en el caso de los hombres en ambos períodos es similar con un 85% y un 82% para el período uno y el período dos respectivamente. En el caso de las mujeres existe una mayor dispersión en los cargos, donde el 72% corresponden a la suma de los 5 primeros cargos en el período septiembre 2004 y octubre 2005, y para el período del año 2006 existe una mayor dispersión con el 67% de cargos agrupados en los 5 primeros puestos.

Las cifras más notorias tienen relación a que tanto en el grupo de mujeres como en el de hombres los cargos gerenciales son los que más se inscribieron, con un porcentaje mayor para los hombres que para las mujeres con un 40% y 20% respectivamente.

El segundo mayor porcentaje, la tendencia cambió respecto al período uno, ya que el cargo era tanto para mujeres como para hombres “dueño, socio o propietario” con una cifra muy similar para ambos grupos, un 14% para hombres y un 12% para mujeres. En este período cambió en el caso de las mujeres a “jefas/encargadas” y se mantuvo para los hombres el cargo “dueño o socio” con un 15% para ambos casos.

En el caso de las mujeres los cargos no varían sustancialmente, con porcentajes muy similares: los 4 primeros cargos corresponden a “Gerente”, “Dueña o socia”, “Jefatura o Administradora” y “Estudiante”, variando sólo el 5º lugar que para el período uno fue “Directivo, presidente o CEO” y para el período dos fue “Asistente”.

En el caso de los hombres, los 5 primeros cargos no varían en casi nada de un período a otro, con un 85% y un 82% para el período 1 y el período 2 respectivamente. Para los dos períodos los 5 mayores cargos son “Gerente, Dueño / propietario / socio”, “Jefe / encargado / administrador / supervisor”, “Presidente / Director / CEO y Estudiante”.

Como conclusión general se puede entender que las mujeres con interés en el tema exportaciones y/o comercio internacional es menor que la cantidad de hombres, por el hecho de que menos mujeres se inscriben en un sitio donde se podría rescatar información estratégica referente al tema, se podría deducir que, en general, las decisiones al analizar información comercial son tomadas más por hombres que por mujeres. Lo anterior va correlacionado a la menor cantidad de empresas lideradas por mujeres, lo que se reduce aun más en las empresas exportadoras, según informe de las empresas que trabajan con ProChile en los Planes Sectoriales y Empresariales.

Tal como el informe del año 2005, no se puede concluir que las mujeres tienen menor acceso a Internet respecto a los hombres. Si se podría deducir que el número de mujeres que está en el ámbito de las exportaciones es menor que la cantidad de hombres, la razón se podría explicar por aspectos culturales, de idiosincrasia, de capacitación, emprendimiento o correcta utilización de instrumentos durante el proceso productivo para estar preparadas para el proceso exportador, es decir con gestión, inversiones y oferta exportable adecuada a las exigencias internacionales.

### **3.- PLANES DE PROMOCION DE EXPORTACIONES SUBPRODUCTO PLANES SECTORIALES Y EMPRESARIALES 2006**

Con el firme propósito de comparar las cifras editadas del año 2005 y generar así un análisis más profundo e histórico, la Institución continuó el año 2006 con el análisis estadístico de los datos desagregados por sexo de los clientes de los Planes Sectoriales y Empresariales, periodo enero-diciembre del año 2006.

Para el análisis antes descrito, se procedió a extraer de la base de clientes Institucional CRM los datos de los campos; “persona de contacto de las empresas clientes” y “número de empleados directos (hombres y mujeres)”. Se entenderá por “persona de contacto de las empresas clientes” aquella en la cual se centraliza la toma de decisiones en materia de exportaciones. Al respecto es importante señalar que la Institución se encuentra en un proceso de mejora de sus bases de datos de clientes y de gestión institucional.

Luego, se procedió a cruzar con otras bases de datos, la información arrojada por la base de clientes Institucional CRM. Nos referimos a las bases de Estadísticas de Exportaciones proporcionada por el Servicio Nacional de Aduanas y la base del Servicio de Impuestos Internos (SII).

A continuación procederemos a citar las cifras más importantes arrojadas de este análisis, las que serán comparadas con las del año 2005, para finalmente mencionar las principales conclusiones.

Por último, cabe recordar que el Informe entregado al Servicio Nacional de la Mujer con fecha 31 de octubre del presente año, consideró un análisis de datos al primer semestre del año 2006. En esta ocasión, y con el objeto de cumplir lo señalado en dicho Informe, se han incorporado los datos al 31 de diciembre del presente año, destacando que las empresas participantes de los proyectos adicionales (28 proyectos), ya se encontraban mencionadas durante el primer semestre del año 2006.

#### **ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Durante el año 2006 la Institución apoyó un total de 125 proyectos distribuidos entre planes sectoriales y empresariales. De estos, 56 se encuentran bajo estrategias empresariales y 69 bajo estrategias sectoriales. Cabe mencionar que de los 56 proyectos bajo estrategias empresariales, 53 de ellos pertenecen a productos agropecuarios y 3 a productos tradicionales. En relación a los 69 proyectos bajo estrategias sectoriales, 54 de ellos pertenecen a productos agropecuarios y 15 a productos tradicionales.

Asimismo, podemos mencionar que los 125 proyectos apoyados durante el año 2006 agrupan a un total de 354 empresas, denominadas de ahora en adelante clientes.

**En relación al género de la persona de contacto** de cada una de las empresas clientes del año 2006, el 85% de ellas se encuentra liderada por un hombre y el 15% liderada por una mujer. Esta situación difiere el año 2005, donde el 93% de la totalidad de las empresas se encontraba liderada por un hombre y un 7% liderada por una mujer.

Podemos entonces observar una baja del 18% en la participación de empresas lideradas por hombres y un aumento del 93% de las empresas lideradas por mujeres. Ver Cuadro N°1

**Cuadro N°1**

<b>Empresas Lideradas por</b>	<b>N° Total de Empresas 2005</b>	<b>% de representación</b>	<b>N° Total de Empresas 2006</b>	<b>% de representación</b>	<b>Variación 2005-2006</b>
Hombres	366	93%	300	85%	-18%
Mujeres	28	7%	54	15%	93%
<b>Total</b>	<b>394</b>		<b>354</b>		

**En relación al segmento al cual pertenecen nuestros clientes**, podemos señalar que del total de empresas del año 2006, el 16% corresponde a microempresas, el 54% a empresas Pymex y el 30% a empresas Grandes. Durante el año 2005 el 19% correspondió a microempresas, el 60% a empresas Pymex y el 22 % a empresas Grandes. Ver Cuadro N°2.

**Cuadro N°2**

<b>Segmento Total de Empresas</b>	<b>N° de Empresas Año 2005</b>	<b>% de representación</b>	<b>N° de Empresas Año 2006</b>	<b>% de representación</b>	<b>Variación 2005-2006</b>
Micro	73	19%	56	16%	-23%
Pymex	236	60%	192	54%	-19%
Grandes	85	22%	106	30%	25%
<b>Total</b>	<b>394</b>	<b>100%</b>	<b>354</b>	<b>100%</b>	

Ahora bien, de las empresas lideradas por mujeres que participaron en planes sectoriales y empresariales durante el año 2005, el 100% de ellas pertenecían a Micro y Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras (Pymex), en comparación a un 63% de las empresas estudiadas durante el año 2006. Al respecto, cabe mencionar que es en el presente año donde se visualiza una importante participación de empresas Grandes lideradas por mujeres. Ver Cuadro N°3 y Anexo A “Estructura de Segmentación de Empresas”.

**Cuadro N°3**

<b>Segmento Empresas Lideradas por Mujeres</b>	<b>N° de Empresas Año 2005</b>	<b>% de representación</b>	<b>N° de Empresas Año 2006</b>	<b>% de representación</b>	<b>Variación 2005-2006</b>
Micro	17	61%	12	22%	-29%
Pymex	11	39%	22	41%	100%
Grandes	0	0%	20	37%	
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	

En relación a las empresas lideradas por hombres, podemos informar que la distribución por segmentos durante el año 2006 y 2006 es menos atomizada que las empresas lideradas por mujeres, manteniéndose sin mayores diferencias la distribución durante estos dos periodos. Ver Cuadro N°4

**Cuadro N°4**

<b>Segmento Empresas Lideradas por Hombres</b>	<b>N° de Empresas Año 2005</b>	<b>% de representación</b>	<b>N° de Empresas Año 2006</b>	<b>% de representación</b>	<b>Variación 2005-2006</b>
Micro	56	15%	44	15%	-21%
Pymex	225	61%	170	57%	-24%
Grandes	85	23%	86	29%	1%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>	

**En relación al Sector Económico** al cual pertenecen las empresas estudiadas durante el año 2006, podemos informar que mayoritariamente éstas pertenecen al sector Alimentos, donde el 91% corresponden a empresas lideradas por mujeres y el 87% a empresas lideradas por hombres. Similar situación se registra en las empresas estudiadas durante el año 2005.

Durante el año 2006 las empresas del sector Alimentos lideradas por hombres, se situaron mayoritariamente (72%) en los siguientes subsectores; semillas, vinos, fruta fresca, carne bovina, agroindustria congelados, lácteos, aceites vegetales, apícolas y servicios ligados al cine, respectivamente.

Para el mismo periodo, las empresas del sector Alimentos lideradas por mujeres se situaron mayoritariamente (72%) en los siguientes subsectores; vinos, fruta fresca, agroindustria conservas, agroindustria congelados, semillas, avícolas y aceites vegetales, respectivamente.

No obstante, debemos destacar el aumento en la participación de empresas del sector Alimentos, lideradas por mujeres entre año 2005 y 2006, cuya variación positiva fue de un 142%. Ver Cuadro N°5 y Anexo B “Sectores Económicos”.

**Cuadro N°5**

<b>Sector Empresas Lideradas por Mujeres</b>	<b>N° de Empresas Año 2005</b>	<b>% de representación</b>	<b>N° de Empresas Año 2006</b>	<b>% de representación</b>	<b>Variación 2005-2006</b>
Alimentos	24	86%	58	91%	142%
Industria	2	7%	2	3%	0%
Servicios	2	7%	4	6%	100%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	

<b>Sector Empresas Lideradas por Hombres</b>	<b>N° de Empresas Año 2005</b>	<b>% de representación</b>	<b>N° de Empresas Año 2006</b>	<b>% de representación</b>	<b>Variación 2005-2006</b>
Alimentos	254	69%	286	87%	13%
Industria	65	18%	14	4%	-78%
Servicios	47	13%	29	9%	-38%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>	<b>329</b>	<b>100%</b>	

**En relación al empleo de mano de obra por parte de las empresas en estudio,** podemos informar que el total de empresas del año 2006 empleó aproximadamente 44.029 personas, de las cuales el 26% correspondió a mano de obra femenina, porcentaje que disminuye a 22% para las empresas estudiadas el año 2005.

Según las cifras, cabe destacar el aumento en la ocupación de mano de obra femenina en empresas lideradas por hombres, porcentaje equivalente al 41% entre los años 2005 y 2006. Esta cifra se eleva exponencialmente para el caso de empresas lideradas por mujeres, pasando de 234 empleados mujeres el año 2005 a 1015 empleados mujeres el año 2006. Ver Cuadro N°6

**Cuadro N°6**

	<b>N° Total de Empleados Directos 2005</b>	<b>N° Total de Empleadas (Mujeres) 2005</b>	<b>% de Representación de Mujeres</b>	<b>N° Total de Empleados Directos 2006</b>	<b>N° Total de Empleadas (Mujeres) 2006</b>	<b>% de Representación de Mujeres</b>
<b>Empresas Lideradas por Hombres</b>	34.807	7.385	21%	40.679	10.389	26%
<b>Empresas Lideradas por Mujeres</b>	383	234	61%	3.350	1.015	30%
<b>Total</b>	<b>35.190</b>	<b>7.619</b>		<b>44.029</b>	<b>11.404</b>	

**En término de exportaciones,** podemos mencionar que de las 394 empresas estudiadas durante el año 2005, el 52% de ellas correspondieron a empresas que registraron exportaciones, porcentaje que se eleva a 58% para las 354 empresas estudiadas el año 2006.

En este sentido y haciendo un análisis por género año 2005, de las 366 empresas lideradas por hombres el 54% corresponden a empresas que registraron exportaciones y de las 28 empresas lideradas por mujeres sólo 5 de ellas, es decir el 18%, registraron exportaciones.

Siguiendo el mismo análisis, ahora para el año 2006, cabe mencionar que de las 300 empresas lideradas por hombres el 57% corresponden a empresas que registraron exportaciones y de las 54 empresas lideradas por mujeres el 67% de ellas registraron exportaciones. Ver Cuadro N°7

**Cuadro N°7**

<b>Empresas Lideradas por</b>	<b>N° Total de Empresas 2005</b>	<b>N° de Empresas que registraron exportaciones</b>	<b>N° Total de Empresas 2006</b>	<b>N° de Empresas que registraron exportaciones</b>	<b>Variación 2005-2006</b>
Hombres	366	<b>54% (197)</b>	300	<b>57% (170)</b>	
Mujeres	28	<b>18% (5)</b>	54	<b>67% (36)</b>	
<b>Total</b>	<b>394</b>		<b>354</b>		

## **CONCLUSIONES PLANES DE PROMOCION DE EXPORTACIONES SUBPRODUCTO PLANES SECTORIALES Y EMPRESARIALES 2006:**

En base a las cifras antes expuestas, a continuación se presentan nuestras conclusiones:

- 1.-** Del total de empresas del año 2006, el 85% se encuentra liderada por hombres y el 15% liderada por mujeres. Durante el año 2005, el 93% de la totalidad de las empresas se encontraba liderada por hombres y un 7% liderada por mujeres. Podemos observar entonces un baja del 18% en la participación de empresas lideradas por hombres y un aumento del 93% de las empresas lideradas por mujeres.
- 2.-** El 100% de las empresas lideradas por mujeres del año 2005 correspondió a Micro Empresas (Micro) y Pequeñas y Medianas Empresas (Pymex), porcentaje que disminuyó a un 63% en las empresas estudiadas el año 2006.
- 3.-** El sector Alimentos es sin duda en el cual participan mayoritariamente empresas lideradas por mujeres, destacando una variación positiva del 142% entre el año 2005 y 2006.
- 4.-** En relación a la participación de la mano de obra femenina en el total de empleados directos de las empresas, pudimos observar un incremento de 4 puntos porcentuales desde el año 2005 al año 2006. Asimismo, cabe destacar una tendencia positiva a utilizar mano de obra femenina en empresas lideradas por hombres.
- 5.-** En término de exportaciones año 2006, creemos relevantes destacar que el 57% de las empresas lideradas por mujeres registraron exportaciones, cifra que había tenido un comportamiento débil el año 2005 (18%).

#### **IV. TRABAJO PLANIFICADO PARA EL AÑO 2007**

Para el año 2007 Direcon desagregará las estadísticas de los productos ya analizados, como son Fonoexport, sitio web de ProChile y Planes Sectoriales y Empresariales, realizará la comparación con años anteriores, realizará los informes y difundirá esta información en las instituciones de fomento productivo y asociaciones de mujeres empresarias.

Por otro lado, a través de la experiencia de los Directores Comerciales de la Red de Oficinas Comerciales en el exterior, realizará un informe que se materializará a través de búsqueda y detección de posibles barreras de género existentes en mercados externos, así como visualizar si existen formas o modos de romper con éstas.

Por último realizará un estudio para un grupo de exportadores y exportadoras para buscar cuáles son las diferencias tanto para la mujer exportadora como para el hombre exportador. Si bien una empresa debe buscar la excelencia y mantenerla a largo plazo para lograr ser una empresa exportadora exitosa, se buscará visualizar si existen diferencias relevantes en las debilidades y fortalezas entre hombre y mujeres exportadoras/es.

## V. CONCLUSIONES

Las Actividades desarrolladas por Direcon – ProChile en el marco del Sistema de Enfoque de Género del PMG arrojaron buenos resultados en el sentido de que se logra insertar el tema de equidad de género dentro de la institución: se creó un módulo con entrevistas a mujeres empresarias e información del tema, el que se mantiene actualizado y se constituye una Mesa de Género durante el segundo semestre del 2006. Además, la institución participa en la Mesa de Fomento Productivo con Enfoque de Género liderada por la Subsecretaría de Economía del Ministerio de Economía.

Las estadísticas y actividades arrojaron resultados bastante similares durante los dos períodos estudiados:

La participación de las mujeres sigue siendo menor en cantidad que la participación de los hombres, sin embargo se observa que esta brecha se acrecenta a medida que las empresas avanzan en el proceso exportador. Hablamos de un “embudo” que comienza con el 40% de mujeres y 60% de hombres que están interesadas en el proceso exportador consultando por información y orientación, un 27% de mujeres y un 73% de hombres que desean información de carácter más estratégica registrándose en el sitio web de ProChile, y un 15% de mujeres que lideran empresas exportadoras que trabajan con un plan d exportaciones junto a ProChile, sin embargo esta última cifra mejoró en el último período, pasando de un 7% a un 15%.

Algunas cifras importantes comparadas con porcentaje de participación de los hombres es que las mujeres con capacidad exportadora encuestadas en Fonoexport corresponden a un 37%, las mujeres que se registraron en el sitio web fueron de un 26%, las mujeres que respondieron la encuesta sobre la percepción del sitio web, en un total de 600 empresas de 6 regiones de Chile, corresponde a un 10,8%, y las mujeres que participan liderando un plan empresarial o sectorial corresponden a 28 sobre un total de 394, es decir un 7,1%.

Es así como en Fonoexport los temas consultados son los mismos tanto por mujeres como por hombres, en cuanto a los usuarios/as registrados/as en el sitio web de ProChile Realizando un ranking de los inscritos, aparecen que tanto en mujeres como en hombres el cargo “Gerente” es el más anotado con un 12% en mujeres y un 21% en hombres.

Para las mujeres el segundo cargo más anotado es “jefa, encargada, administradora” con un 9,2% le siguen “estudiantes” con un 9,1%, “dueña, propietaria socia” con un 6,4% y en 6º lugar “asistente o ejecutiva” con un 3,6%. Para los hombres el segundo cargo más anotado es “dueño, propietario o socio” con un 8,5%, le siguen “jefe, encargado o administrador” con un 6,9%, “Director, presidente/CEO” con un 4% y en el 5º lugar estudiantes con un 2,5%.

La suma de los 5 primero cargos de hombres corresponde al 43,5%, y la suma de los 5 primero cargos de mujeres corresponde al 40,3% de las inscritas en el sitio y que colocan cargo, es decir muy similar en porcentaje entre mujeres y hombres pero difieren en los cargos.

La página web y el servicio de Fonoexport es abierto a todo público y existe una buena percepción por parte de hombres y de mujeres, por lo que no existen brechas para entregar los servicios sino más bien en el acceso a ellos, que viene dado por el menor número de mujeres.

Respecto a los Planes Sectoriales y empresariales es importante señalar que hubo un mayor número de empresas lideradas por mujeres, pasó de un 7% en el año 2005 a un 15% en el 2007. Por otra parte, se incrementó el número de empresas grandes lideradas por mujeres: de 90% en el año 2005 a un 47% en el año 2006.

El sector en el cual participa un mayor número de mujeres es el de Alimentos y la participación de la mano de obra femenina en el total de empleados directos de las empresas, se incrementó en sólo 4 puntos porcentuales desde el año 2005 al año 2006, a la vez, cabe destacar una tendencia positiva a utilizar mano de obra femenina en empresas lideradas por hombres.

En término de exportaciones año 2006, creemos relevantes destacar que el 57% de las empresas lideradas por mujeres registraron exportaciones, cifra que había tenido un comportamiento débil el año 2005, correspondiente al 18%.

Como conclusión se puede mencionar que según el trabajo realizado el año 2005 y 2006 la percepción de las mujeres y hombres por los instrumentos de apoyo que ofrece ProChile son similares.

Al igual que las conclusiones del año 2005, los antecedentes estadísticos arrojados nos permiten inferir que el mayor potencial exportador que hoy en día poseen las empresas lideradas por hombres se puede atribuir a variables que manejan diferentes organismos de fomento productivo y emprendedor, que trasciende al accionar de la promoción de exportaciones, objetivo de nuestra Institución. Así como, de los resultados arrojados, se puede deducir que no existen inequidades de género en la entrega de nuestros instrumentos y herramientas, sin embargo se observa que existen barreras de acceso al mundo exportador y que probablemente tengan que ver con un aspecto cultural, de educación, de capacitación, de utilización de las mejores herramientas en el proceso productivo u otra variable previa al proceso exportador.

Por último, Direcon – Prochile seguirá realizando un trabajo con enfoque de género en el año 2007 para, por un lado seguir colocando la información recabada para que se puedan crear, con una visión país, nuevas discusiones que se transformen en políticas, herramientas o servicios en pro de un mayor número de empresas lideradas por mujeres, y por otro lado, para visualizar cuáles son las características de la mujer exportadora y las barreras de género que pudieran tener en mercados internacionales. Pensamos que con un mayor número de mujeres en la economía y en particular en el proceso exportador, nuestra nación se engrandecerá, se creará más riqueza y en definitiva aumentará nuestra calidad de vida.