

INFORME TÉCNICO

Final	X
-------	---

PROYECTO

Programa de Fortalecimiento de la comercialización en microempresarias
emprendedoras de las Zonas Rezagadas

ENTIDAD EJECUTORA

Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género – Región del Maule

22 Enero 2021



ANTECEDENTES

Código Del Proyecto	30453437-0
Título Del Proyecto	Programa de Fortalecimiento de la comercialización en microempresarias emprendedoras de las Zonas Rezagadas
Entidad responsable	Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género
Director	Antonieta Morales Herrera
Monto Asignados	\$ 200.000.000
Montos ejecutados	\$ 188.873.964
Fecha	2016-2020

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe tiene como objetivo dar a conocer de manera resumida el desarrollo del programa y el término del mismo. En él se podrá encontrar información principalmente relacionada al cumplimiento de los objetivos del programa, metas y productos comprometidos.

En un comienzo el programa tuvo retrasos en su ejecución y se tuvo que pedir una extensión de plazo para poder concluirlo. De esta manera el año 2019 se contrató a un profesional responsable de manera exclusiva del programa, pudiendo así, dársele término el año 2020.

Si bien el normal desarrollo del programa estuvo sacudido por una serie de aspectos administrativos que demoraron los tiempos de ejecución, los dos factores más relevantes fueron los sucesos acontecidos en octubre 2019 - en donde se paralizó el País - y finalmente hasta la fecha actual, la pandemia COVID-19, en donde la metodología de ejecución del programa tuvo que adaptarse a las nuevas condiciones actuales.

Si bien el programa tuvo una etapa de diagnóstico y levantamiento de información a través de un plan de trabajo, la parte más relevante es la de ejecución del programa, que estuvo dividida en tres etapas. El presente informe se centra en la parte ejecutoria del programa.

En la etapa 1, se trabajó sobre la línea de emprendimiento. Básicamente ¿qué es emprender? y ¿cómo se gestionan los emprendimientos? En ella las mujeres participantes fueron capacitadas durante 40 horas. 7 de los 10 talleres fueron presenciales y el resto vía e-learning, modalidad sincrónica y asincrónica. En la etapa 2 las mujeres fueron capacitadas en dos grandes temáticas, la primera hace referencia hacia el uso de TIC's y la segunda a lo que es Marketing Digital, con fuerte énfasis en el uso de redes sociales. Para ambas etapas que fueron parcial y totalmente modalidad e-learning, la metodología de la clase fue en primer lugar, una cápsula del profesor explicando los contenidos, en segundo lugar, se enviaba material digital (que también fue entregado impreso en las comunas) respecto a la clase, en tercer lugar, se realizaba una reunión virtual con el profesor para resolver dudas y consultas, en cuarto lugar se enviaba el vídeo de la reunión con el profesor y finalmente, se realizaba un cuestionario acerca de los contenidos dictados en la etapa.



En la etapa 3 se desarrolló e implementó el sitio www.impulsamujeres.cl en donde cada participante tiene su propia vitrina comercial que puede administrar de manera autónoma. En este sentido las participantes fueron capacitadas durante todo el proyecto para poder exponer sus productos y servicios en dicho portal y se les desarrolló una imagen corporativa para que pudieran tener presencia digital. Con esto se busca poder darle una mayor visibilidad a los emprendimientos, generar nuevos contactos y aumentar el nivel de ventas.

En lo que se refiere a asistencia, el 51% de las mujeres tuvo una participación superior al 50% de las clases, el 49% restante tuvo una participación inferior al 50% de las clases. Pero es válido destacar que el 25% de las participantes superó el 80% de asistencia a las clases. Mujeres casi en su totalidad de la comuna más urbana; Cauquenes. Afortunadamente, aunque las conexiones no fueron del todo constantes por algunas participantes, todas enviaron los cuestionarios correspondientes a cada módulo. Con esto se ratifica el compromiso de las mismas, aunque no pudieron conectarse, aun así enviaron sus evaluaciones en otra instancia

Cabe destacar que durante todo el proceso las participantes tuvieron 3 seminarios, 6 charlas y 1 caso de éxito a parte de una mentoría personalizada a cada una de ellas. A parte como valor agregado, las participantes recibieron un kit de merchandising que incluyó un logo, tarjetas de presentación, una gorra personalizada, un delantal personalizado, un pendón, un mini pendón, un pendrive y una tablet con un subsidio para internet.

En hora buena y aunque las condiciones no han sido favorables del todo, de un total de 100 mujeres, se pudo dar egreso a 98.

2. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo General

Diseñar, implementar y transferir un modelo de comercialización de productos y/o servicios para emprendedoras formalizadas conducente a generar y mejorar su autonomía económica.

Objetivos Específicos

- Desarrollar e implementar una plataforma comercial de venta, muestra y distribución de productos y/o servicios.
- Habilitar a las usuarias del Programa en el manejo de herramientas técnicas, información comercial y financiera que les permita captar recursos mediante apalancamiento en la gestión de su negocio.
- Entregar mediante talleres conocimientos de carácter técnico, práctico y empresarial que permitan el desarrollo asociativo de las mujeres beneficiadas en pos del crecimiento competitivo de sus microempresas.
- Coordinar a los actores territoriales y las emprendedoras en torno al desarrollo del plan de comercialización sustentable.
- Desarrollar mediante mentorías capacidades locales para la aplicación de herramientas TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
- Generar oportunidades de desarrollo de negocios inclusivos entre las emprendedoras y su entorno inmediato.
- Fortalecer en innovación y valor agregado en los productos y/o servicios que producen las microempresarias y emprendedoras de las zonas rezagadas.
- Lograr disminuir las barreras de género de las emprendedoras del sector sur del Maule.

3. PRODUCTOS

Producto Ofrecido (modificación al 16 diciembre 2019. ORD: 4313 GORE)	Productos Obtenidos	Justificación de diferencias (si las hay)	Fecha de obtención
Plataforma comercial digital operativa	Plataforma comercial digital operativa		Noviembre 2020.
100 mujeres capacitadas a julio de 2020 en herramientas para fortalecer el emprendimiento.	10 talleres de gestión del negocio y emprendimiento.		Mayo 2020.
Plan de negocio sustentable.	Plan de negocio sustentable.		Diciembre 2020.
100 mujeres capacitadas a julio de 2020 en alfabetización digital, imagen de marca y marketing digital.	10 talleres de alfabetización digital, imagen de marca y marketing digital.		Octubre 2020.
20% de las mujeres incorporan a otras mujeres en su cadena del valor a septiembre de 2020.	Existe un aumento en cuanto a la cantidad de mujeres que después de la intervención comenzó a trabajar de manera asociativa. El aumento fue de 15 a 22 mujeres. Por lo tanto se cumple la meta con un 22,4%.		Diciembre 2020.
70% de las Mujeres de las Zonas Rezagadas aumentan sus niveles de venta o incorporan nuevos productos a su oferta.	Un 33,6% de las mujeres lograron aumentar su nivel de venta posterior al segundo diagnóstico, mientras que un 39,7% indicó haber mantenido sus	Dada la coyuntura nacional producto del COVID-19 el PIB correspondiente	Diciembre 2020.

	niveles de venta y un 18,3% declara haber disminuido su nivel de ventas. Mientras que un 8,4% se declara sin información.	al segundo trimestre 2020 se contrajo un 14,5% respecto a igual periodo año anterior, mismo caso con el tercer trimestre 2020 con una contracción de un 9,1% respecto al mismo periodo del año anterior. Las cifras del cuarto trimestre aún no se encuentran disponibles y el nivel de ventas de las participantes va en línea con los indicadores macro.	
70% de las mujeres de zonas rezagadas mejoran sus niveles de autonomía respecto del nivel inicial.	Respecto a la comparación del diagnóstico inicial versus el final, un 46,9% aumenta su nivel de autonomía, un 24,5% declara haber mantenido su nivel de autonomía y un 19,4% declara haber disminuido su nivel de	El factor principal que impidió llegar a la meta fue el cambio de modalidad de presencial a online. Sin lugar a dudas la génesis del	Diciembre 2020.

	autonomía. Un 9,2% no declara información.	proyecto fue siempre (dado el bajo nivel de escolaridad, la mala infraestructura tecnológica y la mala conectividad en términos de señal) realizar las capacitaciones de manera tradicional, entregando las herramientas tecnológicas a las participantes para su correcta capacitación. Caso que no pudo materializarse de manera óptima dadas las condiciones sanitarias del País.	
Diagnóstico Territorial	Diagnóstico territorial.		Finalizado

4. RESULTADOS ESPERADOS

Resultado esperando (Producto Ofrecido (modificación al 16 diciembre 2019. ORD: 4313 GORE))	Resultado Obtenido	Justificación de diferencias (si las hay)	Fecha de obtención
Obtener una plataforma comercial digital que sirva como vitrina para las emprendedoras de Zonas Rezagadas	Plataforma comercial digital.		Octubre 2020
Mujeres de las zonas rezagadas son capacitadas en las herramientas necesarias para mejorar su emprendimiento	10 talleres de gestión del negocio y emprendimiento.		Enero - Junio 2020
Crear un plan de negocio sustentable en conjunto con las mujeres participantes del programa	Plan de negocios sustentable.		Octubre - Noviembre 2020.
Mujeres de las zonas rezagadas son capacitadas en alfabetización digital, imagen de marca y marketing digital.	10 talleres de alfabetización digital, marketing digital y taller de imagen de marca.		Junio - Octubre 2020
Mujeres de las zonas rezagadas incorporan la Asociatividad como recurso estratégico de su negocio	Originalmente había 15 mujeres de 90 que reportaban trabajar de manera asociativa (16,6%) posterior a la intervención y al incorporar 8 nuevas		Noviembre 2020

	participantes, la cifra aumentó a 22 mujeres de 98, resultando un 22, 4%.		
Las Mujeres de las Zonas Rezagadas aumentan sus niveles de venta o incorporan nuevos productos a su oferta.	Un considerable 33,6% declara haber aumentado sus niveles de venta. Cifra absolutamente opuesta a las contracciones del PIB del segundo y tercer trimestre 2020 en comparación con iguales periodos año anterior.		Diciembre 2020
Potenciar las habilidades blandas y competencias de las mujeres para fortalecer su empoderamiento y autonomía, disminuyendo así las brechas de género	Un 46,9% de las mujeres participantes declaran haber mejorado su nivel de autonomía, mediante la medición de 14 variables que fueron diagnosticadas al comienzo y al final de la intervención.		Diciembre 2020

5. INDICADORES

Indicadores de cumplimiento	Meta Programada	Meta Alcanzada	Observación
N° de plataformas operativas a finalizar el periodo de intervención	1 plataforma por participante	Sí	www.impulsamujeres.cl
N° de mujeres capacitadas a julio de 2020	100 mujeres capacitadas en emprendimiento	No	98 mujeres egresaron del programa, 1 falleció y 1 deserción.
N° de planes de negocio sustentables a septiembre de 2020	100 planes de negocio	No	92 planes de negocios terminados para un total de 98 participantes egresadas.
N° de las mujeres incorporan a otras mujeres en su cadena del valor / n° de mujeres intervenidas	20% mujeres incorporan a otras en su cadena de valor	Sí	$22/98=22,4\%$.
N° de Mujeres de las Zonas Rezagadas aumentan sus niveles de venta o incorporan nuevos productos a su oferta/ n° de mujeres intervenidas	70% mujeres aumentan sus niveles de venta o incorporan nuevos productos	No	$33/98=33,6\%$
N° de mujeres de zonas rezagadas mejoran sus niveles de autonomía respecto del nivel inicial/ n° de mujeres intervenidas	70% mujeres mejoran sus niveles de autonomía	No	$46/98=46,9\%$

6. INNOVACIONES O IMPACTOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS LOGRADOS

Innovación o impacto contemplado (según proyecto aprobado)	Innovación o impacto obtenido	Justificación de diferencias (si las hay)	Fecha de obtención

7. EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES

Nº	Actividad	Estado (ejecutada/proceso/ Concluida)	Justificación de Diferencias	Fecha de ejecución
1	Reunión de gestión interna	Concluida		Octubre 2016
2	Elaboración Bases Técnicas	Concluida		Octubre 2016
3	Elaboración Bases Administrativas	Concluida		Octubre 2016
4	Proceso de Licitación	Concluida		Noviembre 2016
5	Coordinación con proveedor	Concluida		Diciembre 2016
6	Ajuste metodológicos	Concluida		Diciembre 2016
7	Trabajo de Campo	Concluida		Abril 2017
8	Análisis de los resultados	Concluida		Mayo 2017
9	Diagnostico territorial	Concluida		Mayo 2017
10	Reactivación del programa	Concluida		Enero 2019
11	Contratación profesional	Concluida		Abril 2019
12	Coordinación con municipios	Concluida		Mayo 2019

13	Primer llamado a licitación	Concluida		Mayo 2019
14	Coordinación para reclutamiento y selección	Concluida		Junio
15	Presentación del proyecto a candidatas	Concluida		Junio – julio
16	Elaboración de nuevas bases técnicas	Concluida		Agosto 2019
17	Segunda licitación	Concluida		Septiembre 2019
18	Taller de marketing digital	Concluida		Octubre 2019
19	Proceso de adjudicación segunda licitación	Concluida		Noviembre 2019
20	Firma convenio con el ejecutor	Concluida		Diciembre 2019
21	Visita a los territorios presentando al ejecutor	Concluida		Enero 2020
22	Jornada de sensibilización en género	Concluida		Enero 2020
23	Inicio etapa 1	Concluida		Enero 2020
24	Inicio de los talleres online	Concluida		Abril 2020
25	Solicitud segunda cuota	Concluida		Mayo 2020
26	Solicitud de modificación presupuestaria	Concluida		Mayo 2020

27	Pago primera cuota ejecutor	Concluida		Junio 2020
28	Inicio etapa 2	Concluida		Junio 2020
29	Pago segunda cuota ejecutor	Concluida		Octubre 2020
30	Inicio etapa 3	Concluida		Octubre 2020
31	Término etapa 3	Concluida		Noviembre 2020
32	Pago tercera cuota ejecutor	Concluida		Noviembre 2020
33	Ceremonia de cierre	Concluida		Enero 2020

[illegible]



CARTA GANTT PLANIFICACION ANUAL																								
TAREA	2019												2020											
4.- Intervención a través de capacitaciones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ceremonia de inauguración del Programa																								
Ejecución de las intervenciones en cada comuna																								
Generación de Plan de Negocios																								
Generación de Redes Sociales																								
Realización de Alfabetización y marketing digital																								
Realización taller de uso de redes sociales																								
Realización de asesoría en marca e imagen																								
Evaluación del plan de formación a través de encuestas de satisfacción.																								
Creación Vitrina Comercial Digital																								
Implementación Vitrina Comercial Digital																								

CARTA GANTT PLANIFICACION ANUAL																									
TAREA	2019												2020												2021
5.- Identificación del impacto en la actitud hacia el emprendimiento provocado por la intervención. (cumplimiento de metas e Indicadores)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1
Aplicación de Instrumento																									
Análisis de resultados del seguimiento y generación de Informe de impacto de la intervención, en comparación con la línea base diagnóstico.																									
6.- Vinculación de las iniciativas con redes públicas y privadas de financiamiento y colaboración																									
Seminarios de información comunal sobre los diferentes organismos y formas de financiamiento tanto públicos como privados para la concreción de las ideas de negocios																									
Asesorar en la formulación de la idea de negocio según el formato establecido por el organismo público o privado que sea vinculado a ella.																									
Ceremonias de cierre de la intervención por comuna																									
Generación y Entrega de informe final anual.																									

Ejecutado



Por ejecutar





10. BENEFICIARIOS:

98 beneficiarias de un total de 100.

11. RESUMEN DE GASTOS:

ITEM	GASTOS APROBADOS	GASTOS EJECUTADOS	SALDOS
Recursos Humanos	\$25.000.000	\$25.000.000	
Subcontratos	\$162.000.000	\$162.000.000	
Gastos de Operación	\$377.192	\$377.192.	
Gastos de Difusión			
Gastos de Inversión			
Giras tecnológicas			
Gastos de administración	\$1.500.000	\$1.496.772	\$3.228
TOTAL		\$188.873.964-	\$3.228-



12. ANEXOS



Entrega tablet Cauquenes



Entrega tablet Chanco



Entrega tablet Empedrado



Entrega tablet Pelluhue



Certificación Cauquenes



Certificación Chanco



Certificación Empedrado



Certificación Pelluhue



Entrega Kit Merchandising