



CARACTERIZACIÓN DEL VOUCHER DE INNOVACIÓN PARA EMPRESAS DE MUJERES AÑO 2017 EXPERIENCIA DESDE LAS BENEFICIARIAS

DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA Y SUSTENTABILIDAD
OCTUBRE 2018



Tabla de contenido

I.	INTRODUCCIÓN	3
II.	OBJETIVOS	4
III.	METODOLOGÍA.....	5
	Metodología Focus group	5
	Dimensiones de estudio	5
	Elección de la muestra	7
	Población de empresas de mujeres beneficiadas	7
	Variables observadas en proyectos ganadores.....	8
IV.	RESULTADOS	9
	Características de las emprendedoras	9
	Recomendaciones que las emprendedoras realizan al Voucher de Innovación.....	9
	Recomendación a las líneas de Corfo.....	10
	Algunas ideas y frases que vale la pena destacar	10
V.	CONCLUSIONES	12
VI.	ANEXO: Participantes	14

I. INTRODUCCIÓN

Este estudio se vincula con el compromiso adquirido por Corfo con el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, de documentar la experiencia que han tenido emprendedoras con el Voucher de Innovación para empresas de mujeres el año 2017, conocer quiénes son las empresarias que hoy acceden, como son sus proyectos, así como analizar y sintetizar su visión en cuanto a la disminución de brechas de acceso, de oportunidad y estructurales en relación al tipo de productos/mercados en los que desarrollan sus emprendimientos.

Con este fin, se establece como metodología de investigación realizar un focus group con beneficiarias de la línea de Voucher de Innovación para empresas de mujeres del año 2017 y la difusión de esta caracterización en la página web de CORFO.

Es así como a finales de julio de 2018, se realiza un focus group en Corfo, donde asisten 9 emprendedoras con interés en expresar su experiencia con el Voucher de Innovación y hacer visibles temáticas vinculadas con el instrumento y con el emprendimiento de mujeres.

El Voucher de Innovación para empresas de mujeres, apuesta a que una MiPe (micro o pequeña empresa) tradicional, puede movilizarse a mercados con mayor valor agregado diversificando sus productos o mercados, mediante la incorporación de tecnología que le permita generar mejoras significativas a sus procesos o desarrollar nuevos o mejorados productos, teniendo así la oportunidad de crecer y sostenerse en el tiempo, así mismo para que emprendedoras sin historia generen nuevos productos incorporando tecnología e innovación.

El objetivo general del Voucher de Innovación para Mujeres es contribuir a desarrollar soluciones innovadoras a problemas o desafíos de productividad y/o competitividad de las empresas nacionales, a través de la vinculación con proveedores de conocimiento. Y los objetivos específicos apuestan a:

- a) Resolver desafíos empresariales innovadores y tecnológicos a empresas de mujeres que les permitan aumentar su productividad y competitividad.
- b) Vincular empresas de mujeres con entidades proveedoras de conocimiento.
- c) Fomentar la participación de empresas de mujeres en ámbitos de innovación

Los resultados esperados por este programa se relacionan con el esfuerzo que Corfo viene realizando en disminuir las brechas de género, generando iniciativas transversales para fomentar la igualdad de género dentro de la industria y la dinamización del vínculo entre empresas de mujeres y entidades que generen conocimiento, agregando valor y productividad a estas empresas, con el fin último de aumentar la participación de empresas de mujeres en ámbitos de innovación.

El estudio permitió visualizar la positiva valoración del Voucher por las mujeres que participaron, principalmente en relación al crecimiento obtenido como empresarias y a un mayor conocimiento de sus productos y mercados, así como recoger sugerencias de mejora de la operación del instrumento.



II. OBJETIVOS

Documentar la experiencia de mujeres emprendedoras/empresarias en relación a su postulación, el proceso de implementación y la adopción de las soluciones entregadas por el Voucher de Innovación en sus emprendimientos.

El estudio además desea indagar en las limitantes, barreras y brechas, que presentan las mujeres al momento de emprender y desarrollar sus negocios, así como al momento de acceder a tecnologías y conocimiento especializado.

III. METODOLOGÍA

Metodología Focus group

El grupo focal es una técnica de investigación cualitativa, que busca a través de la interacción entre sus participantes generar información de valor, estudiando el cómo y el porqué de las opiniones se logra reducir la incertidumbre acerca de un fenómeno o ayudan a la comprensión de lo obvio desde la perspectiva de las personas que experimentan y que arriesgan ciertos resultados El lenguaje es el “dato” a analizar, comprender e interpretar.

La principal ventaja de la investigación cualitativa reside en su capacidad de obtener respuestas más completas y básicas a preguntas que podrían contestarse a un nivel superficial si fuesen planteadas en una encuesta normal.

En un focus importa más la comprensión de los motivos que los datos generalizados. Este enfoque cuantitativo más allá de data, persigue a través del recuerdo espontáneo de los entrevistados obtener sus creencias (expectativas y orientaciones de valor de la información recibida), así como sus deseos (motivaciones internas conscientes e inconscientes).

Una etapa clave en el desarrollo de un estudio es el diseño, esta etapa es fundamental para el éxito, certeza y calidad del estudio

Dimensiones de estudio

En base a los objetivos planteados en el Voucher de Innovación y al esfuerzo de Corfo para disminuir brechas de género en la dinámica empresarial y en sus programas, se escogen dimensiones de estudio para ser investigadas en el focus, estas dimensiones son la motivación y expectativas de las mujeres al emprender, su acercamiento a esta solución ofrecida por Corfo, los resultados que obtuvieron al haber participado en este programa, las recomendaciones que pudiesen tener para agregar valor al programa Voucher y su visión en relación a las brechas de género en el ambiente empresarial. Para cada una de estas dimensiones se delinearón preguntas para que la modeladora tuviese presente al momento de guiar la conversación.

Motivación – Proceso de Postulación - Expectativas

- ✓ ¿Cuál fue su motivación al momento de crear una empresa?
- ✓ ¿Cómo se hace visible la oportunidad de incorporar nueva tecnología en sus negocios?
- ✓ ¿Con quién contaba (redes) para estimar la necesidad y potenciales beneficios de incorporar nueva tecnología?
- ✓ ¿Cómo se enteró de las soluciones que daba Corfo a través del Voucher de Innovación?
- ✓ ¿Tuvo alguna asesoría o apoyo para postular al Voucher de Innovación?
- ✓ ¿Si no hubiese existido un Voucher especial para empresarias mujeres hubiese postulado al Voucher general?
- ✓ Sí, no, por qué?

Resultados

- ✓ ¿Cuál es su percepción de los resultados en relación a las expectativas que tenía al momento de postular su proyecto?
- ✓ ¿Ha habido algún resultado aparente en ventas, (diversificación, sofisticación), nuevos clientes, nuevos mercados?

Aprendizajes y recomendaciones

- ✓ Si tuviese que hacer una recomendación a la operatoria del instrumento, cuál sería?
 - Acceso
 - Proceso
 - Proveedores
 - Seguimiento
- ✓ Más allá de la solución tecnológica otorgada a través del Voucher de innovación, ¿qué aprendizajes o externalidades positivas obtuvo al haber participado?

Barreras y propulsores

- ✓ ¿Cuáles considera son las principales limitantes/barreras que tiene una mujer al momento de realizar o participar mayoritariamente de un proyecto empresarial?
- ✓ ¿Ha sido consciente de algún tipo de discriminación al momento de desarrollarse empresarialmente por el hecho de ser mujer?
- ✓ ¿Cuáles considera que han sido los apoyos y/o aciertos más importantes al momento de emprender?

Elección de la muestra

Para elegir una muestra representativa de la población de mujeres que participaron y fueron beneficiadas con el Voucher de Innovación el año 2017, se identifican las principales variables que pudiesen diferenciarlas dentro del grupo, así como identificar con que variables se cuenta al momento de definir diferencias o similitudes y si éstas merecen ser analizadas por separado.

Población de empresas de mujeres beneficiadas

El año 2017 postularon 180 iniciativas de empresas de mujeres, de éstas iniciativas 78 empresas fueron beneficiadas con el Voucher de Innovación. De las 102 empresarias que no obtuvieron el Voucher de Innovación 60 resultaron ser proyectos no pertinentes según criterios de elegibilidad, tales como Impacto Coherencia y Compromiso¹, aumentando esta razón con respecto al año anterior donde sólo 26 de 183 proyectos resultaron no pertinentes, vale la pena indagar en una evaluación futura indagar en este comportamiento. En una dirección distinta en relación al 2016, los proyectos que si cumplían con los criterios de pertinencia venían mejor planteados pues la tasa de rechazo técnico fue menor en esta segunda convocatoria.

	Proyectos 2016	Proyectos 2017
Aprobados	54	78
No pertinentes	26	60
Rechazados	103	42

1

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
IMPACTO	Impacto en la empresa del desafío, problema u oportunidad propuesta. Cuánto aumentará su productividad, su oferta exportable y/o competitividad resolviendo el desafío.	40%
COHERENCIA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coherencia entre el desafío planteado por la empresa y el servicio requerido. (20%) ▪ Se evaluará el grado de novedad de la solución propuesta. (20%) 	40%
COMPROMISO	Aportes pecuniarios comprometidos para la ejecución del proyecto.	20%

VARIABLES OBSERVADAS EN PROYECTOS GANADORES

Las variables con las cuales se cuenta para caracterizar la población objetivo son las siguientes:

- **Región:**

Un 47% de los proyectos ganadores son de empresas constituidas en la Región Metropolitana, por temas de logística y disponibilidad de las empresarias a participar del focus group, la muestra se obtendrá de esta subpoblación objetivo. Quedando entonces 37 de 78 potenciales empresarias a participar.

- **Sector Productivo:**

El año 2017 la distribución por sector en orden de importancia pertenecen a Alimentos procesados con un 31% de predominancia, seguido de productos agrícolas con 15%, Medioambiente con 9% y Manufactura, TIC y Construcción con un 5% cada uno. Si bien esta variable pudiese ser importante en cuanto a sofisticación de los sectores, al indagar en la naturaleza de las empresas y los proyectos éstos al momento de presentarse al Voucher de Innovación poseen moderado grado de sofisticación, siendo en su mayoría emprendimientos tradicionales.

- **Tamaño y Antigüedad:**

Esta variable, adquiere importancia al momento de diferenciar la población objetivo, el tamaño de la empresa está muy relacionado a la antigüedad del emprendimiento y cómo el voucher puede representar una entrada al mercado y que se relacione con el desarrollo de un producto innovador y con mayor potencial de vida de la empresa.

Es conocido que el Voucher de innovación muchas veces sirve para el lanzamiento de un nuevo y/o mejorado producto recogiendo la experiencia previa de la emprendedora, y con ello, la constitución de una empresa versus lo que ocurre con empresas ya establecidas que requieren hacer un up grade en innovación acotado, para consolidar y/o hacer crecer sus negocios. Cabe señalar, que por el monto del subsidio de 7 millones, existe una autoselección de empresas de menor tamaño por lo cual la mayoría de las empresas declaran ser Mipes, el desglose por tamaño de empresa para beneficiarias 2017 es el siguiente: 33% sin retornos, 44% microempresa, 20% pequeña y 3% mediana empresa.

- **Foco principal de conocimiento:**

Esta variable cobra importancia para observar el tipo de proyectos que está apoyando el Voucher de Innovación para mujeres, cabe destacar que un 60% de los proyectos ganadores pretenden generar un nuevo o significativamente mejorado diseño del producto, luego un 21% desea mejorar el proceso de producción, un 10% testear un producto, será en estos proyectos donde se seleccionará la muestra.

IV. RESULTADOS

Los principales resultados del estudio, se relacionan con reconocer las características que distinguen a mujeres - que además de haber decidido y recorrido el camino de emprender - reconocieron la importancia de incorporar algún grado de innovación en sus proyectos y en este reconocimiento, la oportunidad de escalar sus productos mediante el Voucher. El estudio además permite conocer la experiencia de las emprendedoras con el programa y desde ahí cuáles serían sus principales recomendaciones, y finalmente permite obtener la valoración del programa en relación a los resultados observados por las empresarias en sus productos y en cuál sería el efecto en la vinculación de estas mujeres con el conocimiento a futuro.

Características de las emprendedoras

El focus permitió concluir que las empresarias seleccionadas y beneficiadas con el Voucher de Innovación, poseen características que se repiten en la mayoría de ellas, éstas se resumen en las siguientes:

- Un alto porcentaje de las empresarias son ingenieras o de formación STEM
- Casi la totalidad ha tenido trabajos remunerados previos, sin embargo siempre tuvieron en mente la idea de emprender
- Deciden emprender por oportunidad más que por necesidad
- Los emprendimientos se relacionan generalmente con proyecciones de sus estudios y/o conocimientos derivados de la experiencia previa de la emprendedora
- La mayoría de las mujeres apoyadas emprende con su pareja o familia
- Sus emprendimientos están en etapa muy inicial, no datan más allá de dos años
- Un 50% de ellas tenía cercanía previa con universidades, ya sea por haber trabajado en estas instituciones o tener proyectos asociados a éstas
- Todas se acercaron al Voucher por que detectaron la necesidad de innovar y no al revés, es decir no fueron las entidades de conocimiento o Corfo quienes incentivaron la necesidad
- La mayoría de estas mujeres es la primera vez que emprende.

Recomendaciones que las emprendedoras realizan al Voucher de Innovación

Las beneficiarias de Voucher reconocen la experiencia como positiva, más allá de los resultados, valoran que exista este programa y el aprendizaje obtenido independiente si su proyecto sea exitoso o fracase. Las recomendaciones realizadas al programa van principalmente en la línea de mejorar ciertos aspectos que les permitan negociar de mejor manera con el proveedor y así obtener más beneficios de la experiencia, estos aspectos se resumen en lo siguiente:

- Contrato y/o relación con el proveedor: Se debe proteger la propiedad intelectual
- Contrato y/o relación con el proveedor: Establecer en conjunto una hoja de ruta con reuniones periódicas, cumplimiento de hitos y plazos. No siempre la emprendedora se siente involucrada en el desarrollo de la solución y no siempre existe un traspaso del conocimiento.

- Contrato y/o relación con el proveedor: Claridad de compromisos y que exista cláusula en caso de incumplimiento o calidad no esperada de la solución, de poder cambiar de proveedor
- Calidad de los Proveedores: Debiese existir una evaluación/ranking de proveedores u otro mecanismo que permita obtener un conocimiento previo desde experiencias con emprendedores ya atendidos
- Reglamento del Programa: Valorización económica-pecuniaria del tiempo de dedicación y/o del trabajo realizado por la emprendedora, ya que los altos costos de oportunidad impiden dedicarse especialmente al proyecto y así absorber de mejor manera los nuevos conocimientos, restándole potencia al programa
- Reglamento del programa: Aumentar la duración de la intervención a 9 meses
- Síndrome del nido vacío: Seguimiento y asesoría para ver cómo seguir
- Facilitar la postulación: Dada las barreras que enfrentan en el camino para postular, que se relacionan principalmente por la lejanía con este tipo de programas, la postulación la realizan a través de la entidad proveedora de conocimiento quienes son los que ponen las condiciones.

Recomendación a las líneas de Corfo

- Acompañamiento previo, antes de postular: Debiese existir un filtro previo que permita postular la idea con un objetivo general y después se le indique si puede o no postular a ese instrumento, o cual es el programa o instrumento se adecúa más a tus necesidades, por ejemplo se pierde tiempo en el llenando formularios, a veces el proyecto no aplica o no se ajusta al programa, se declara no pertinente
- Lenguaje: Existen muchos tecnicismos, lenguaje poco claro, para emprendedores que no están próximas a este tipo de programas y a personas sin formación profesional
- Se requiere de un enfoque más cercano de los ejecutivos Corfo con los postulantes a los programas y posteriormente que se realice seguimiento, acompañamiento. Pues se pierden muchas buenas ideas en el camino.

Algunas ideas y frases que vale la pena destacar

“Un magister me hubiese salido mucho más caro de lo que perdí experimentando y aprendí mucho más”

“Estoy feliz, pero tú dices tengo todo esto y ahora ¿qué hago?”

“Hay tanto trabajo y tanto que se hace, que no queda muy claro después como uno continúa, se presenta el síndrome del nido vacío, y estas cosas tienen que ser rápidas porque el mercado es complejo y dinámico”

“Es un producto súper potente yo no sabía lo que tenía en mis manos hasta que se hizo”

“Me costó mucho entrar a las redes” ... “Corfo era muy lejano, demasiado burocrático, sobre todo cuando uno está sola”

“Había tenido mala experiencia por personas que dan la cara por una institución y hacen lejana esa institución”. “A veces uno se lleva una mala impresión por quien te toque, tú dices Corfo es así”

“Con el Voucher tenía una predisposición a que iba a ser difícil, pero no lo fue, sentí la institución más cerca y es por la ejecutiva a cargo”

“Para presentar un buen proyecto hay que haber tenido estudios, si no has tenido una carrera universitaria te tienes que auto instruir, me sirvieron los diplomados para hacer una formulación de proyecto buena”

“Siempre me decían hay muchos instrumentos, utilízalos, asistí al centro de desarrollo de negocios en mi ciudad, solicité ayuda para crear un plan de negocio, recibí apoyo y se le sugirió buscar ayuda con un cowork y fui a tal institución, y con ellos presenté el proyecto”

“Mi primera experiencia con Corfo, fue con la línea 2..., me acerque a una Incubadora..., pero la persona a cargo de la incubadora le dijo es muy difícil, poco rentable, solicité a la persona a cargo que me permitiera acercarme al ejecutivo Corfo y me diese la oportunidad de venderle la idea”, se preparó, expuso su idea, “el ejecutivo señaló: esto está listo, esto es línea 2. Luego he asesorado a otros emprendedores para acercarse a Corfo”

“Habiendo ganado experiencia con el Voucher anterior y a raíz de que existe un contrato de vinculación con un tercero, hoy exijo al proveedor tres cotizaciones, desarrollo detallado de lo que implica su trabajo, incluso por contrato y dejo claro que el servicio que se espera no es un resultado de análisis, sino resultados que permitan que entreguen los elementos para poder acompañar el proceso que ellos van a hacer para llegar al resultado, se le exige reuniones, informes parciales con metas, reuniones con detalles del proceso para llegar al avance, capacitación, el pago se asocia al cumplimiento de esas metas”

“Tuvimos mala experiencia con el proveedor, pruebas deficientes con prototipos ineficientes, pero debimos continuar con ellos por los plazos establecidos, solicitamos ayuda a diseñadores profesionales, debimos solicitar ampliación de plazos, hicimos un esquema de trabajo y una metodología súper coherente, pero el prototipo era absolutamente deficiente”

“Llenar formularios, golpear puertas, buscar contactos personales, etc., es muy complejo el tema”, somos muy pequeñas frente a *ellos*, se corre el riesgo de que se roben la idea o se apoderen del conocimiento”

“El instrumento como tal, es una tremenda oportunidad de poder llevar a cabo lo que en algún momento soñó o pensó, en la etapa del prototipo está bien!”

“Si el resultado es exitoso se requiere el acompañamiento hasta el resultado final”.

V. CONCLUSIONES

El Voucher de innovación presenta un gran potencial para impulsar nuevos emprendimientos, a un bajo costo, permitiendo el aprendizaje y el aumento de confianza de quienes emprenden, y por otro lado en el caso de no obtener buenos resultados permite acelerar el círculo virtuoso de fracasos y éxito en el camino de emprender.

En general se observa una percepción positiva de las emprendedoras por el programa Voucher de Innovación, ya que en gran medida ha permitido disminuir las barreras que las emprendedoras tenían y percibían con proveedores de conocimiento y con la Corfo y sus programas. Valoran sobretodo la experiencia en relación a las capacidades empresariales que obtienen y que les permite aumentar la confianza en sí mismas, disminuir la aversión al riesgo y obtener un mayor conocimiento de su producto y de las condiciones del mercado donde participan, esto más allá de los resultados puntuales asociados a las soluciones obtenidas a través del Voucher.

En relación a las soluciones entregadas por los proveedores de conocimiento, les permite obtener un prototipo o mínimo producto viable, cuya calidad y valoración está directamente relacionada con la cercanía que la emprendedora haya experimentado con la institución proveedora de conocimiento, y esta cercanía está altamente relacionada con los acuerdos que se hayan pactado desde un principio con el proveedor. Por ello, es importante guiar y capacitar a la emprendedora al momento de negociar las condiciones contractuales con el proveedor de conocimiento, donde una condición transcendental es la participación activa de la emprendedora en el desarrollo de la innovación, participar de reuniones de trabajo periódicas y tener hitos que deben ser consensuados asociados a los avances de la solución.

Sin embargo, como el programa principalmente permite obtener un producto mínimo viable, incluso cuando se haya tenido un producto previo - ya que al incorporarle mejoras tecnológicas se convierte en un nuevo producto con un nuevo mercado - las emprendedoras requieren desde Corfo de un acompañamiento a una etapa posterior, para avanzar en introducir sus productos al mercado y/o obtener capital para crecer.

Las emprendedoras reconocen en este programa, mayor cercanía de los profesionales Corfo designados a acompañar la postulación e implementación de los proyectos (donde como se dijo importa más la experiencia que la solución entregada), en comparación con el acompañamiento obtenido al postular a otros programas o instrumentos, enfatizando en que los profesionales que trabajan en Corfo pueden hacer la diferencia entre una buena experiencia y una mala experiencia.

Es necesario, evaluar la conveniencia de que el programa Voucher de Innovación sea agenciado mediante una articulación estratégica entre emprendimiento e innovación, que permita situar y orientar los proyectos en el marco del ecosistema de emprendedores innovadores.

Una última conclusión es la necesidad de levantar, registrar y comunicar la experiencia y los resultados asociados a los proyectos apoyados, tanto en la etapa de desarrollo de la solución como en los avances que ha mostrado el emprendimiento, generando aprendizajes al interior de la

institución que permitan realizar los ajustes necesarios al programa y al ecosistema en que se encuentra y que permitan además traspasar aprendizajes y mejores prácticas a las nuevas emprendedoras que demanden realizar un up-grade en sus productos mediante el Voucher u otro programa Corfo.

VI. ANEXO: Participantes

Nombre emprendedora	Razón Social	Proyecto
María Elina Aguayo	Nautacolecciones Editores Limitada	Plataforma Digital para coleccionistas de comics con servicio innovador de tasación de revistas
Catherinne Herrera Alarcón	I&C SOLUCIONES TEXTILES SpA	Estudio y Desarrollo de factibilidad de un sistema de reciclaje industrial de textiles: Algodón, Polyester y sus aleaciones, reutilización e impacto socio-económico-ambiental.
Carolina Meruane Naranjo	Modelación Ambiental SpA	Desarrollo de una plataforma web para la visualización en tiempo real de pronósticos hídricos ambientales
Claudia Patricia Soto Ibarra	Nehuen Limitada	Producción de plástico biodegradable a partir de desechos de post-cosecha de la industria frutícola.
Lourdes Adames Franco	LOVEJUICE SpA	Desarrollo teórico y experimental a escala laboratorio, de un tratamiento que permita aumentar la vida útil de los jugos Love Juice elaborados con frutas y verduras, sin adición azúcar
Isidora	Oleo SpA	Silla portátil para Masoterapistas Ciegos
Carolina de los Ángeles Canales Yañez	Inmobiliaria e Inversiones Canales & Yañez Limitada	Desarrollo de una formula nutritiva, a partir del té de compost, para el cultivo de lechugas hidropónicas, orgánicas en zona / condiciones extremas
Sandra Quilaqueo		
Mónica Rodríguez	Luzmira Mónica Rodríguez Fica	Desarrollo de una Barra de miel + polen efectiva para el rendimiento en deportistas

DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA Y SUSTENTABILIDAD
OCTUBRE 2018