



RANKING
IMAD
EMPRESAS
2020



DESUC

Dirección de Estudios Sociales



Mujeres
Empresarias

Dirección general del proyecto

Francisca Valdés (Directora Ejecutiva Mujeres Empresarias)

Responsable técnico del estudio

Dirección de Estudios Sociales (DESUC) del Instituto de Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile

Coordinadores del estudio, levantamiento de datos y análisis

Cristián Ayala (Director DESUC)

Denisse Devilat (Investigadora DESUC)

Mesa de trabajo IMAD 2020

Con el fin de entregar orientaciones y aportes al diseño y aplicación del estudio, se constituyó una mesa de trabajo con representantes de organizaciones públicas y privadas. Sus integrantes son los que presentan a continuación.

- María Pía Aqueveque (Chair Club del 30% Chile)
- Natalia Carcasó (Subgerenta de Organización y Talento Aguas Andinas)
- Antonio Díaz Araujo (Director y Gerente General Unholster)
- Magdalena Díaz (Gerente General Asociación de Empresas Familiares)
- Pascuala Domínguez (Jefa de la División de Política Comercial e Industrial Ministerio de Economía)
- Andrea Infante (Lead de Inclusión y Diversidad Accenture)
- Aurora Olave (Directora Ejecutiva Sofofa)
- Lilian Schnaidt (Head of People and Organization Enel Chile)
- Claudia Urrejola (Asesora del gabinete de la Subsecretaria Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género)

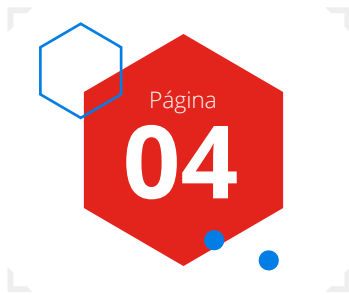
Diseño y diagramación

Trinidad Poirot (Degranate Diseño)

0

Índice

Capítulo I PRESENTACIÓN



Capítulo II METODOLOGÍA



Capítulo III RESULTADOS



Capítulo IV HUELLA DIGITAL IMAD



Capítulo III APORTES Y BUENAS PRÁCTICAS



Capítulo IV ANEXOS Y BIBLIOGRAFÍA



I

Presentación



Francisca Valdés Vigil
Directora Ejecutiva
Mujeres Empresarias

Hace cuatro años nos propusimos crear el primer ranking que mide participación femenina en la alta dirección de las empresas más importantes en Chile. Convencidos de que lo que no se mide no se gestiona y de que este instrumento es un aporte para avanzar hacia el tan deseado y necesario balance de género en la toma de decisiones, lanzamos con orgullo esta cuarta versión del Ranking IMAD.

Fue en el año 2017 cuando Mujeres Empresarias, en conjunto con la Dirección de Estudios Sociales de la Universidad Católica, nos propusimos crear el Ranking IMAD que, por 4 años consecutivos, enlista a las empresas más influyentes de nuestro país.

Cada año son más las empresas que se van sumando y que ven en el Ranking IMAD una forma de medirse, autoevaluarse y mejorar. Desde el año pasado hemos visto que los puntajes promedio del ranking han ido aumentando y los resultados dan cuenta de un avance y una tendencia hacia una mayor incorporación de mujeres en directorios y en cargos ejecutivos de primera línea, pero todavía nos falta mucho. Para lograr cambios a un ritmo más acelerado, el sector público, privado y la academia, deben apoyarse conjuntamente, en forma positiva, constructiva y eficiente, respetando los espacios de autonomía de cada cual.

Y así lo hemos hecho a través de nuestra mesa de trabajo integrada por personas de diversas empresas, organizaciones públicas y de la sociedad civil quienes fueron los responsables de dar seguimiento, aportar con sus opiniones y asesoría durante la elaboración de este informe generando diálogo y transparencia. Son ellos quienes comparten en este informe su mirada y buenas prácticas para avanzar hacia la incorporación de más mujeres en la alta dirección de empresas.

En la versión 2020 del Ranking IMAD y en alianza con la empresa de análisis de datos, Unholster, sumamos una novedosa medición que hemos llamado Huella Digital IMAD y que mide presencia femenina en la alta dirección de empresas existentes en LinkedIn, la red social profesional más importante del mundo.

Los invitamos a conocer la Huella Digital IMAD de sus empresas y a revisar los resultados del Ranking IMAD 2020 que muestran que el balance de género y la diversidad en nuestras empresas sigue siendo una meta por alcanzar. Felicitamos a las empresas que lideran y a quienes más avanzaron respecto al año anterior.



II

Capítulo Metodología

El Ranking IMAD busca visibilizar la participación de la mujer en la alta dirección de las compañías más relevantes que operan en el país. Las empresas analizadas en el Ranking IMAD 2020 fueron 124, del sector bursátil, multinacionales y públicas, con ventas anuales superiores a 100.000 UF según

datos del SII y al menos 100 trabajadores. Por cuarto año consecutivo, se mantiene la metodología implementada en 2017, sustentada en tres pilares: transparencia, trazabilidad y consistencia. El ranking se desarrolla en tres pasos que se describirán a continuación.

Ilustración 1. Los principios metodológicos del Ranking IMAD



a. Transparencia

Se privilegia el uso de información reportada públicamente —datos de la Comisión para el Mercado (CMF) memorias anuales, etc.

Se da cuenta de la metodología, fórmulas y datos utilizados, para que éstos sean comprensibles y accesibles al público interesado.



b. Trazabilidad

Se expone secuencialmente el proceso de cálculo y sus fundamentos, de forma que el índice sea posible de replicar por terceros.

Se automatizan procesos de construcción y cálculo de datos para que sean trazables.

Se validan decisiones asociadas al Ranking IMAD por una mesa de trabajo conformada por actores de la empresa, gobierno y universidad.



c. Consistencia

Se mantienen los procedimientos metodológicos año a año. En el caso que se realicen cambios menores, éstos son declarados explícitamente, y se realizan los ajustes pertinentes a la serie de datos anterior para mantener la comparabilidad.

PASO

1

Selección de empresas que integran el ranking

El Ranking IMAD 2020 está compuesto por 124 grandes compañías. Como criterio general, se estableció que todas las entidades integrantes del ranking cumplieran las siguientes características: (1) fueran “grandes” en términos de su volumen de ventas, esto es, tuvieran una facturación anual de más de 100.000 UF (según datos de Servicio de Impuestos Internos, al 2018), y (2) que tuvieran al menos 100 trabajadores.¹

En esta medición se incorporaron por primera vez empresas invitadas desde la Asociación de Empresas Familiares que también debían cumplir con esos criterios. Se recibió información necesaria de 4 empresas mediante los formularios IMAD.

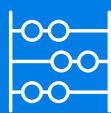
En la Ilustración 2, se presenta la composición de las empresas incluidas en 2020, considerando los criterios generales antes mencionados.

¹ Adicionalmente, en la medición anterior, la Mesa de Trabajo IMAD 2019 estableció 6 criterios complementarios adicionales para integrar el ranking donde empresas pueden cumplir al menos uno de ellos para formar parte de la medición: (1) haber participado en ediciones anteriores del ranking, (2) ser una compañía abierta transada en la Bolsa de Comercio; (3) ser una entidad financiera y, —en particular— de la banca con segmento orientado a personas; (4) ser una empresa pública, (5) ser una empresa multinacional relevante en términos de marca o renombre —de capitales nacionales o extranjeros—, (6) ser una administradora de fondos de pensiones.

Ilustración 2. ¿Qué empresas componen el Ranking IMAD 2020?



Criterio de ingreso



Cantidad de empresas en ranking IMAD 2020



Fuente de información

Criterio de ingreso	Cantidad de empresas en ranking IMAD 2020	Fuente de información
Empresas transadas en bolsa (IGPA)	61 empresas	Información reportada en la CMF
Multinacionales	23 empresas	Información mixta (CMF, memorias anuales públicas y/o solicitadas)
Empresas públicas	10 empresas	Información reportada en la CMF
Banca, AFP's y aseguradoras	20 empresas	Información de memorias anuales públicas
Asociación Empresas Familiares	4 empresas	Información solicitada vía ficha IMAD
Empresas relevantes para Mesa IMAD 2020	6 empresas	Información reportada en la CMF

Para la selección de estas empresas, se recurrió a registros administrativos: (1) compañías asociadas al Índice General de Precios de las Acciones de la Bolsa de Comercio de Santiago; (2) entidades bancarias según los registros de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF); (3) empresas públicas asociadas a la Ley N°20.285 de acuerdo con la base de datos de la CMF, (4) compañías registradas en los directorios de socios de 11 cámaras de comercio bilateral de Chile, y (5) entidades listadas en la Superintendencia de Pensiones. Del total de empresas consideradas por estos registros, se excluyeron las compañías que no cumplían con las condiciones de tamaño, disponibilidad de información, o, por ejemplo, aquellas que presentan más de un RUT para una compañía.

Las empresas presentes en el ranking provienen de diversos sectores productivos, como industria, *commodities & utilities*, *retail*, consumo & alimentos, entre otras. El sector es una variable de segmentación que se ha mantenido desde las mediciones anteriores.

PASO

2

Fuentes para la construcción de base de datos

Para la construcción de este índice, se privilegia el uso de fuentes públicas; esto es, información publicada por organismos como la CMF, y las memorias financieras anuales de las compañías. Solo en el caso que lo anterior no fuera posible o hubo necesidad de complementar la información disponible, se contactó a las compañías para solicitar los datos necesarios: composición del directorio (sin considerar suplentes); ejecutivos principales (reporte de primera línea), y cantidad de trabajadores hombres y mujeres.

PASO

3

Composición del puntaje del ranking

Se creó un índice estandarizado de 0 a 100 puntos, compuesto por variables que midieran la prevalencia de mujeres —principalmente— en altos cargos.

Para ello, se toman tres indicadores con distinto peso porcentual, según fundamentos teóricos:

1. Proporción de mujeres en puestos de ejecutivos principales o de primera línea (50%)². A este indicador se le otorgó mayor peso, debido a que expresa la culminación de la trayectoria (*pipeline*) profesional dentro de una empresa, y —desde una perspectiva de liderazgo— supone tener a cargo equipos de trabajos.

2. Proporción de mujeres en puestos de directorio (30%). Este es el segundo factor más importante para la construcción del índice. Si bien es el puesto superior de una compañía —y con ello, la esfera de más alta influencia y decisión, es un tipo de cargo que no está necesariamente ligado al ejercicio de una carrera dentro de la compañía y/o sector. La asignación de un directorio puede estar afectada por criterios externos al desempeño profesional—por ejemplo, ser propietario y/o familiar, contar con capital social, entre otros aspectos (Salvaj, 2012), o consideraciones de orden político. Además, las responsabilidades, funciones y procedimientos de selección de sus miembros pueden variar según la propiedad de la compañía (multinacional, empresa abierta en bolsa, compañía pública o estatal, entre otros).

² Entre paréntesis, se expone el peso de cada variable para el cálculo del promedio ponderado de los tres factores.

3. Proporción de mujeres en puestos de trabajo respecto al total de trabajadores de la empresa (20%). Este factor se incluye porque permite tener una mirada transversal respecto al desarrollo laboral, incluyendo en este caso la base a partir de la cual se construye la carrera laboral de hombres y mujeres. Asimismo, este aspecto puede tener un mayor impacto a nivel agregado en el mercado del trabajo. Esta variable tiene un menor peso en el cálculo ponderado final del índice IMAD, pues este busca acentuar la presencia femenina en altos cargos. Adicionalmente, esta proporción puede sobrevalorar a empresas cuyos trabajos se adscriben culturalmente al rol de género de la mujer.

Tabla 1.
Escala de puntajes por proporción

Proporción de mujeres (en directorios / en puestos ejecutivos / en empresa)	Puntaje
50% o +	100
<50% - 45%	90
<45% - 40%	80
<40% - 35%	70
<35% - 30%	60
<30% - 25%	50
<25% - 20%	40
<20% - 15%	30
<15% - 10%	20
<10% - 5%	10
< 5% - 0%	0
0%	-20

Para estas tres proporciones, se generó un puntaje donde el valor máximo —100 puntos— se otorgó a la paridad y/o balance (esto es, el 50% de mujeres en los niveles analizados). Al respecto, y continuando lo realizado desde el Ranking IMAD 2018, al valor mínimo de esta escala —equivalente a no tener presencia femenina en el nivel medido— fue castigado con -20 puntos, como se muestra en la Tabla 1. Tomando estos tres puntajes, se obtuvo un promedio ponderado para cada empresa, de acuerdo con los pesos porcentuales antes mencionados.

Calculados esos puntajes promedios, en un segundo nivel, se otorgó una bonificación especial a aquellas empresas donde una mujer ocupara un cargo crítico de alta responsabilidad. La literatura anglosajona ha denominado este tipo de puestos *Csuites*³, y ha demostrado la relevancia de que sean también ocupados por mujeres, por su impacto positivo no solo en el negocio de la compañía (Noland, Moran & Kotschwar, 2016), sino también en la promoción de desarrollo de políticas de diversidad y género (Cook & Glass, 2016). Para el cálculo del puntaje IMAD, en aquellas empresas en que una mujer ocupa la presidencia del directorio y/o la gerencia general, se abonó 10 puntos, respectivamente; y en el caso que una ejecutiva ejerza la gerencia de finanzas, se sumó 5 puntos.

Con ello, el puntaje bruto posible de obtener por una compañía fluctúa entre -20 a 125 puntos. Para objetos de facilitar la comprensión y lectura del índice, este puntaje se estandarizó de 0 a 100. A modo de resumen, la Ilustración 3 presenta gráficamente el cálculo del índice IMAD 2020.

³ Cargos de alta relevancia, llamado así, por la letra inicial en inglés (CFO, CEO, etc).

Ilustración 3. Cálculo del puntaje IMAD

Composición del puntaje

Criterio:
Proporción de mujeres en puestos de ejecutivos principales

Ponderación
50%

Criterio:
Proporción de mujeres en puestos de directorios

Ponderación
30%

Criterio:
Proporción de mujeres respecto al total de trabajadores de la empresa

Ponderación
20%

+

Bonos del puntaje

Criterio:
Presidencia del Directorio

Puntaje
10

Criterio:
Gerencia General

Puntaje
10

Criterio:
Gerencia de Finanzas

Puntaje
5

=

Puntaje estandarizado de 0 a 100

III

Capítulo Resultados

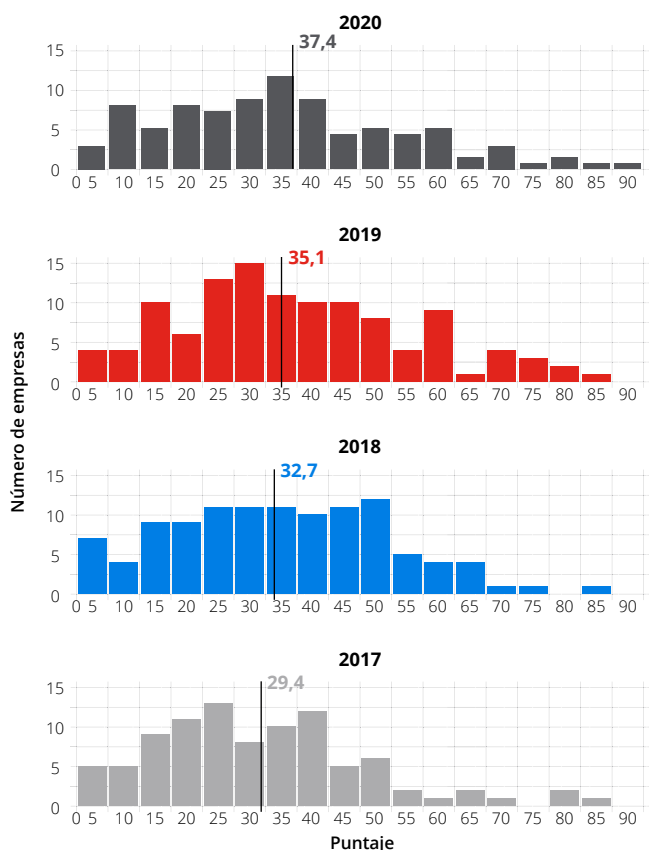
Nro
1

Un lento avance

El Ranking IMAD, presenta a lo largo de sus cuatro mediciones una **leve mejoría año a año** considerando el puntaje promedio de las empresas que lo componen (el cual se distribuye de 0 a 100 puntos), tal como se puede observar en el Gráfico 1.

Gráfico 1.
Distribución de puntajes Empresas Ranking IMAD

*Línea negra muestra el promedio en cada año.
136 empresas, considerando las 4 mediciones IMAD.*



Este es un avance que también se mantiene si solo consideramos a las 80 empresas que han sido evaluadas desde 2017 en las cuatro ediciones del ranking. Una reflexión metodológica al respecto puede encontrarse en la página 16 (Análisis DESUC).

Al analizar la silueta de la distribución de puntajes de cada año, destaca que en todos los años se mantiene una curva sesgada a la izquierda, es decir, que la mayoría de los puntajes se sitúa en la parte baja de la escala utilizada, dando a entender que **el balance de género es una meta aún lejana para la mayoría de las empresas** —considerando los aspectos que este ranking mide. Eso sí, año a año la situación ha mejorado en forma consistente.

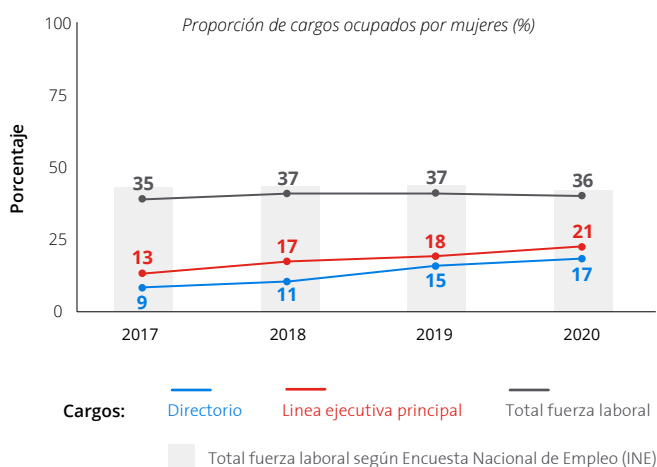
Tabla 1.
Estadísticos Ranking IMAD, según año

Estadísticos Ranking IMAD				
	2017 (N: 93)	2018 (N: 111)	2019 (N: 115)	2020 (N: 124)
Puntaje promedio	29,4	32,7	35,1	37,4
Puntaje mínimo	2,8	2,8	2,8	2,2
Puntaje máximo	82,1	80,7	84,1	93,1
Percentil 25	16,6	19,0	22,1	22,4
Percentil 50	26,9	32,4	33,8	35,5
Percentil 75	37,2	44,8	45,5	49,3

Los resultados anteriores refieren al puntaje general del Ranking IMAD por empresas. Ahora, nos enfocaremos en el **porcentaje de mujeres según "plazas" para directorios y línea ejecutiva principal**, esto es, la cantidad de cargos ocupados por mujeres del total que existen en las empresas medidas.

Como se puede observar en el Gráfico 2, en el **total de la fuerza laboral** de las empresas analizadas, el porcentaje promedio de trabajadoras mujeres se mantiene estable en todas las mediciones.

Gráfico 2.
Total empresas IMAD 2020



Comparando los datos de las empresas que componen el Ranking IMAD con los datos de la Encuesta Nacional de Empleo del INE (en barras grises en el Gráfico 2), se observa que la tendencia entre ambas fuentes de datos es similar. Eso sí, la presencia laboral femenina en las empresas consideradas en IMAD siempre es entre 4 y 5 puntos porcentuales más baja.

Respecto a la **línea ejecutiva principal**, se presenta un leve aumento de 2017 a 2018, para 2019 se mantuvo el porcentaje. Ahora, en 2020, vemos que se retomó la tendencia al alza, llegando a 21%.

Finalmente, en relación a los cargos en **directorios**, se presenta un leve aumento desde 2017 a 2020, observando que para este año el porcentaje de mujeres en cargos de directorios sube a un 17% en las empresas del Ranking IMAD.

En nivel de cargos ejecutivos y directivos, los porcentajes de participación de mujeres han aumentado paulatinamente desde 2017 a 2020. El análisis agregado de los datos ha podido exponer la progresión experimentada por estas empresas relevantes que seguimos. Es de esperar que esta tendencia siga.

Nro 2 Las primeras 20 empresas del Ranking IMAD 2020

La Tabla 2 presenta las primeras 20 empresas del Ranking IMAD 2020 y su posición según puntaje obtenido. Cabe destacar que todas estas empresas poseen un puntaje sobre el promedio de este año (37), comenzando en 58 puntos hasta llegar a los 93

puntos, correspondiente a la empresa que mejor balance de género presenta para este año. Tanto el mínimo como el máximo de las 20 primeras empresas de la medición 2020, son superiores al mínimo y máximo de las 20 primeras empresas de la medición anterior.

Tabla 2.
Ranking general IMAD 2020: 20 primeras posiciones

Posición	Empresa (Razón social)	Puntaje			Bono			Puntaje 2020	Comparación entre puntajes 2019-2020	Huella Digital 2020
		Directorio	Primera línea ejecutiva	Total empresa	Presidencia	Gerencia General	Gerencia de Finanzas			
1	JOHNSON & JOHNSON CHILE	100	100	100	0	10	5	93	Sube	
2	PFIZER CHILE	100	90	100	0	10	0	86	Sin Dato	
3	PROCTER & GAMBLE CHILE	100	100	80	0	0	5	83	Sube	47
4	UNILEVER CHILE	70	100	80	0	10	0	81	Sube	38
5	CASA DE MONEDA DE CHILE	100	100	50	0	0	0	76	Sube	36
6	J.E.J INGENIERIA	50	100	40	0	10	5	74	Sin Dato	
7	CHILENA CONSOLIDADA SEGUROS GENERALES	100	70	100	0	0	0	72	Sube	
7	BANMEDICA	80	60	100	10	0	0	72	Se mantiene	
9	SMU	60	70	100	10	0	0	71	Sube	
10	SODEXO INVERSIONES	60	70	80	10	0	0	68	Baja	
11	KIMBERLY-CLARK CHILE	50	60	60	10	10	0	67	Baja	37
12	AFP MODELO	-20	100	100	0	10	0	65	Sube	
13	WALMART CHILE	60	60	100	0	0	5	64	Sube	40
13	ARESTI CHILE WINE	100	50	40	10	0	0	64	Sin Dato	
15	TVN (TELEVISION NACIONAL DE CHILE)	100	60	60	0	0	0	63	Sube	45
16	INTEGRATED HEALTH SOLUTIONS CHILE	70	60	90	0	0	0	61	Sin Dato	
16	MICROSOFT CHILE	70	70	60	0	0	0	61	Sin Dato	30
16	NATURA COSMÉTICOS	60	50	100	0	0	5	61	Baja	
19	CLÍNICA LAS CONDES	40	70	100	0	0	0	60	Sube	
20	CORREOS DE CHILE	80	40	100	0	0	0	58	Sube	37
20	MAPFRE CIA.	80	40	100	0	0	0	58	Se mantiene	

Por segundo año consecutivo, la empresa que **mejor situada es Johnson & Johnson Chile** con 93 puntos, subiendo 9 puntos respecto a su medición anterior. En segundo lugar, se sitúa Pfizer Chile con 86 puntos, siendo la primera vez que participa en el Ranking IMAD. Y, en tercer lugar, encontramos a Procter & Gamble Chile que con 83 puntos —una mejora de 8 puntos— mantienen su posición en el ranking respecto al año 2019. Las empresas del cuadro de honor para 2020, se señalan en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Empresas premiadas Ranking IMAD 2020

Categoría	Empresa	Puntaje ¹
Primer lugar	Johnson & Johnson Chile	93 puntos
Segundo lugar	Pfizer Chile	86 puntos
Tercer lugar	Procter & Gamble Chile	83 puntos
Mayor avance	Cintac	48 puntos

Adicionalmente, se destacan a otras 5 empresas que tuvieron importantes alzas en su puntaje en el período 2019–2020. Sobresale **Cintac**, como la empresa que más subió su puntaje en el período 2019–2020. Estas se muestran en el Cuadro 2.

Cuadro 2. Empresas con mayores alzas en puntaje Ranking IMAD 2019–2020

Empresa	Puntaje
Cintac	48 <i>(avanzando 27 puntos respecto de la medición de 2019)</i>
Blanco y Negro	36 <i>(avanzando 21 puntos respecto de la medición de 2019)</i>
Agrosuper	37 <i>(avanzando 18 puntos respecto de la medición de 2019)</i>
AFP Planvital	56 <i>(avanzando 17 puntos respecto de la medición de 2019)</i>
Empresas Gasco	34 <i>(avanzando 17 puntos respecto de la medición de 2019)</i>

Al observar las 20 primeras empresas del Ranking IMAD 2020, destacan los siguientes aspectos:



- Como es de esperar al ver la tendencia general, la mayoría de empresas que se ubican en las mejores posiciones han subido respecto a la medición anterior. Esto da cuenta tanto de los esfuerzos que las compañías están realizando en pos de la meta de paridad, como la siempre creciente importancia que se le está dando a este tema.



- Las empresas que poseen mejor balance de género —de acuerdo con la medición del Ranking IMAD— tienden a ser multinacionales y empresas del Estado. Esta constante se pueden explicar por políticas directas en materia de equidad de género. Por ejemplo, Johnson & Johnson declaró en 2017 el compromiso “encender” el poder de la mujer, apoyando sus carreras en la empresa². Por otro lado, las empresas del Estado dieron un salto en el balance de género que se mantiene constante, gracias a la fijación de un porcentaje mínimo de mujeres en los directorios³.



- Finalmente, destaca que la participación de mujeres en cargos críticos para las compañías —presidencia del directorio, gerencia general y gerencia de finanzas, se vuelve más común en comparación a la medición anterior. En el Ranking IMAD 2020, trece de las 20 primeras empresas tienen alguna mujer en estos cargos.

¹ En una escala de 0 a 100 que mide balance de género. Un puntaje 100 implica paridad de género y mujeres en todos los cargos críticos considerados, es decir, presidencia de directorio, gerencia general y gerencia finanzas. Para más detalles revisar el capítulo de Metodología.

² Ver: <https://www.jnj.com/our-commitment-to-women>

³ Se detectó diferencias en la composición del directorio al momento de capturar la información para el Ranking de una empresa del Estado entre la información pública disponible en la CMF y la composición del directorio informada en su página web. Se decidió mantener la información de la CMF por la preeminencia que tiene esta fuente oficial. Este hecho destaca la necesidad de contar con datos de acceso público, validados y a tiempo para seguir la evolución de este fenómeno.

Nro 3 | El Ranking IMAD 2020 por Sector

Ranking IMAD 2020 agrupa a 124 empresas relevantes en Chile. Sin embargo, ellas presentan una alta heterogeneidad según los **sectores** de la economía a los que pertenecen. Por ello, resulta importante observar los resultados del Ranking a partir de este desglose.

Los resultados por sector se presentan dando cuenta —en primer lugar— de las “plazas” ocupadas por mujeres en directorios y línea ejecutiva principal y su comparación respecto a años anteriores, para —en segundo lugar— presentar el resultado del puntaje por empresa del Ranking IMAD 2020 para los cinco primeros lugares.



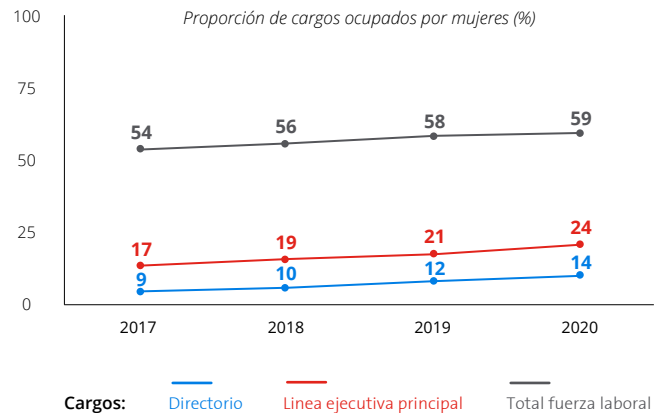
SECTOR Financiero

En el Gráfico 3 se observa la proporción de cargos ocupados por mujeres en las empresas del sector financiero, donde se incluye la banca, intermediación financiera y aseguradoras. En ellas, la participación de la mujer en la fuerza laboral resulta ser más alta que en todas las empresas participantes en el Ranking IMAD 2020, llegando en 2019 a un 59% de mujeres (considerando el promedio de trabajadoras mujeres de las empresas medidas). Sin embargo, la participación de la mujer en cargos de liderazgo alcanza sólo a un 24% de las plazas de la línea ejecutiva principal, y un 14% en los directorios.

Comparando la participación de la mujer en cargos de directorio con mediciones anteriores —las cuales presentan algunas variaciones en las empresas integrantes, se observa un aumento leve y paulatino, pero constante en el período 2017 a 2020.

La Tabla 3 presenta los primeros lugares del Ranking IMAD 2020 en el sector financiero, encontrando en primer lugar a **Chilena Consolidada Seguros Generales**, por segundo año consecutivo. En sus puntajes destaca la paridad de género a nivel de directorio y en el total de trabajadores de su empresa.

Gráfico 3.
Empresas sector banca, intermediación financiera, aseguradoras IMAD 2020



N: 2020: 21 empresas; 2019: 24 empresas; 2018: 24 empresas; 2017: 19 empresas.

Los % indican el promedio de proporciones de participación laboral de cada empresa, por nivel de cargo.

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en CMF, memorias anuales y/o datos entregados por la empresa a solicitud.

Tabla 3.
Sector banca, intermediación financiera, aseguradoras
Ranking IMAD 2020: Las cinco primeras posiciones

Posición	Empresa (Razón social)	Puntaje			Bono			Puntaje 2020 (estandarizado)
		Directorio	Primera línea ejecutiva	Total empresa	Presidencia	Gerencia General	Gerencia de Finanzas	
1	CHILENA CONSOLIDADA SEGUROS GENERALES	100	70	100	0	0	0	72
2	AFP MODELO	-20	100	100	0	10	0	65
3	MAPFRE CIA.	80	40	100	0	0	0	58
4	AFP CUPRUM	20	70	100	0	0	0	56
4	GRUPO SECURITY	20	70	100	0	0	0	56
4	AFP PLANVITAL	20	70	100	0	0	0	56

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en la CMF, memorias anuales y/o datos entregados por las empresas a solicitud.

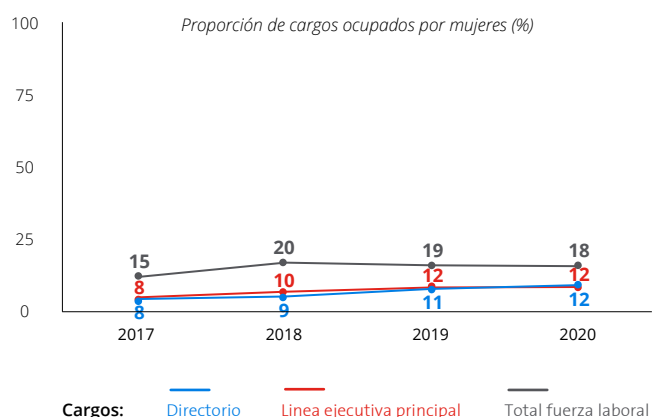


SECTOR Industria

Para el sector industria (ver Gráfico 4), y a diferencia del sector antes presentado, la participación de la mujer en el total de la fuerza laboral es baja, manteniéndose un porcentaje similar desde 2017 a la actualidad (con un promedio de trabajadoras mujeres en las empresas analizadas de 18%). Asimismo, en los cargos de liderazgo, la participación de las mujeres resulta menor y con un lento aumento, en tanto subió solo un punto porcentual entre 2019 y 2020 para los cargos de directorios, mientras que la línea ejecutiva principal, se mantuvo.

Para este sector —como muestra la Tabla 4— **J.E.J Ingeniería** se ubica en la primera posición. Se observa que posee una primera línea fuertemente feminizada, así como mujeres en dos cargos críticos: Gerencia General y Gerencia de Finanzas. Esta es la primera vez que esta empresa participa en el Ranking IMAD, siendo una empresa afiliada a la Asociación de Empresas Familiares.

Gráfico 4.
Empresas sector industria,
commodities & utilities IMAD 2020



N: 2020: 36 empresas; 2019: 30 empresas; 2018: 26 empresas; 2017: 23 empresas.

Los % indican el promedio de proporciones de participación laboral de cada empresa, por nivel de cargo.

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en CMF, memorias anuales y/o datos entregados por la empresa a solicitud.

Tabla 4.
Sector industria, commodities & utilities
Ranking IMAD 2020: Las cinco primeras posiciones

Posición	Empresa (Razón social)	Puntaje			Bono			Puntaje 2020 (estandarizado)
		Directorio	Primera línea ejecutiva	Total empresa	Presidencia	Gerencia General	Gerencia de Finanzas	
1	J.E.J INGENIERIA	50	100	40	0	10	5	74
2	ENAP (EMPRESA NACIONAL DEL PETROLEO)	50	60	20	10	0	0	54
3	CINTAC	80	40	30	0	0	0	48
4	REUTTER	-20	80	70	0	0	0	47
5	AGUAS ANDINAS	50	20	40	0	10	0	43

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en la CMF, memorias anuales y/o datos entregados por las empresas a solicitud.

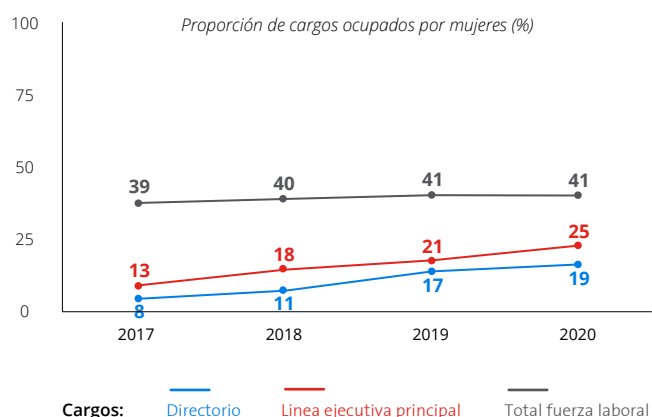


SECTOR Retail, consumo & alimentos

Este sector —como muestra el Gráfico 5— en conjunto con el sector financiero, es de los que presenta mayor participación de las mujeres en la fuerza laboral, teniendo un promedio de trabajadoras mujeres alrededor de 41% en las empresas analizadas durante las últimas tres mediciones efectuadas. Para el caso de la participación en la línea ejecutiva principal, ésta continúa con su tendencia al alza, hasta 25% en 2020 desde 21% un año antes. Por su parte, el aumento de la presencia de mujeres en el directorio, aumenta levemente de un 17% en 2019 a un 19% en 2020. Si se toma el porcentaje observado en 2017, en este sector, la presencia de mujeres ha tenido un alza sostenida hasta el momento. Esperamos este avance se mantenga en los años venideros.

El primer lugar en este sector, es para la empresa **Procter & Gamble Chile** (ver Tabla 5), quienes a nivel general ocuparon por segundo año consecutivo el tercer lugar del total de empresas medidas en 2020. P&G alcanzó 83 puntos, los cuales se comprenden por el alto balance de género que presentan en la primera línea ejecutiva y directorio de su empresa, destacando además la presencia femenina en un cargo crítico, la Gerencia de Finanzas.

Gráfico 5.
Empresas sector *retail*, consumo & alimentos
IMAD 2020



N: 2020: 32 empresas; 2019: 31 empresas; 2018: 29 empresas; 2017: 22 empresas.

Los % indican el promedio de proporciones de participación laboral de cada empresa, por nivel de cargo.

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en CMF, memorias anuales y/o datos entregados por la empresa a solicitud.

Tabla 5.
Sector *retail*, consumo & alimentos
Ranking IMAD 2020: Las cinco primeras posiciones

Posición	Empresa (Razón social)	Puntaje			Bono			Puntaje 2020 (estandarizado)
		Directorio	Primera línea ejecutiva	Total empresa	Presidencia	Gerencia General	Gerencia de Finanzas	
1	PROCTER & GAMBLE CHILE	100	100	80	0	0	5	83
2	UNILEVER CHILE	70	100	80	0	10	0	81
3	SMU	60	70	100	10	0	0	71
4	SODEXO INVERSIONES	60	70	80	10	0	0	68
5	KIMBERLY-CLARK CHILE	50	60	60	10	10	0	67

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en la CMF, memorias anuales y/o datos entregados por las empresas a solicitud.

TIPO DE Empresas

A continuación, se presenta la participación de mujeres según plazas para directorio y línea ejecutiva principal según el tipo de empresa que se trate: las empresas del Estado, multinacionales y las empresas que componen el IGPA.

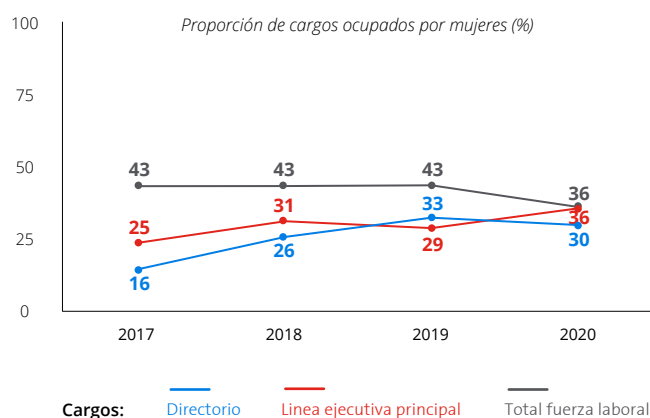
Al observar los tres gráficos siguientes (Gráfico 6, Gráfico 7 y Gráfico 8), destaca lo ya mencionado, a saber, que las empresas del Estado y las multinacionales poseen un mayor inclusión de mujeres en los cargos de liderazgo como la línea ejecutiva principal y el directorio, en comparación a las empresas que componen el IGPA, donde la participación de la mujer en los cargos de liderazgo, como directorio y línea ejecutiva principal, alcanza recién un porcentaje cercano al 12%.

Respecto de empresas multinacionales, este año destacan las caídas en la proporción de cargos ocupados por mujeres en la fuerza laboral y en directorios. Al respecto, se realizó un análisis de sensibilidad para detectar si esto fue generado por la inclusión de nuevas empresas en la muestra. Se concluyó que la inclusión de cinco nuevas empresas —todas del rubro económico minero— es responsable en gran medida de este hallazgo. La minería es un rubro tradicionalmente masculinizado y se hace esperable este comportamiento en la serie. En el Gráfico 1 en el Anexo, se muestra que, sin estas cinco nuevas participantes, la proporción de mujeres en la fuerza laboral se mantiene estable y la caída en la proporción de cargos ocupados por mujeres en directorio es más acotada. Adicionalmente, sin estas cinco nuevas empresas, el aumento en la proporción de cargos ocupados por mujeres en la línea ejecutiva de las empresas multinacionales es mayor.

Diversos factores pueden contribuir a explicar una mayor paridad de género dentro de una empresa. Se han presentado datos según

sector económico, y también segmentando por tipo —empresas públicas, multinacionales, IGPA. Es posible que también otros elementos influyan en la tendencia al desarrollo de perspectiva de género, por ejemplo, años de existencia, programas, beneficios y mentorías dentro de las empresas. Estas características de detalle no pueden ser fácilmente unidas en análisis generales como este.

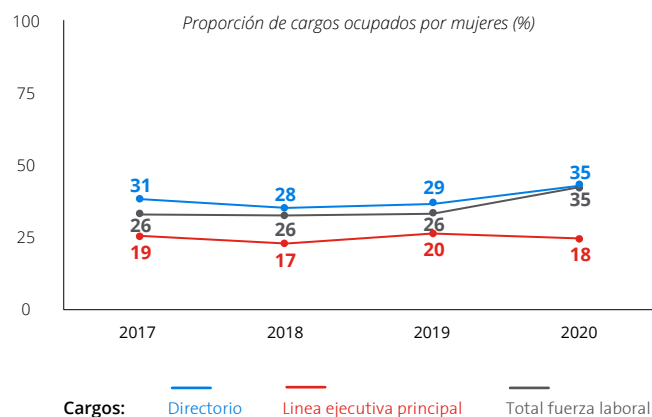
Gráfico 7.
Empresas multinacionales IMAD 2020



N: 2020: 23 empresas; 2019: 16 empresas; 2018: 12 empresas. En cada una de ellas, se considera el total de plazas disponibles para el respectivo nivel de cargo.

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en CMF, memorias anuales y/o datos entregados por la empresa por solicitud.

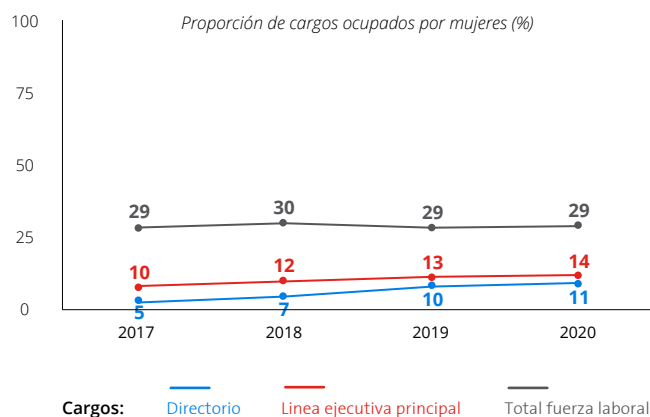
Gráfico 6.
Empresas públicas IMAD 2020



N: 2020: 10 empresa; 2019: 10 empresa; 2018: 10 empresas. En cada una de ellas, se considera el total de plazas disponibles para el respectivo nivel de cargo.

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en CMF, memorias anuales y/o datos entregados por la empresa por solicitud.

Gráfico 8.
Empresas IGPA IMAD 2020



N: 2020: 61 empresas; 2019: 62 empresas; 2018: 63 empresas. En cada una de ellas, se considera el total de plazas disponibles para el respectivo nivel de cargo.

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en CMF, memorias anuales y/o datos entregados por la empresa a solicitud.

Nro
4

Mujeres en cargos de liderazgo

La Tabla 6 y Tabla 7 dan cuenta del Ranking IMAD 2020, respecto a las primeras 10 empresas con mayor porcentaje de plazas ocupadas por mujeres en cargos de liderazgo, a saber, en la línea de ejecutivos principales, y en directorios.

Respecto a las ejecutivas principales, destaca en primer lugar **Unilever Chile**, con un 65% de presencia femenina respecto al total de plazas. Para el caso de los cargos en directorios, el primer lugar lo ocupa **Televisión Nacional de Chile**, con un 71% de presencia femenina respecto del total de plazas del directorio.

Tabla 6.
Ranking primera línea: 10 primeras posiciones

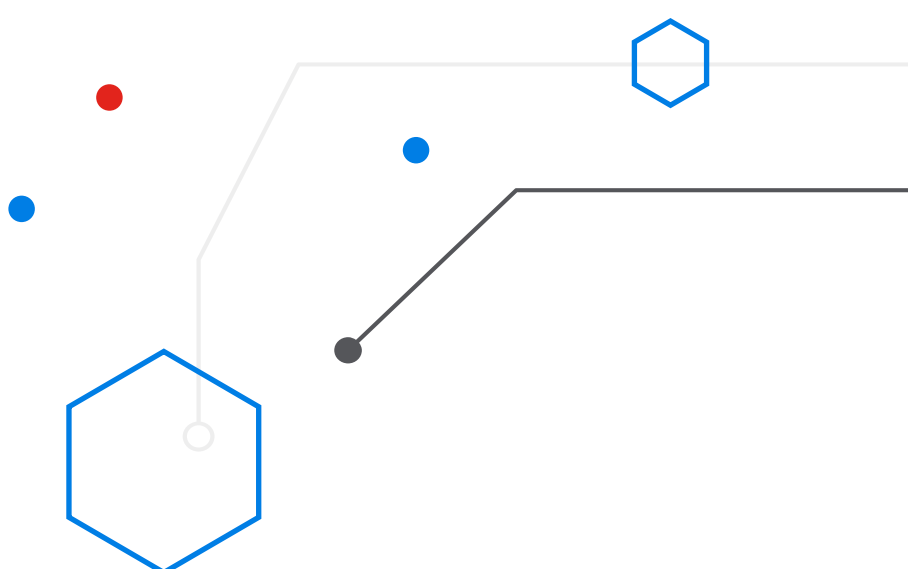
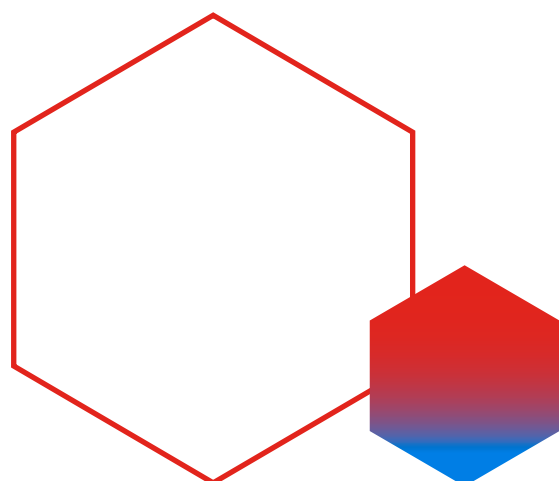
Posición	Empresa (Razón social)	Primera línea (% Mujeres)	Total de cargos de primera línea
1	UNILEVER CHILE	65	46
2	AFP MODELO	57	14
3	JOHNSON & JOHNSON CHILE	53	36
4	CASA DE MONEDA DE CHILE	50	8
4	J.E.J INGENIERIA	50	8
4	PROCTER & GAMBLE CHILE	50	20
7	PFIZER CHILE	46	13
8	REUTTER	40	5
8	SOCIEDAD MATRIZ SAAM	40	5
10	AFP CUPRUM	38	13

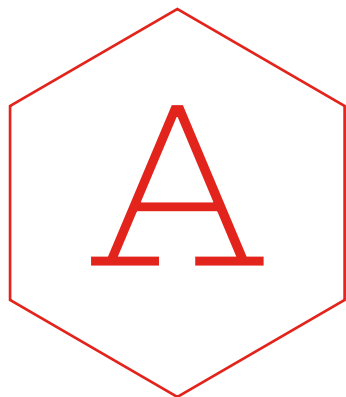
Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en la CMF, memorias anuales y/o datos entregados por las empresas a solicitud.

Tabla 7.
Ranking directorio: 10 primeras posiciones

Posición	Empresa (Razón social)	Directoras (% Mujeres)	Total plazas ocupadas en directorio
1	TVN (TELEVISION NACIONAL DE CHILE)	71	7
2	JOHNSON & JOHNSON CHILE	67	6
3	CASA DE MONEDA DE CHILE	60	5
4	ARESTI CHILE WINE	57	7
5	PROCTER & GAMBLE CHILE	56	9
6	CHILENA CONSOLIDADA SEGUROS GENERALES	50	4
6	FERROCARRIL DE ANTOFAGASTA A BOLIVIA	50	4
6	PFIZER CHILE	50	12
9	AFP PROVIDA	43	7
9	CINTAC	43	7
9	METRO (EMPRESA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS METRO)	43	7
9	ZONA FRANCA DE IQUIQUE	43	7

Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en la CMF, memorias anuales y/o datos entregados por las empresas a solicitud.





ANÁLISIS

Alza sostenida y robusta

Cristián Ayala / Denisse Devilat
DESUC

Una de las fortalezas del Ranking IMAD, desde su génesis en 2017, es el cuidado que ponemos en utilizar una metodología sólida para medir y calificar a las empresas participantes.

Asociado a ello, en cada medición esperamos aumentar el número de empresas que consideramos como “empresas relevantes” del país, integrando nuevas empresas y manteniendo la colaboración de aquellas que nos entregan información mediante la ficha IMAD cada año. Buscamos tener una panorámica lo más completa posible.

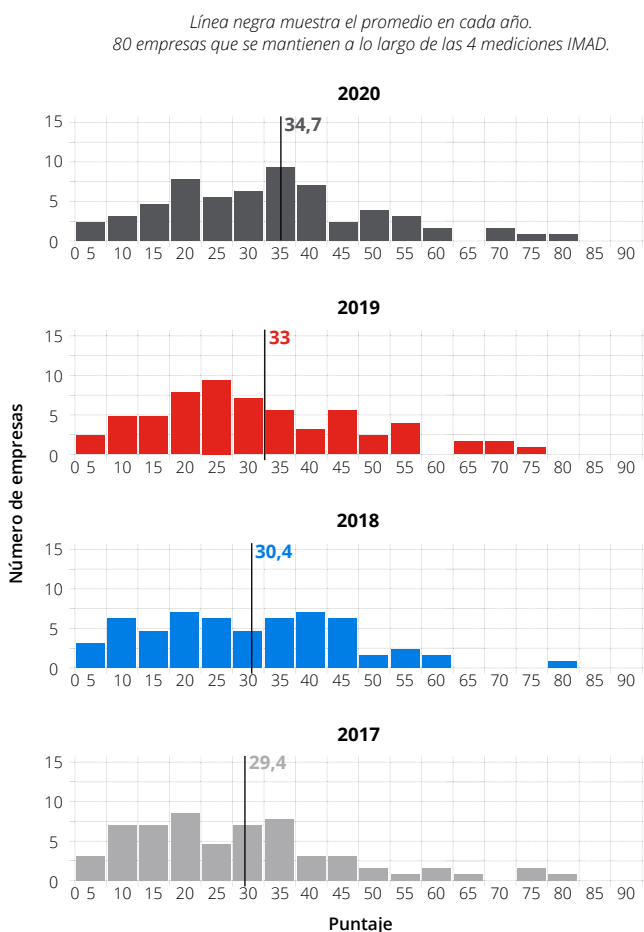
Al observar la evolución de puntajes desde 2017 a la fecha, se constata un avance progresivo en el puntaje de balance de género a partir del promedio de todas las empresas medidas cada año (ver gráfico 1 de Resultados); dicho puntaje aumenta año a año.

Eso sí, la muestra de empresas sufre cambios en cada medición –integramos a unas, mientras que otras dejan de cumplir con los criterios de ingreso o no contamos con la información necesaria para calcular su puntaje. Es por ello que quisimos probar si esto explica el alza constante del promedio del puntaje que detectamos, en otras palabras, si tenemos algún sesgo de selección. Para ello, comparamos la evolución del puntaje medido en el tiempo para las 80 empresas que han estado presentes en las cuatro mediciones del ranking.

¿Está la tendencia general explicada por el ingreso y partida de distintas empresas a lo largo del tiempo? La respuesta es no, la tendencia general es robusta. Considerando sólo a las 80 empresas, el puntaje promedio aumenta como muestra el gráfico 9. Si bien en este gráfico el aumento de puntaje promedio cada año es levemente menor al aumento de puntaje promedio cuando se considera a todas las empresas en todas las mediciones, la tendencia a la alza claramente se mantiene. Respecto a las 80 empresas que han participado a lo largo de las 4 mediciones del Ranking IMAD, el puntaje promedio aumenta de 29 puntos en 2017 a 35 en 2020.

El avance sostenido en el espacio laboral que al empoderamiento y liderazgo de las mujeres ha tenido en este tiempo se ve así ratificado. Nos complacen estos resultados en tanto expresan el cambio de mirada organizacional y, desde abajo, el cambio cultural que se ha ido asentando durante este tiempo.

Gráfico 9.
Histograma Ranking IMAD 2020,
manteniendo muestra – Columna DESUC



DESUC
Dirección de Estudios Sociales

IV

Capítulo Huella Digital IMAD

La Huella Digital IMAD es una nueva herramienta ideada para mostrar cómo las empresas se presentan a sí mismas a partir de datos orgánicos de redes sociales. Es un complemento al Ranking IMAD que permite captar información desde las personas, donde trabajan y el cargo que dicen ocupar. No es información oficial ni sistemática, pero ofrece otro punto de vista al mismo fenómeno.

Este año se analizaron perfiles de LinkedIn para ver la proporción de mujeres presentes en 875 empresas a partir de más de medio millón de personas. Se contabilizó la cantidad de mujeres en distintos niveles de responsabilidad en empresas, tomando como base lo reportado por las propias personas. Se seleccionaron empresas con más de 100 empleados en LinkedIn y que —según información del SII— tienen ventas anuales mayores a 25.000 UF.



Metodología

Segmentación de cargos

Para realizar el ranking se agrupan a hombres y mujeres en tres categorías de cargos según el rol que señalan tener en su descripción: primera línea, segunda línea y total de trabajadores.

¿Qué es primera línea?

Por primera línea se considera la línea gerencial de la empresa, es decir, cargos como la gerencia general y las principales gerencias de áreas.

¿Qué es segunda línea?

Para la segunda línea se consideran los cargos de la línea que reporta directamente a la primera línea. Aquí se agrupan cargos con 'sub gerente' en su título y otras gerencias que no se utilizan para catalogar la primera línea.



Cálculo

La Huella Digital IMAD se obtiene calculando una proporción ponderada de mujeres en una empresa combinando los siguientes datos:

- Usuarios en LinkedIn hasta febrero 2020, para conocer el lugar donde trabajan y su cargo.
- Información de empresas según SII para dejar solo las empresas que cumplen con los criterios de ventas y conocer su rubro económico del año tributario 2019.
- Padrón electoral para conocer el sexo de las personas estudiadas.

Con esa información, se puede calcular la proporción ponderada de mujeres en

Fórmula proporción ponderada:

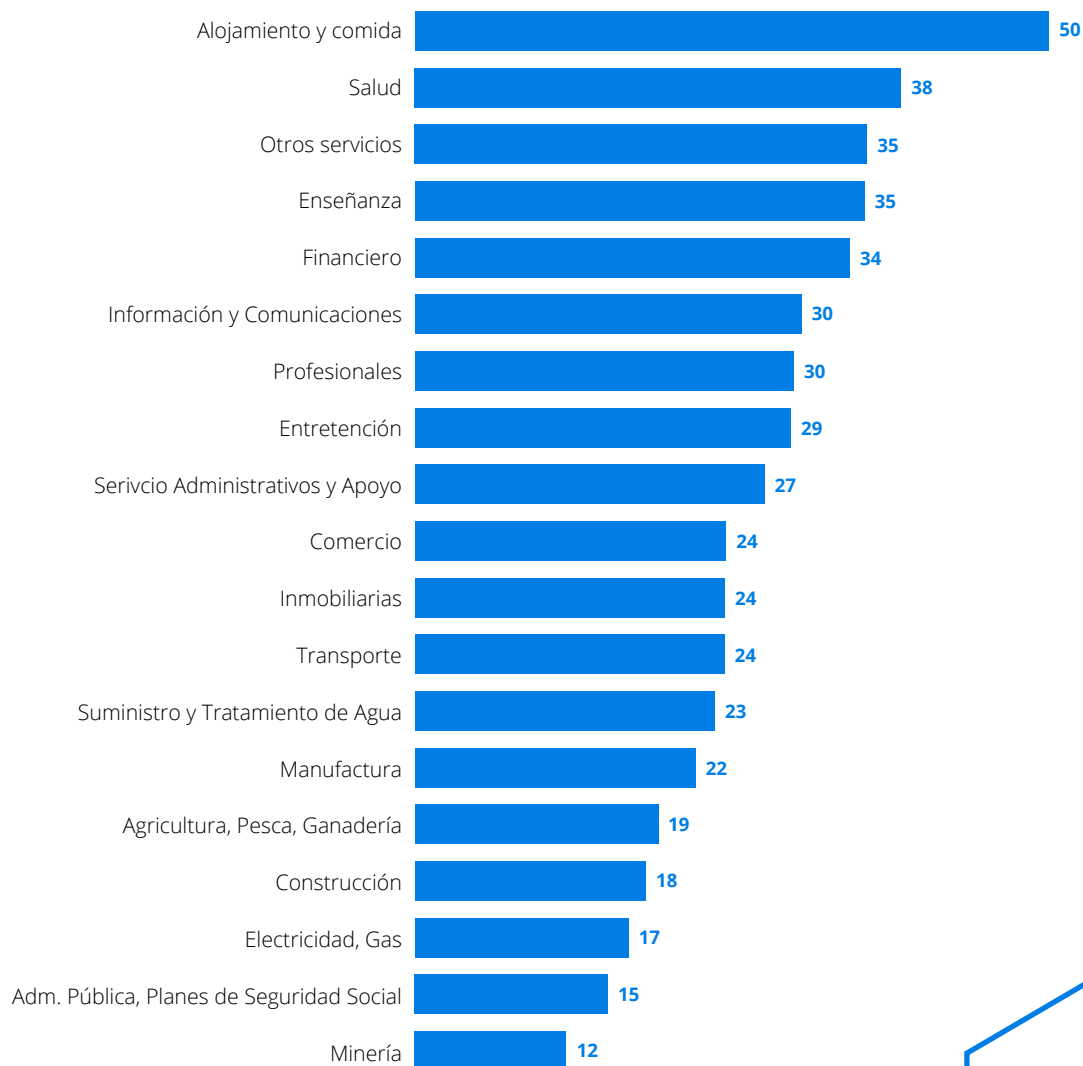
$$\text{Huella Digital} = 0.7 \left(\frac{\text{Mujeres en primera y segunda línea}}{\text{Total personas en primera y segunda línea}} \right) + 0.3 \left(\frac{\text{Trabajadoras mujeres}}{\text{Total trabajadores}} \right)$$

Para más detalles del cálculo de la Huella Digital, revisar el Anexo 2.

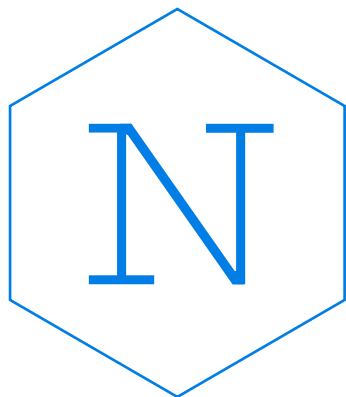
El Gráfico 10 muestra la Huella Digital IMAD —el promedio de la proporción ponderada de mujeres— según rubro de las 875 empresas analizadas. El rubro de alojamiento y comida es el que presenta la mayor presencia femenina. Le siguen los sectores de salud, otros servicios, enseñanza y financiero, todos ellos con escasas diferencias entre sí. Estos rubros, serían lo más feminizados según la información levantada desde LinkedIn y no es del todo sorprendente al ser ámbitos más ligados a servicios y atención de personas.

Gráfico 10. Huella Digital IMAD 2020 por rubro.

Promedio ponderado de mujeres en LinkedIn para medianas y grandes empresas



Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en LinkedIn



NUEVO INDICADOR

Huella Digital: ¿Por qué medirla, monitorear e incentivar?



Antonio Díaz-Araujo
Gerente General, Unholster

Muchos de nosotros buscamos dejar nuestra huella por donde pasamos: en la educación que damos a nuestros hijos, los amigos que cultivamos y también en el trabajo. Soñamos con avanzar en la empresa, lograr posiciones cada vez más desafiantes y encontrar oportunidades que permitan usar al máximo nuestro talento. Las empresas también están cada día más conscientes que encontrar el talento correcto puede hacer una gran diferencia. Siendo esto ya una realidad en muchos países, es un desafío especial para las mujeres en Chile, donde como sociedad nos ha costado mucho permitirles el lugar que se merecen.. y esta es una gran deuda.

El cambio tecnológico está ayudando a resolver en parte ese déficit. Muchas tecnologías, como LinkedIn, WhatsApp, Facebook, entre otros, ayudan a conocer y seguir la huella de muchas personas fácilmente y en muchos casos hacer que sea aún más grande y nítida. La huella de papel fue reemplazada por una huella digital. Muchas empresas la han descubierto y monitorean como parte de procesos de entrevistas laborales. Su presencia es innegable; su importancia tal vez no tan masiva aún en Chile, pero su tasa de crecimiento, indiscutible. Pertenecer, participar activamente, parece ser un camino básico y determinante para las empresas, tanto para atraer talento como para retenerlo y/o capturarlo.

Estas plataformas llegaron para solucionar un problema, pero también crean nuevos desafíos, como por ejemplo, cuidar la imagen pública en ellas. No es algo que estuviera en el ADN laboral y en las pautas de estilo de las empresas chilenas, pero hoy es tema de primera línea en cualquier institución.

El ranking IMAD de Mujeres Empresarias se ha realizado durante los últimos años en forma exitosa tomando las fuentes oficiales de la Comisión de Mercado Financiero (CMF) y ha puesto luz y transparencia en frentes donde antes no las había. El ranking toma en consideración a las empresas más grandes del país. Pero en conjunto con Mujeres Empresarias nos preguntamos ¿Qué ocurre con respecto a esta huella digital tan relevante al día de hoy?

Desde hace unos meses hemos estado diseñando, construyendo y afinando en conjunto esta primera versión de la Huella Digital IMAD para este reputado ranking. El objetivo de estas líneas es invitarlas a estudiar los fundamentos de esta herramienta que hoy da a conocer públicamente Mujeres Empresarias y pone a disposición de todas ustedes.

La Huella Digital es nuestro aporte para ayudar a que las empresas y personas tomen decisiones, respecto a la construcción y monitoreo de entornos diversos, en base a datos. Especialmente a quienes quieren abrir caminos y tender puentes para disminuir las brechas. Afortunadamente hay datos para construir estos nuevos indicadores. En Chile, por ejemplo, hay aproximadamente 4 millones de perfiles de LinkedIn.

La Huella Digital IMAD busca contabilizar la cantidad de mujeres en altos cargos en las empresas, según su presencia en esta plataforma social enfocada en lo laboral. Este cálculo se realiza para aquellas empresas que tienen más de 100 empleados y que, según información del SII, tienen al menos 25.000 UF anuales de venta. Esto, independiente de si son o no parte del ranking IMAD.

Para realizar el ranking se agruparon a las mujeres en tres categorías: primera línea (planta gerencial); segunda línea (cargos que reportan al gerente general y/o principales líderes de áreas) y total de trabajadores, esto dependiendo del tipo de cargo que tienen dentro de la empresa.

La Huella Digital IMAD la obtuvimos calculando una serie de datos que podrán analizar en el estudio adjunto. Aplicando esta metodología a la data obtenida, generamos un ranking de 875 empresas.

Te invito a conocer en qué lugar está tu empresa.



V

Capítulo Aportes y buenas prácticas

Repensar nuestra economía con enfoque de género



Julio Pertuzé
Subsecretario de Economía
y Empresas de Menor Tamaño

La crisis sanitaria, económica y social que hemos enfrentado este año, a raíz de la pandemia del coronavirus, ha puesto de manifiesto las fortalezas y debilidades de nuestro país. En pocos meses hemos logrado readaptar nuestro funcionamiento, relativo tanto a la esfera personal de cada ciudadano como al espectro global en que opera el Estado, al escenario que nos ha planteado la pandemia. El conocimiento científico, desarrollado en estos meses a una velocidad casi sin precedentes, ha sido la hoja de ruta para la reconfiguración de cada uno de nuestros sectores productivos.

Protocolos específicos de funcionamiento sectorial nos han permitido recuperar uno de los daños más profundos que nos ha dejado esta crisis: la destrucción de más de dos millones de puestos de trabajo. En pocos meses, nuestra economía ha recuperado más de 700 mil empleos, una cifra que hasta los más optimistas habrían puesto en duda hace algunos meses. De esta forma, la desocupación a nivel nacional se ubicó en torno a un 12,3% en el trimestre julio-septiembre, la desocupación masculina en un 12,8% y la desocupación femenina en un 11,6%, según el Instituto Nacional de Estadísticas. Sin embargo, este registro oculta un drama ineludible: casi una de cada cinco mujeres activas laboralmente dejó la fuerza de trabajo. Retrocedimos una década en participación femenina en la fuerza laboral.

Por ello, la recuperación de nuestra economía debe tener como prioridad a la mujer y debe convocar a un trabajo mancomunado entre el sector público y privado para catalizar una reactivación con enfoque de género. Algunos de los sectores más golpeados de esta crisis, como el comercio y el turismo, cuya actividad cayó 21% y 53% respectivamente, tienen una alta participación femenina. Una de cada 4 mujeres trabaja en actividades de comercio y turísticas. Es en ellas donde están puestos nuestros esfuerzos de recuperación como gobierno.

A pesar del difícil escenario que enfrentamos, esta crisis también abre una oportunidad, para repensar parte de nuestra economía y las condiciones que configuran nuestro mercado del trabajo, con un enfoque de género. Un enfoque que nos permita generar los espacios para que cada mujer alcance su pleno desarrollo en igualdad de condiciones, abriéndose paso día a día en la economía para contribuir plenamente y sin barreras al desarrollo de la nación.



Más mujeres en la toma de decisiones para aumentar participación laboral femenina



Carolina Cuevas
Subsecretaria Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género

Vivimos hoy en un mundo de cambios, qué duda cabe. Y los chilenos los hemos vivido y en muchos casos, sufrido. La llegada del coronavirus nos ha cambiado diametralmente la forma cómo nos relacionamos, convivimos, trabajamos y cooperamos, requiriendo de nuestras sociedades un proceso de adaptación al cambio mucho más veloz. Y en este proceso de adaptación, así como en muchas ocasiones anteriores, han sido las mujeres las más afectadas.

Si bien en 2019 el contexto país nos pedía que aceleráramos el ritmo con que remediábamos las desigualdades- entre ellas las existentes entre hombres y mujeres en nuestro país- la pandemia vino a visibilizar la necesidad y a ponerle carácter de urgente.

A principios de este año, Chile alcanzó la tasa más alta registrada de participación laboral femenina, llegando a 53,3%. Pero la pandemia ha borrado en pocos meses más de 10 años de avances en materia de inserción laboral. Otro aspecto importante es el incremento en la cantidad de mujeres fuera de la fuerza laboral, ya que alrededor de 900.000 de ellas han dejado de trabajar por razones de confinamiento o por tener que quedarse al cuidado de menores o adultos mayores.

Si miramos a mujeres en alto dirección, previo a la pandemia, no habían más de un 10% de los puestos en empresas IPSA. Esta nueva realidad nos llama hoy a duplicar esfuerzos para asegurar que ese número continúe creciendo y no descienda. Un incremento de mujeres en las mesas donde se toman las decisiones, podría empezar a revertir la desmedrada situación de miles de chilenas.

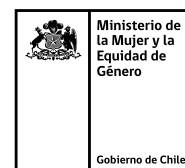
Previo al inicio del contexto de pandemia, el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, entendiendo que una herramienta fundamental para poder avanzar en la incorporación de las mujeres a posiciones de liderazgo es la recopilación de datos confiables que muestren las brechas existentes, lanzó el "Reporte de Indicadores de Género en las Empresas en Chile". Con este reporte, donde están todas las empresas que reportan a la CMF, hemos podido medir, conocer y visibilizar brechas que hoy existen en materia de participación de mujeres, principalmente en materia de salarios y acceso a puestos de alta responsabilidad.

La igualdad de género no es sólo un problema social y moral que debemos abordar de manera urgente, sino también un desafío económico crítico. Un reciente estudio de CLAPES UC nos reveló que, considerando cifras del año 2019, cada punto de aumento de la participación laboral femenina representa la creación de 79 mil empleos. Por lo que, cada punto de aumento de la participación femenina se traduciría en un aumento del PIB de 0,5%.

Eso son los cambios que hoy necesitamos, pero tengamos en claro que no suceden solos. Esta pandemia representa desafíos y la oportunidad de que más empresas reconozcan la importancia y la necesidad de incorporar a más mujeres en sus directorios. Hoy más que nunca, las empresas tienen la oportunidad de que, en medio de reestructuraciones internas, conversen sobre cómo conciliar la vida laboral con la familiar, y cómo podemos aunar esfuerzos para que más mujeres avancen hacia las posiciones de liderazgo.

Enfrentamos hoy un doble desafío. Por un lado, derribar las barreras para la incorporación plena de las mujeres al trabajo remunerado, su inclusión en las áreas de más proyección económica para Chile (minería, energía, obras públicas), cerrar la brecha salarial, la del acceso al crédito y a todas aquellas que todavía impiden que las chilenas puedan desplegar sus talentos y sus proyectos de vida sin discriminaciones. Adicionalmente, hoy nos toca sumar un nuevo y exigente desafío: cerrar estas brechas en tiempos de pandemia.

Recuperar y aumentar la participación laboral femenina en Chile es un imperativo que no solo beneficiará a las mujeres, sino que a todo un país. Y para alcanzar esa meta, necesitamos a más mujeres en directorios y en todas las mesas donde se toman las grandes decisiones.



Diversidad e inclusión: Las claves para responder a los desafíos culturales del futuro



Marta Colet G.
Gerenta general
Aguas Andinas

En Aguas Andinas hemos trabajado fuertemente para continuar avanzando hacia una cultura en la que la diversidad y la inclusión sean parte del ADN de cada una de las personas que integran nuestra compañía.

Nuestra estrategia busca generar un compromiso sustentable con la ciudad, sus habitantes y su entorno, promoviendo el bienestar y la igualdad de oportunidades dentro de nuestra organización. Para cumplirlo hemos trazado objetivos e indicadores claves, los cuales nos permiten medir los avances y, así, trazar planes futuros. Constantemente realizamos encuestas internas para evaluar las brechas y hacer los ajustes que sean necesarios para avanzar en este desafío.

Un aspecto fundamental fue la creación del Comité de Diversidad y el lanzamiento de nuestra Política de Diversidad e Inclusión en el año 2018, instancias donde se desarrolla y evalúa nuestra estrategia para fomentar entornos de trabajo libres de prejuicios y de discriminación.

Entendemos que es necesario incluir a más mujeres en cargos estratégicos ya que, particularmente, en la industria sanitaria el rol de nosotras como líderes se ha visto subrepresentado. A pesar de las dificultades históricas, es importante señalar que somos la única empresa del IPSA que cuenta con una gerenta general.

Con el objetivo de profundizar la diversidad e inclusión en nuestra compañía, implementamos currículums ciegos en los procesos de selección. Además, debe cumplirse la condición de que siempre exista, al menos, una candidata en las ternas finales.

Para promover el desarrollo de carrera disponemos de programas de mentorías y coaching para mujeres con alto potencial. Estas iniciativas sirven para que las mujeres más talentosas de nuestra compañía puedan asumir en un futuro cargos de mayor responsabilidad. Además, capacitamos a nuestros ejecutivos en talleres de sesgos inconscientes y a toda nuestra plantilla en medidas de sensibilización en igualdad e inclusión.

Cabe señalar que nuestra política de compensaciones nos permite detectar y reducir las brechas salariales existentes, y que hemos trabajado fuertemente para promover la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, en especial durante esta pandemia.

Sabemos que los cambios son progresivos. Hemos avanzado y nos comprometemos a seguir haciéndolo, respondiendo a las necesidades de nuestros clientes, de la sociedad en general y, por supuesto, de cada uno de nuestros trabajadores y trabajadoras.



La cultura inclusiva como oportunidad para las empresas



Nicolás Goldstein
Presidente Ejecutivo
Accenture Chile

La cultura inclusiva no sólo es una responsabilidad y oportunidad para las empresas por la importancia que tiene para el bienestar de las personas, también representa un potencial crecimiento de los ingresos. A pesar de esto, de acuerdo con la última versión del estudio de Accenture, Getting To Equal, las organizaciones a nivel mundial no están avanzando lo suficiente hacia una cultura inclusiva o, por lo menos, no tanto como creemos.

De acuerdo con el reporte, actualmente existe una importante brecha entre cómo ven la cultura de inclusión y diversidad los líderes de las empresas y cómo la ven los y las colaboradoras: mientras 68% de los ejecutivos cree que la está impulsando con éxito, sólo 36% de los colaboradores piensa lo mismo. Así también, la mayoría de las personas siente que no pueden ser ellos mismos en su lugar de trabajo, mientras 68% de los líderes estima que cuenta con lugares de trabajo que impulsan ese objetivo. Como consecuencia de lo anterior, la proporción de personas que no se sienten incluidas por sus organizaciones es diez veces más alta que los líderes de negocio que sí tiene esa percepción.

¿Pero por qué es importante avanzar en este aspecto? Primero que todo y lo más importante, por el bienestar y derecho de las personas, sobre todo en tiempos de pandemia, donde el apoyo de las organizaciones hacia sus colaboradores se ha vuelto más crucial que nunca. Por otro lado, si se cierra esta brecha en un 50%, las ganancias monetarias a nivel global aumentarían un 33%. Sólo en América Latina y el Caribe la oportunidad alcanza los US\$ 200 mil millones.

Para avanzar de manera concreta, el primer paso es que el impulso de una cultura inclusiva y diversa sea un tema prioritario en los directorios de las empresas. En ese sentido, de acuerdo con nuestro estudio, a pesar de que los líderes de negocio a nivel mundial creen que la cultura de inclusión y diversidad es importante, sólo 21% la considera su primera prioridad. De esa manera, se deben impulsar 3 pilares clave:

- **Liderazgo comprometido:** Un equipo de liderazgo diverso que establezca, comparta y mida objetivos de equidad de forma abierta.
- **Acción integral:** Políticas y prácticas que sean amigables con la compatibilidad del trabajo y la familia, entregar apoyo a todos los géneros y atraer y retener talento sin prejuicios.
- **Ambiente de empoderamiento:** Un ambiente de trabajo que confíe en sus colaboradores, respete a los individuos y les ofrezca la libertad para ser creativos. Además, se les debe dar un entrenamiento continuo y flexibilidad laboral.

La oportunidad es grande. El momento de avanzar es ahora y depende de nosotros movilizar el cambio cultural.



Diversidad e Inclusión: Aspectos claves para la atracción y retención del talento.



Liliana Schnaidt
*Gerente de Personas y
Organización Chile*

En ENEL consideramos que la valoración de las diferencias personales son hoy un elemento central en nuestra estrategia, entendiendo que la diversidad no es sólo un deber de generar empleabilidad a todos los grupos, sino un caso de negocio que permite la innovación, la productividad y la diversidad de miradas. Nos interesa no sólo conocer a la persona desde su experiencia profesional, sino que buscamos conocer a nuestros trabajadores y trabajadoras, presentes y futuros, a nivel personal, saber qué los mueve, cuál es su pasión, qué los hace especial para aportar ideas, innovar, y hacer las cosas de modo diferente.

La diversidad es un garante del éxito y la inclusión la vivimos como un acto de responsabilidad, es por esto que en nuestro trabajo diario buscamos generar equipos diversos e impulsar la cultura empresarial hacia un entorno abierto, con un liderazgo cada vez más horizontal, una mentalidad centrada en el cliente y una forma ágil de crear soluciones de la mano de nuestra estrategia de transformación digital.

Promovemos que cada vez más mujeres se involucren y crezcan profesionalmente, impulsamos la incorporación de personas con discapacidad, acercamos a las distintas generaciones a través del intercambio de conocimientos y un aprendizaje continuo y proactivo, y fomentamos la multiculturalidad a través de experiencias internacionales y trabajo en conjunto con los 36 países en los que

operamos. Además de esto, buscamos lograr una relación óptima entre y con las comunidades, en donde la sostenibilidad y respeto por el medio ambiente impregnan todos los aspectos de nuestra estrategia.

Actualmente las personas buscan trabajar en organizaciones íntegras, comprometidas y con sentido, que actúan en base a principios compartidos por todos los que forman parte de ella. Buscan flexibilidad y autogestión, en donde el bienestar, la calidad de vida y el equilibrio de lo personal con lo laboral pasan a ser un requisito fundamental. Es por esto que en Enel fomentamos una cultura de productividad y alto rendimiento, igualdad de oportunidades y equilibrio entre la vida profesional y personal, comprometidos y con confianza en nuestros equipos, promoviendo el desarrollo y auto aprendizaje.

Al momento de atraer y retener el talento, buscamos ser una empresa cercana, simétrica y que permita construir una relación de largo plazo entre la organización y trabajadores y trabajadoras, en donde la humildad y el escuchar al otro sean centrales, teniendo como base la identificación de nuestros valores y cultura Open Power.

The logo for Enel, consisting of the word "enel" in a lowercase, bold, sans-serif font. The letters are black and have a modern, clean design.

Las Mujeres en Alta Dirección en la empresa familiar



Magdalena Díaz Le-Fort
Gerenta General AEF

La crisis sanitaria ha creado nuevos desafíos para la participación femenina en el mercado laboral. A septiembre de este año la participación de los hombres había caído a 64,5% (casi 9 puntos en un año), mientras la participación de las mujeres en el mercado laboral retrocedió hasta 42,7% -a niveles de 2007-, una caída de 10,2 puntos porcentuales en un año. Además, las nuevas modalidades de teletrabajo han develado déficits en materia de corresponsabilidad parental en nuestro país, todo lo cual se ha visto amplificado por el cierre de colegios y salas cunas.

Pese a que las empresas familiares -al igual que el resto de las compañías- han sentido los efectos de la crisis económica, tienen un mejor punto de partida, sobre todo en alta dirección. Mientras en promedio 1 de cada 3 empresas familiares tiene como propietario una mujer, esta proporción se reduce a 1 de cada 4 en empresas no familiares. Por su parte, el 30% de los directores de las empresas familiares son mujeres, mientras que en las empresas no familiares las directoras mujeres solo representan el 15,8%.

Desde la Asociación de Empresas Familiares hemos estado trabajando intensamente para promover el rol de la mujer en la empresa. Desde los inicios de la Asociación se creó el Capítulo Mujeres, que busca ser un espacio de encuentro y acompañamiento para las mujeres de las familias empresarias, en los diversos roles que poseen: liderando la empresa familiar, apoyando a la familia en el desarrollo de la empresa, formando a las nuevas generaciones, impulsando la filantropía o legado familiar, por mencionar solo algunos. Actualmente Belinda James es quien lidera AEF Mujeres.

Desde todos los sectores hay que impulsar medidas que faciliten el avance de la incorporación femenina al mundo del trabajo y promover mayor simetría en el acceso, responsabilidades y la retribución que tienen hombres y mujeres tanto en las compañías

como en los hogares. La nueva normalidad que surgirá después de la pandemia, con mayor uso de las tecnologías, menores desplazamientos innecesarios, mayor horizontalidad en el trato y mayor flexibilidad de horarios abre grandes oportunidades para la incorporación femenina, pero también riesgos.

Las compañías modernas no pueden prescindir de la mirada femenina en ninguno de sus niveles, porque las mujeres aportan heterogeneidad de puntos de vista, mayor empatía, un trato más cercano y humanizan las organizaciones, todo lo cual es esencial en la empresa moderna. En momentos en que el diálogo, la colaboración y las nuevas ideas son esenciales para el desarrollo de las organizaciones y los países, es hora de que las mujeres participen activamente en todas las instancias y demuestren el aporte insustituible que pueden hacer en estos ámbitos.

Un gran ejemplo de participación femenina en una empresa familiar es el caso de J.E.J. Ingeniería perteneciente a la familia Jünemann. De las 8 gerencias sectoriales, 4 son encabezadas por mujeres, siendo su Gerenta General también mujer. Estos elementos hicieron que la empresa se ubicase en el lugar número 6 en el ranking IMAD 2020. Aún más llamativa es esta ubicación, entendiéndolo que la empresa pertenece a un rubro que tradicionalmente ha sido masculino: ingeniería y construcción. ¡Felicitaciones a la familia Jünemann y al espíritu femenino que la moviliza!



La diversidad: Instrumento de sostenibilidad del negocio



María Pía Aqueveque
Chair 30% Club Chile
Directora Suplente UNO Afp

¿Qué es el 30% club?

Es una campaña fundada en el Reino Unido, con el objetivo de alcanzar un mínimo del 30% de representación femenina en las Juntas Directivas de las 100 compañías con mayor valorización en FTSE de Londres. Desde la inauguración en 2010, la participación de las mujeres en las juntas directivas en ese país pasó del 12,5% a 25% el 2015 y a 30% el 2019 y a Junio 2020 es de 34.6%.

Hoy existen capítulos en 17 países (África Oriental, Australia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Estados Unidos, Hong Kong, Irlanda, Italia, Japón, Malasia, México, Países del Medio Oriente, Sudáfrica, Turquía, Reino Unido).

En Chile, hoy convoca el liderazgo de los Presidentes de Directorios y CEOs de las empresas listadas IPSA, IGPA y multinacionales, así como del compromiso de los comités de nominación, para avanzar en generar el verdadero balance de género en las empresas de Chile con una mirada de sostenibilidad del negocio.

La mirada del grupo de inversionistas.

La falta de diversidad afecta en forma negativa la gobernanza de la junta directiva, al privarse de un amplio marco de representación y comprensión de clientes y del entorno, indispensable para el éxito de la estrategia a largo plazo. Es importante señalar que el aumento de la diversidad en la junta y en los equipos de alta dirección probablemente reducirá el potencial de afianzamiento y de pensamiento de grupo, y ampliará aún más la posible reserva de talento para los nombramientos.



Iván Arriagada
Chairman 30% Club Chile
CEO Antofagasta Minerals

Actualmente el Grupo de Inversionistas ha organizado a los principales inversores en el Reino Unido, Australia, Canadá, Brasil y Japón y estamos comenzando el trabajo en Chile y México en torno a la diversidad de las empresas en que invierten.

“Estamos convencidos que contar con equipos diversos, con una mucho mayor presencia de mujeres en todos los niveles de la organización, es clave para el éxito de la estrategia de negocios del Grupo. Es por ello que nos propusimos la meta de duplicar la dotación femenina al interior de nuestros equipos.” Iván Arriagada, Miembro Fundador del 30% Club Chile - CEO Antofagasta Minerals

“La evaluación de la diversidad en un sentido amplio (entre ellas de género) de directorios y los equipos de alta dirección y otros factores ESG de las empresas en que el sistema inversor participa, forma parte de la responsabilidad de administración del patrimonio de sus clientes con miras a disminuir riesgos, aumentar su rentabilidad y sostenibilidad de las empresas en que invierten.” María Pía Aqueveque, Chair 30% Club Chile - Directora Suplente UNO Afp



VI

Capítulo Anexos y bibliografía

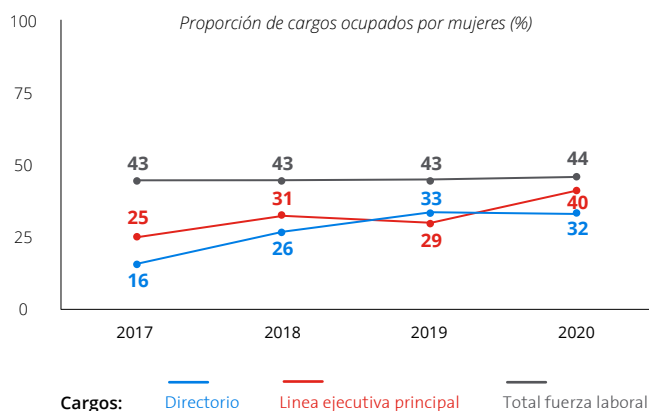


ANEXO

1

El Gráfico 1 que se presenta a continuación, muestra la proporción de cargos ocupados por mujeres a nivel de fuerza laboral, línea ejecutiva y directorio para empresas multinacionales eliminando del análisis cinco empresas nuevas incluidas en esta versión del Ranking IMAD. Tal como se explicó en el capítulo de Resultados esto influyó en los resultados de este año, especialmente a nivel de fuerza laboral total y de directorio.

Gráfico 1.
Empresas multinacionales IMAD 2020
Análisis de sensibilidad



Fuente: Elaboración propia a partir de información reportada en la CMF, memorias anuales y/o datos entregados por las empresas a solicitud.

ANEXO

2

Para el cálculo de la Huella Digital IMAD, se siguen los siguientes pasos:

- Se busca en LinkedIn a personas con cargos actuales o terminados en 2019 o 2020.

- Para estas personas, se busca la empresa en la que declara trabajar en los datos del SII por similitud entre el nombre de su empleador en LinkedIn y la razón social registrada en el SII.

- Se seleccionan solo aquellas personas de empresas que tienen más de 100 trabajadores en LinkedIn y que en el SII tienen al menos 25.000 UF anuales de ventas.

- Para seleccionar a la primera línea,

- Se buscan las personas en el listado de la CMF para ejecutivos y se ve que cargos aparecen en LinkedIn para esas personas.

- Se hace una búsqueda de esos cargos y se etiquetan como primera línea.

- A esto se le adicionan las personas que tienen la palabra gerente en su cargo, pero no se consideran a las personas que su cargo es solo "Gerente".

- Cuando para una empresa hay más de 10 personas en la primera línea, se seleccionan los cargos dentro de la siguiente lista: Gerente General, Gerente Comercial, Gerente Operaciones, Gerente Administración, Gerente Ventas, Gerente Finanzas, Gerente Técnico, Gerente RR.HH., Gerente Marketing, Gerente Ingeniería, Gerente TI, Gerente Desarrollo, Gerente Tecnología, Gerente Planificación, Gerente Innovación.

- Para la segunda línea, se consideran todas las personas con "Gerente" en su cargo que no hayan sido seleccionados dentro de la primera línea según lo anterior. Se agregan también a este grupo las personas cuyo cargo incluya la palabra "Subgerente".

- Para asignarle el sexo a las personas en LinkedIn, la información se cruza con el padrón electoral.

- Cuando para una empresa existe más de una persona con nombre de cargo (por ejemplo, tres Gerente General), se cuenta como una sola persona. Si todos tienen el mismo sexo, se cuenta como una persona con ese sexo común. Si las tienen sexo distinto, se elige a la persona que cambió al último su cargo en LinkedIn. Se espera así captar la información más actualizada posible.

Aplicando esta metodología a los datos, se calculó la huella digital de 875 empresas.

ANEXO

3

El listado completo de las 124 empresas analizadas en el Ranking IMAD 2020 se presenta —en orden alfabético— en la Tabla 1.

Tabla 1.
Listado final de empresas seleccionadas

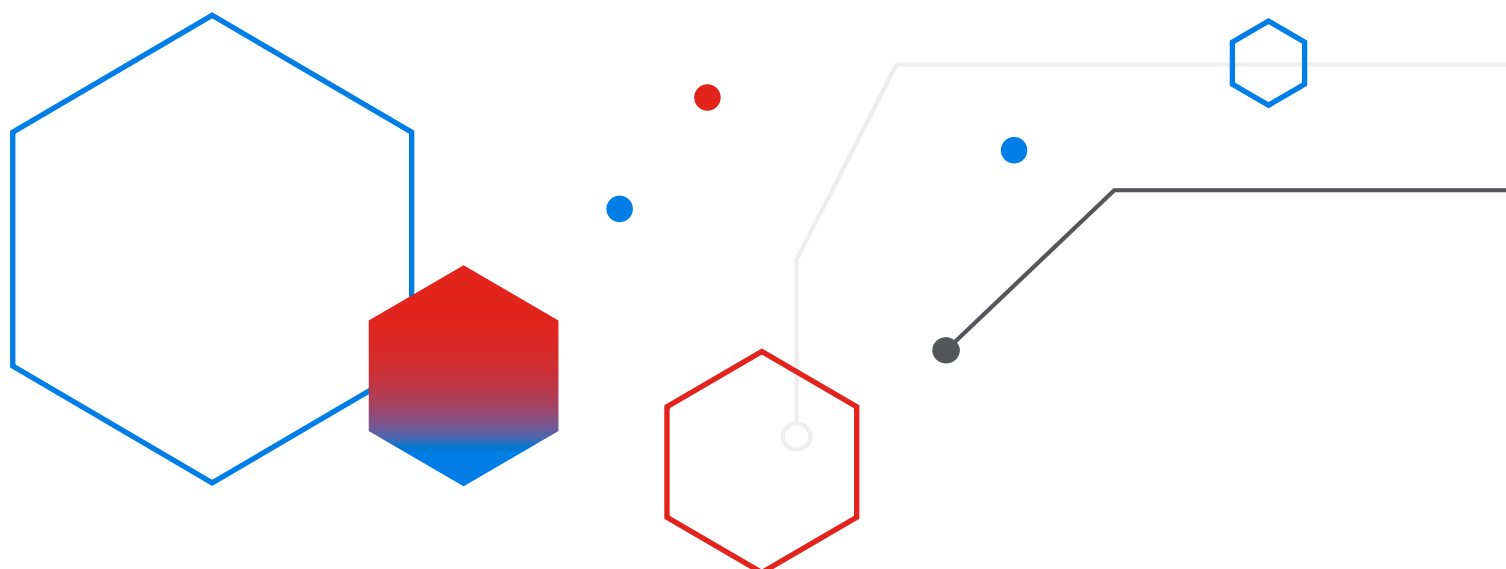
RUT	Razón social	Total trabajadores	Criterio de ingreso a ranking
94272000	AES GENER	1.321	IGPA
98000000	AFP CAPITAL	1.444	Banca, AFPs y aseguradoras
76240079	AFP CUPRUM	1.467	Banca, AFPs y aseguradoras
98000100	AFP HABITAT	1.756	Banca, AFPs y aseguradoras
76762250	AFP MODELO	539	Banca, AFPs y aseguradoras
98001200	AFP PLANVITAL	1.250	Banca, AFPs y aseguradoras
76265736	AFP PROVIDA	2.818	Banca, AFPs y aseguradoras
96566940	AGENCIAS UNIVERSALES	609	IGPA
76129263	AGROSUPER	19.517	OTRO
61808000	AGUAS ANDINAS	2.162	IGPA
93920000	ANTOFAGASTA MINERALS	535	Multinacional
76041000	ARESTI CHILE WINE	114	AEF
76003557	AUSTRALIS SEAFOODS	2.419	IGPA
76326559	AVLA	342	Banca, AFPs y aseguradoras
97080000	BANCO BICE	1.229	Banca, AFPs y aseguradoras
99500410	BANCO CONSORCIO	1.121	Banca, AFPs y aseguradoras
97004000	BANCO DE CHILE	11.140	Banca, AFPs y aseguradoras
97006000	BANCO DE CRÉDITO E INVERSIONES	9.524	Banca, AFPs y aseguradoras
97011000	BANCO INTERNACIONAL	604	Banca, AFPs y aseguradoras
97036000	BANCO SASANTANDER-CHILE	11.200	Banca, AFPs y aseguradoras
97030000	BANCOESTADO (BANCO DEL ESTADO DE CHILE)	4.849	Pública
96528990	BANMEDICA	24.311	IGPA
91537000	BAYER	166	Multinacional
92434000	BESALCO	6.224	IGPA
99589230	BLANCO Y NEGRO	207	IGPA
80860400	BLUMAR	2.153	IGPA
90286000	BRITISH AMERICAN TOBACCO CHILE OPERACIONES	665	Multinacional
76005001	BUPA CHILE	9.222	Multinacional
91297000	CAP	4.856	IGPA
60806000	CASA DE MONEDA DE CHILE	282	Pública
90413000	CCU (COMPAÑÍA CERVECERIAS UNIDAS)	405	IGPA
91755000	CEMENTOS BÍO BÍO	1.399	IGPA
93834000	CENCOSUD	125.275	IGPA
99037000	CHILENA CONSOLIDADA SEGUROS GENERALES	387	Banca, AFPs y aseguradoras
96813520	CHILQUINTA ENERGÍA	568	OTRO
92544000	CINTAC	1.189	IGPA
93930000	CLÍNICA LAS CONDES	3.678	IGPA
93281000	COCA COLA EMBONOR	4.213	IGPA
61704000	CODELCO (CORPORACION NACIONAL DEL COBRE DE CHILE)	16.341	Pública
96505760	COLBÚN	949	IGPA
90209000	COMPAÑÍA INDUSTRIAL EL VOLCAN	682	IGPA
90596000	COMPAÑÍA MARITIMA CHILENA	176	IGPA
76079669	COMPAÑÍA MINERA ANTUCOYA	817	Multinacional
76727040	COMPAÑÍA MINERA CENTINELA	2.039	Multinacional
96790240	COMPAÑÍA MINERA LOS PELAMBRES	951	Multinacional

RUT	Razón social	Total trabajadores	Criterio de ingreso a ranking
76485762	COMPAÑÍA MINERA ZALDIVAR	890	Multinacional
93711000	COMPAÑÍA PESQUERA CAMANCHACA	3.830	IGPA
60503000	CORREOS DE CHILE	5.832	Pública
90331000	CRISTALERÍAS DE CHILE	838	IGPA
76005049	ECHEVERRIA, IZQUIERDO	11.024	IGPA
61216000	EFE (EMPRESA DE LOS FERROCARRILES DEL ESTADO)	1.729	Pública
91144000	EMBOTELLADORA ANDINA	17.555	IGPA
92770000	EMPRESA CONSTRUCTORA MOLLER Y PÉREZ-COTAPOS	3.257	IGPA
61703000	EMPRESA NACIONAL DE MINERÍA	1.369	Pública
86247400	EMPRESAS AQUACHILE	4.623	IGPA
96591040	EMPRESAS CAROZZI	10.599	OTRO
90222000	EMPRESAS CMPC	18.933	IGPA
90310000	EMPRESAS GASCO	2.009	IGPA
96947020	EMPRESAS HITES	4.130	IGPA
96874030	EMPRESAS LA POLAR	4.917	IGPA
96928510	EMPRESAS LIPIGAS	1.994	IGPA
76266594	EMPRESAS TRICOT	3.379	IGPA
90266000	ENAEX	4.280	IGPA
92604000	ENAP (EMPRESA NACIONAL DEL PETROLEO)	3.365	Pública
76536353	ENEL CHILE	480	IGPA
91081000	ENEL GENERACIÓN CHILE	719	IGPA
88006900	ENGIE ENERGÍA CHILE	899	IGPA
92580000	ENTEL (EMPRESA NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES)	4.229	IGPA
89996200	ENVASES DEL PACÍFICO	488	IGPA
81148200	FERROCARRIL DE ANTOFAGASTA A BOLIVIA	1.426	Multinacional
91489000	FINNING CHILE	5.417	Multinacional
86963200	FORUS	4.107	IGPA
96604380	GRUPO SECURITY	3.970	Banca, AFPs y aseguradoras
96896990	HORTIFRUT	1.366	IGPA
77274820	IAM (INVERSIONES AGUAS METROPOLITANAS)	2.145	IGPA
92051000	INDISA (INSTITUTO DE DIAGNOSTICO)	2.698	IGPA
76016541	INGEVEC	2.975	IGPA
99551680	INTEGRATED HEALTH SOLUTIONS CHILE	221	Multinacional
97023000	ITAÚ CORPBANCA	5.616	Banca, AFPs y aseguradoras
78318570	J.E.J INGENIERIA	751	AEF
93745000	JOHNSON & JOHNSON CHILE	243	Multinacional
96888460	KIMBERLY-CLARK CHILE	283	Multinacional
93135000	LABORATORIOS BAGO DE CHILE	540	Multinacional
89862200	LATAM AIRLINES GROUP	42.632	IGPA
96508210	MAPFRE CIA.	317	Banca, AFPs y aseguradoras
96802690	MASISA	2.350	IGPA
99289000	METLIFE CHILE SEGUROS DE VIDA	1.892	Banca, AFPs y aseguradoras
61219000	METRO (EMPRESA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS METRO)	4.706	Pública
96722460	METROGAS	589	OTRO
96633760	MICROSOFT CHILE	163	Multinacional
93628000	MOLIBDENOS Y METALES	776	IGPA
76672100	MULTIEXPORT FOODS	2.692	IGPA
96575280	NATURA COSMÉTICOS	226	Multinacional
90703000	NESTLÉ CHILE	6.998	Multinacional
94627000	PARQUE ARAUCO	545	IGPA
76488180	PAZ CORP	1.670	IGPA
96981250	PFIZER CHILE	195	Multinacional
96723320	PORTUARIA CABO FROWARD	380	IGPA
96656660	PROCTER & GAMBLE CHILE	286	Multinacional
92035000	PRODUCTOS SAN CAMILO	1.058	AEF

RUT	Razón social	Total trabajadores	Criterio de ingreso a ranking
81210400	REUTTER	227	AEF
99579730	RIPLEY CORP	22.447	IGPA
90749000	S.A.C.I. FALABELLA	115.179	IGPA
96885880	SALFACORP	11.963	IGPA
97018000	SCOTIABANK CHILE	6.781	Banca, AFPs y aseguradoras
96549050	SEGUROS DE VIDA SURA	476	Banca, AFPs y aseguradoras
76012676	SMU	30.045	IGPA
76196718	SOCIEDAD MATRIZ SAAM	8.178	IGPA
96561560	SOCIEDAD PUNTA DEL COBRE	1.018	IGPA
94840000	SOCOVEA	2.149	IGPA
79556490	SODEXO INVERSIONES	17.014	Multinacional
96792430	SODIMAC	19.378	OTRO
83628100	SONDA	16.166	IGPA
93007000	SOQUIMICH (SOCIEDAD QUÍMICA Y MINERA DE CHILE)	5.752	IGPA
79768170	SOQUIMICH COMERCIAL	103	IGPA
90635000	TELEFONICA CHILE	3.774	Multinacional
81689800	TVN (TELEVISION NACIONAL DE CHILE)	941	Pública
92091000	UNILEVER CHILE	648	Multinacional
90227000	VIÑA CONCHA Y TORO	3.499	IGPA
91041000	VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ	1.146	IGPA
76350666	VTR.COM	1.837	OTRO
76042014	WALMART CHILE	45.979	Multinacional
84356800	WATTS	2.749	IGPA
70285500	ZONA FRANCA DE IQUIQUE	305	Pública

BIBLIOGRAFÍA

- Cook, A. & Glass, C., (2016). Leading at the top: Understanding women's challenges above the glass ceiling. *The Leadership Quarterly*, 27(1), 51-63.
- Noland, M., Moran, T., & Kotschwar, B. (2016). *Is Gender Diversity Profitable? Evidence from a Global Survey*. Washington, DC: Peterson Institute for International Economics.
- Salvaj, E. (2012). Cohesión y homogeneidad. Evolución de la red de directorios de las grandes empresas en Chile, 1969-2005. *Adaptación, la empresa chilena después de Friedman*, edited by J. Ossandón and E. Tironi, 55-84.





AUSPICIAN



APOYAN

