

Mujeres matriculadas en ingeniería comercial en 2024: dispar tendencia en participación en las principales universidades

Si bien más mujeres se interesaron por estudiar ingeniería comercial en 2024 con respecto al año pasado, el balance con respecto a la proporción respecto a los hombres, en algunos casos mejoró y en otros retrocedió.

SOFÍA ARAVENA

Más mujeres se interesaron por estudiar ingeniería comercial en 2024 con respecto al año pasado. Ese es un panorama que se repite, en general, tanto en las universidades tradicionales, como en las privadas, de acuerdo a los números absolutos. Sin embargo, en cuanto a participación, se observa una tendencia dispar, con retrocesos y avances. Así lo detallan desde las facultades de varias casas de estudios consultadas por **Pulso**, que ofrecen dicha carrera. Algunas tienen explícitamente dentro de sus objetivos fomentar la incorporación femenina en sus aulas a través de diversos mecanismos.

En la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile (FEN), hasta 2019 había una gran diferencia entre el ingreso de hombres y mujeres a la carrera. La proporción era de 70% hombres y 30% mujeres. Para cambiar eso, en 2020 crearon el Cupo Prioritario de Equidad de Género. El resultado: en 2023 y 2024 el balance pasó a ser de 60% hombres y 40% mujeres.

Mientras en 2023 ingresaron a ingeniería comercial en la FEN 352 hombres y 234 mujeres, este año ambas cifras se elevaron a 377 hombres y 243 mujeres, respectivamente.

“En 2020 se matricularon 36 estudiantes por este mecanismo, al día de hoy el 100% de ellas se encuentra comenzando el último año de su carrera y han tenido un desempeño académico similar al de otros estudiantes de la carrera, lo que demuestra el éxito de esta política”, señala José De Gregorio, decano de la FEN.

Asimismo, asevera que “estamos muy satisfechos por haber sido pioneros en la incorporación de mecanismos que permiten disminuir las brechas de género en el mundo de la economía y los negocios, y estamos muy orgullosos, además, por el buen desempeño académico de nuestras estudiantes en una Facultad que se reconoce por su alta exigencia académica”.

Desde la Facultad de Economía y Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC) los datos apuntan a un aumento de la presencia femenina en ingeniería



comercial en 2024, versus el año pasado.

En 2023 se matricularon 473 nuevos alumnos a la carrera, con 185 mujeres, lo que corresponde al 39,1% del total. Mientras que este año ingresaron 478, donde las mujeres llegaron a 202, lo que equivale al 42,3% de la matrícula. No obstante dicho avance, advierten que ese porcentaje todavía se distancia de su registro histórico de participación femenina, que se acercaba al 50%.

“En la admisión 2024 las mujeres representan el 42,3% de los matriculados en ingeniería comercial. Para nosotros esto es bajo, puesto que históricamente en nuestra carrera las mujeres correspondían a cerca del 48%, en promedio. Estamos trabajando para volver a las cifras históricas. Además, históricamente han tenido, en promedio, mejores notas que los alumnos hombres”, comenta José Miguel Sánchez, decano de la Facultad de Economía y Administración UC.

Por su parte, en la Universidad de Santiago también anotaron un incremento en el porcentaje de mujeres que decidieron ingresar a la Facultad de Administración y Economía (FAE), a la carrera de ingeniería co-

mercial. En 2023 el 46% de los matriculados correspondió a mujeres y el 54% a hombres, y ahora pasaron a 47% y 53%, cada uno. Pero en términos absolutos, hubo menos ingresos en 2024 en esta carrera. Así, mientras en 2023 entraron 411 estudiantes (223 hombres y 188 mujeres), este año fueron 356 (187 hombres y 169 mujeres).

Desde la casa de estudios indican que este avance en la participación femenina se debe al trabajo constante que se realiza para incentivar esa matrícula, como por ejemplo la Política de Igualdad de Género y Diversidad implementada en 2022.

“Que desde hace ya varios años exista paridad en la elección de nuestra carrera entre hombres y mujeres, es un activo que destacar. Se trata de titulados que incorporan otra mirada a sus pares, que culturalmente han cambiado y valoran al otro por sus capacidades. Al incorporarse al mercado laboral, llevarán con ellos el cambio. Al tratarse además de profesionales de excelencia, serán un valor para las empresas donde se inserten y ocuparán, llegado el momento, los puestos de liderazgo que les correspondan”,

explica Carolina Nicolas, vicedecana de Docencia de la FAE.

PLANTELES PRIVADOS

En la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), se vive una situación dispar. En el campus de Peñalolén, en la Región Metropolitana, bajó el porcentaje de mujeres en 2024, mientras que en Viña del Mar ocurrió lo contrario. En Santiago, el 35% de la matrícula fue de mujeres en 2023, y esa cifra bajó a 31% este año; en tanto que en la Región de Valparaíso mejoró de 34% a 45%.

“La Universidad Adolfo Ibáñez está comprometida con promover la equidad de género, ya que somos conscientes de que el aporte de las mujeres en los distintos ámbitos de la sociedad, incluido el laboral, marca una diferencia”, señala Juan Carlos Jobet, decano de la Escuela de Negocios UAI.

En ese sentido, han adoptado políticas para que más mujeres se inscriban en esta carrera.

“La UAI cuenta con dos vías, además de la admisión regular, para promover el ingreso de mujeres, siempre reconociendo sus trayectorias. La primera es la vía de admisión especial que reconoce el buen desempeño de mujeres egresadas de la enseñanza media, dándoles preferencias en las listas de espera, por orden de mejores puntajes. Y la otra vía es el mecanismo de ingreso especial para estudiantes mujeres con trayectoria destacada”, añade Jobet.

En la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Los Andes, que incluye las carreras de Ingeniería Comercial e International Business, este año los estudiantes son el 41% de mujeres y el 59% hombres, mientras que en 2023 había un 42% de mujeres y un 58% de hombres.

Eso sí, en 2024 hay más mujeres que el año pasado. En 2023 había 429 mujeres y 590 hombres, mientras que este año el número de mujeres asciende a 453 y el de hombres a 651. La facultad no tiene consideradas políticas particulares para incentivar la inscripción de mujeres.

En la Universidad del Desarrollo (UDD), también este 2024 hay más mujeres inscritas en Ingeniería Comercial que en 2023. El año pasado se matricularon 67 alumnas y este año el número subió a 100, lo que equivale al 34% del total de la matrícula, según explicaron desde la casa de estudios.

“Como Facultad buscamos potenciar el desarrollo profesional de las mujeres, acompañándolas y brindándoles las herramientas, redes y oportunidades para que puedan alcanzar sus metas. Desde hace 3 años, tenemos un Programa de Mujeres en Ingeniería Comercial UDD y una beca de admisión para aquellas que cumplan con ciertos requisitos académicos y de liderazgo”, dice Catalina Braun, vicedecana de la Facultad de Economía y Negocios.

Añade que “nuestra nueva carrera bilingüe, Global Business Administration, tuvo una muy buena recepción y acogida entre las mujeres, representando un 56% de la matrícula, por lo que estamos muy contentos”.