

DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER

FALTA DE CAPITAL: LAS TRABAS PARA LAS MUJERES QUE LIDERAN STARTUPS



Los emprendimientos con líderes mujeres logran mejor rentabilidad, impacto y sobrevivencia, pero tienen mayores dificultades para conseguir inversionistas. Una brecha que el ecosistema está enfrentando a través de programas de cofinanciamiento diferenciado y de la creación de redes de apoyo. POR FRANCISCA ORELLANA

Poca representación, menor cantidad de proyectos y escasas redes de contacto han incidido en que los emprendimientos y startups liderados por mujeres tengan un menor acceso a financiamiento para hacer crecer sus negocios. Una realidad que el ecosistema poco a poco está revirtiendo.

La directora ejecutiva de Hub APTA, Varinka Farren, explica que las mujeres viven una situación bastante crítica para la sobrevivencia de sus proyectos: "Según datos de Start-Up Chile, un 77% de las emprendedoras deben recurrir a sus ahorros personales, y solo un 14% logra obtener cofinanciamiento de programas públicos o privados".

No es un problema solo local, sino que se replica en el mundo. El socio líder del área de emprendimiento y private equity de EY, Enrique Leikin, detalla que, de acuerdo con la Asociación para la Inversión de Capital Privado en América Latina y el Caribe (LAVCA, por su sigla en inglés), el 31% del venture capital que se invierte en Latinoamérica es dirigido a startups lideradas por mujeres: "Aun cuando representa un aumento en comparación a las cifras del 2019, que llegaba al 16%, demuestra que todavía la brecha en nuestra región y país es importante y va decreciendo a un ritmo bastante lento".

Para la corporate business asso-

ciate de ChileGlobal Ventures de Fundación Chile, Natacha Marini, los recursos a los que ellas acceden son "desproporcionalmente menores en el sector de capital privado. Según Pitchbook (2024), los startups lideradas por mujeres recibieron menos del 3% de inversión de capital de riesgo", lo que evidencia que "aún requieren de mayor esfuerzo para conseguir capital, ya que los inversionistas, en su mayoría, son hombres". Agrega que las cifras del World Economic Forum indican que solo el 15% de los inversionistas son mujeres.

La gerente de la aceleradora de Mujeres Empresarias, Nicole Forttes, cree que los obstáculos van más allá del negocio como tal, hasta problemáticas como el acceso a las redes de contacto. "Tienen menos acceso a redes de inversores y mentores clave, lo que dificulta la obtención de recomendaciones y confianza", plantea, e indica que la aceleradora tiene dos proyectos que lograron levantar capital en 2024, ambos en etapas tempranas. "El éxito tuvo que ver justamente por la preparación previa y acceso a redes", recalca.

Es una dicotomía, porque según la gerente de emprendimiento de Corfo, Maricho Gálvez, diversas investigaciones demuestran que los negocios liderados por mujeres tienen un mayor impacto en términos de rentabilidad, innovación y creación de empleo. "De nues-

tras convocatorias, los negocios con al menos una mujer en sus equipos directivos o fundadores han demostrado tener una mayor sobrevivencia; en regiones, el incremento fue de 47,8% en 2013 a 60,2% en 2023, lo que reafirma la importancia de fortalecer y respaldar el emprendimiento femenino".

Programas de apoyo

Diversos actores del ecosistema de innovación y emprendimiento están buscando revertir este escenario, porque una baja participación femenina influye en todo ámbito: "Al no brindarles las mismas oportunidades,

se desaprovecha su potencial y se limita el desarrollo de soluciones innovadoras que podrían beneficiar a la sociedad. Y se dificulta el empoderamiento económico de las mujeres", dice Gálvez.

Corfo, por ejemplo, tiene pro-

LA NUEVA GENERACIÓN DE EMPRESAS I TENDRÁ MAYOR PRESENCIA DE EMPRENI

Las brechas de género en el mundo de la innovación impulsaron a la aceleradora pública Start-Up Chile a crear en 2020 Female Founder Factor, una estrategia para mejorar la participación y colaboración femenina en el ecosistema, que ha impactado en sus programas de aceleración Build, Ignite y Growth (BIG). En el primero, por ejemplo, estableció que un 50% de las empresas seleccionadas deben ser lideradas por mujeres, mientras en las otras fijó un aumento del presupuesto para las emprendedoras.

Los resultados de la estrategia son positivos: en la edición de este año, conocida como BIG 9, de los

El 36% de las empresas seleccionadas por la aceleradora pública para sus tres programas de financiamiento (BIG 9) fueron fundadas por mujeres. POR PAULINA BOFFI

64 emprendimientos seleccionados, el 36% son empresas lideradas por mujeres, un avance respecto al 28,8% del año anterior.

Uno de los proyectos ganadores es Otaria, startup que ofrece consultoría y un software para medir la huella de carbono. Su fundadora,

la ingeniera civil Industrial Simoné Oliva, se inició en el mundo corporativo y posteriormente ingresó a Latel Chile, empresa chilena de agua embotellada, donde se interesó por la sostenibilidad.

La startup ha pasado por cuatro aceleradoras, entre ellas Patagonia Venture y Mujeres Empresarias, y ya cuenta con diez clientes, como Prize y Pacific Nut. Ahora se encuentra en la etapa Build, donde desarrollará su software de sostenibilidad, que busca ser accesible tanto para grandes como para medianas y pequeñas empresas.

Oliva señala que la idea es que este software más complejo



60%

DE LAS STARTUPS DE REGIONES TIENE PRESENCIA DE MUJERES EN SU EQUIPO DIRECTIVO, SEGÚN CORFO.

gramas y acciones específicas para fortalecer el emprendimiento femenino. Ejemplo de ello son programas de cofinanciamiento diferenciado, como Semilla Inicia, Semilla Expande y Escalamiento, que tienen cofinanciamiento adicional del 10% para empresas lideradas por mujeres, sumado a talleres, cursos, entre otros. "En 2013, solo un 21% de los proyectos apoyados por Corfo contaban con integrantes femeninos, ahora en 2023-2024 hemos alcanzado el 54,4% de los emprendimientos que son liderados por mujeres", detalla.

Otro programa que está abriendo el camino es APTA WomanPower, de Hub Apta, que apoya con financiamiento y capacitación a proyectos de base científico-tecnológica, destaca Farren, y suma también a Scale Me, de Mujeres Empresarias, y The S Factory, de Start-Up Chile. "Algunos fondos de capital de riesgo están adoptando políticas de inversión con enfoque de género, creando oportunidades para que más proyectos femeninos accedan a capital", añade.

Marini indica que en el mundo se desarrolla el área Femtech, de tecnologías para la salud femenina, que está siendo atractiva para varios fondos de inversión. "Estos desafíos de salud aún no resueltos representan un mercado con un enorme potencial, estimado en US\$ 1 billón (millón de millones). Muchos de estos proyectos están liderados por mujeres, por lo que es probable que la inversión en este sector pueda ir aumentando", prevé.

DE START-UP CHILE DEDORAS

permita entregar "una solución que acerque la sostenibilidad a las organizaciones", ya que, "en la medida en que las empresas conozcan lo que están haciendo, podrán proponerse metas y gestionar mejor su impacto".

Otro de los emprendimientos seleccionados fue Wmas, un spin off de la Universidad Bernardo O'Higgins que, usando material con nanopartículas de cobre para dispositivos médicos, desarrolló catéteres urinarios y copas menstruales. Fue fundada por la enfermera Cristina Paredes y la química Sara Ramírez, con la intención de crear dispositivos que permitan disminuir las infecciones producidas por el uso de instrumentos médicos.

Paredes señala que creó un grupo

interdisciplinario para desarrollar el material y se adjudicó su primer Fondef en 2019, lo que considera un "golpe a la cátedra": "No había terminado el doctorado y me lo adjudiqué, compitiendo en un mundo dominado principalmente por la investigación masculina".

A la fecha, además del Fondef, la startup se adjudicó dos fondos ANID -por un total de \$ 327 millones-, una línea Corfo Semilla de \$ 20 millones y ha sido reconocida por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual como una de las mejores tecnologías nacionales. La empresa, que se encuentra participando en la segunda etapa Ignite, potenciará la comercialización de sus productos.