



Apuntes 99, 43-71  
ISSN: 0252-1865  
eISSN: 2223-1757  
doi: 10.21678/apuntes.99.2215

© Creative Commons Attribution 3.0  
Artículo recibido el 19 de noviembre de 2023  
Artículo aceptado para publicación el 23 de abril de 2025

# La digitalización de emprendimientos de inmigrantes latinoamericanas en Chile (2020-2022)

CATALINA MARCELA RAMÍREZ  
*Universitat Autònoma de Barcelona*  
catalinamarcela.ramirez@autonoma.cat

JOSÉ JULIÁN SOTO  
*Universidad Bernardo O'Higgins / Freie Universität Berlin*  
jose.julian.soto@gmail.com

*Resumen.* La economía de plataformas digitales está transformando la naturaleza del trabajo. En paralelo a las grandes compañías dinamizadoras de este cambio hay grupos subalternos precarios que refuerzan la reestructuración. Un caso ejemplar es el de las mujeres latinoamericanas del programa Migrant Woman Entrepreneur: Collaborative Growth Community (MWECGC) de Chile. Por lo mismo, el objetivo general de la investigación es analizar la modalidad de inserción de las mujeres de este programa en la economía digital de Chile y dilucidar el perfil laboral del grupo antes y después de su llegada al país. Partiendo de la hipótesis de que el cruce de sus biografías con el contexto socioeconómico chileno es fundamental para desarrollar sus emprendimientos digitales, se practicó una *netnography* a las 49 mujeres que participaron en el proyecto. Los resultados muestran que la confluencia de factores individuales y contextuales produjo cuatro tipos de emprendedoras. Las conclusiones sugieren que la digitalización del emprendimiento no garantiza la visibilidad y alcance de este, lo que relativiza el supuesto potencial democratizador de las plataformas.

*Palabras claves:* migración femenina, sur global, COVID-19, redes sociales, *gig economy*.

## The Digitization of Latin American Immigrant Enterprises in Chile (2020-2022)

*Abstract.* The digital platform economy is transforming the nature of work. Alongside the large companies that promote change, there are precarious subordinate groups that reinforce the restructuring. One of these was the

Latin American women of the Migrant Woman Entrepreneur: Collaborative Growth Community (MWECCG) program in Chile. Therefore, the general objective of the research is to analyze the mode of insertion of these women into the digital economy of Chile and to elucidate the labor profile of the group before and after their arrival in the country. Starting from the hypothesis that the crossing of individual biographies with the socio-economic context are fundamental for the development of the enterprise, a Netnography was carried out with 49 women who participated in the project. The results show that the confluence of individual and contextual factors produced four types of female entrepreneurs. The conclusions suggest that the digitization of entrepreneurship does not guarantee its visibility and reach, relativizing the supposed democratizing potential of the platforms.

*Keywords:* Female Migration, Global South, COVID-19, Social Networks, Gig Economy.

## 1. Introducción

El artículo analiza los emprendimientos de mujeres migrantes con plataformas digitales (en adelante, plataformas) en la modalidad *on demand* de la *gig economy* en Chile. Para esto, identifica la relación entre la biografía de las migrantes con las condiciones económicas antes y durante el emprendimiento basado en las redes sociales Instagram, WhatsApp, LinkedIn y Facebook. Específicamente, se examinan el proceso migratorio y los emprendimientos digitales apoyados por el programa MWECCG para la transformación digital de negocios *online*, que contó con 49 participantes a las que, para proteger sus identidades, individualizamos con la abreviación E y un número.

MWECCG fue creado en 2021 por empresas privadas y organismos de la sociedad civil para mejorar las estrategias comerciales de migrantes y acelerar la digitalización de emprendimientos. Se inició en noviembre de 2021 y concluyó en febrero de 2022, componiéndose de tres fases de formación: el diagnóstico para identificar las habilidades digitales de las emprendedoras; la enseñanza por Zoom de competencias digitales para los emprendimientos; y las sesiones de *networking* con emprendedores y empresas para potenciar las alianzas comerciales. El programa se dirigió a migrantes, porque fueron uno de los grupos más afectados por la COVID-19 debido a las desigualdades de género y nacionalidad que dificultaron su inserción laboral (Cepal, 2022).

Durante el bienio 2020-2021, Chile cayó seis puntos en el Ranking de Competitividad Global del International Institute for Management Development. La variable «desigualdad de género» reflejó el descuido de las políticas públicas hacia el emprendimiento femenino. Al respecto, un estudio sobre emprendedores que facturaron US\$ 1 millón o más en 2021 confirmó la desigualdad en el emprendimiento digital (Fajardo, 2021), porque los emprendimientos «exitosos» fueron liderados por hombres descendientes de familias inmigrantes con alto poder adquisitivo, estudios superiores de excelencia y experiencia empresarial.

En el mismo período, la pandemia profundizó la feminización de la pobreza, haciendo más vulnerables a las mujeres (Madgavkar *et al.*, 2020) debido a la segregación de género del mercado laboral, pues se restringieron las actividades con proximidad física (IDB, 2021). Además, la brecha de género precedente en el uso de plataformas afectó su inserción en un mercado laboral en proceso de digitalización (Cepal, 2022). Estas desigualdades se intensificaron al considerar los trabajos domésticos y de cuidados no remunerados, eludidos mayoritariamente por los hombres (Batthyány, 2021).

La Organización de las Naciones Unidas, mediante el establecimiento de los Objetivos del Milenio y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se

propuso reducir los problemas de las mujeres con la digitalización. En efecto, se crearon programas públicos y privados para mejorar su acceso a la digitalización. Los programas buscaron mejorar las habilidades en las plataformas, destacándose los que apoyaron las ventas *online* (Striebing, Schmidt, & Palmén, 2019), y transferir habilidades *Steam* en grupos calificados relacionados con programación, inteligencia artificial y *big data* (Denton-Calabrese *et al.*, 2021). Denton-Calabrese y su equipo se interesaron en las niñas, adolescentes y jóvenes, porque varios estudios habían demostrado que padecían de una segregación en educación tecnológica. Los autores destacaron el impacto psicológico de la exclusión, subrayando que la integración de conocimientos tecnológicos influye en la autopercepción.

En Chile, ¿la digitalización del trabajo es una oportunidad o una amenaza para las migrantes latinoamericanas emprendedoras? Las respuestas ofrecidas por la literatura son transitorias debido a los escasos estudios existentes al respecto (Concha, De Simone, & Catalán, 2021; Ramírez *et al.*, 2022). Las investigaciones realizadas fuera del país tampoco conducen al consenso. Una parte afirma que la digitalización impacta de manera similar a hombres y mujeres y que ambos podrían ser reemplazados por máquinas (Frey & Osborne, 2017; Howcroft & Rubery, 2019). Otra parte argumenta que las plataformas reproducen e intensifican las desigualdades de género (Wajcman, 2006; Grau-Sarabia & Fuster-Morell, 2021).

Con la intención de superar esta dicotomía, el artículo analiza la transformación de las prácticas laborales de un grupo de inmigrantes propietarias de emprendimientos digitales en varias ciudades de Chile. La hipótesis testada sugiere que las trayectorias educativas y las habilidades digitales impactan significativamente en el alcance y potencial de crecimiento de los emprendimientos. Para comprobar esta conjetura, organizamos nuestro argumento en ocho apartados. Luego de esta introducción, el segundo apartado contextualiza desde una perspectiva histórica la economía latinoamericana con énfasis en Chile. Seguidamente, en los apartados tercero, cuarto y quinto, definimos el proceso de digitalización del trabajo y sus consecuencias en las mujeres durante la pandemia. Las secciones sexta, séptima y octava se centran en explicitar la metodología, caracterizando a las emprendedoras y sus negocios. En el último apartado, elaboramos un modelo relacional que vincula las motivaciones de las trabajadoras y las habilidades digitales.

## **2. Un breve contexto histórico de la economía periférica latinoamericana**

El subdesarrollo de Chile solo puede entenderse en un marco temporal y espacial más amplio que el del Estado nación, mirando la etapa colonial de

América Latina, cuando se consolidó el modelo «extractivista» (Svampa, 2019). Esta economía tradicional fue la base del Estado chileno desde su independencia de España hasta 1850, cuando comenzó su transformación capitalista (Ortega, 2005). Con posterioridad, en las medianías del siglo XX, la industrialización ralentizada de alimentos y textiles, y la recepción de las importaciones extranjeras, sumadas a una cesantía altísima, impulsaron la informalidad laboral (Smith, 2009).

A pesar del atraso de la industrialización, en comparación con el proceso europeo, el fenómeno produjo migraciones internas reflejadas en la concentración masiva de campesinos en las ciudades, quienes devinieron obreros. Con dicho problema en desarrollo, emergió la globalización económica, coordinada en países como Chile por una dictadura militar que impidió la aplicación de mecanismos democráticos que mitigaran la inequidad ahondada por el neoliberalismo.

La globalización latinoamericana se legitimó mediante un discurso que enfatizó los beneficios económicos del libre comercio, la interdependencia y la competencia, aspectos no cumplidos cabalmente (García, 1999). Cardoso y Faletto (1996) visualizaron las diferencias entre los países de la región, explicándolas en función de los resultados producidos por la modernización y la evolución política. En efecto, el resultado de una modernización incompleta, mezclada con crisis políticas permanentes, afectó las economías internas de los países, acorralándolos en la periferia del sistema-mundo.

En esta posición geopolítica el trabajo fue adverso. Para Lechner (1990), la modernización pretendió establecerse aumentando la «racionalidad instrumental», pero obviando la «racionalidad normativa», encargada de resguardar los intereses públicos frente al avance de la «hiperracionalización productiva». No obstante, la evidencia de las relaciones laborales muestra que el desplazamiento de la racionalidad normativa incrementó las desigualdades sociales.

La localización periférica también influyó en que Estados como Chile carecieran de tecnologías para añadir valor a sus recursos naturales. Así, se produjo una dependencia de países del norte global, que han proveído de insumos tecnológicos a los del sur. De esta manera, numerosos trabajadores se dedican a rubros infravalorados del área extractiva, percibiendo salarios bajos que los impulsan, en parte, a trabajar en el ámbito informal.

El aumento de la migración intrarregional durante la última década multiplicó los indicadores de informalidad laboral, ya que, mayoritariamente, los migrantes están marginados del mercado del trabajo legal. En Chile, antes de la pandemia, hubo un aumento sin precedentes de migrantes latinoamericanos, pues, si en el año 2000 el porcentaje de migrantes era de

un 1%, en 2020 fue de un 8% (Instituto Nacional de Estadísticas – Departamento de Extranjería y Migración, 2021). Hacia finales de 2022, el total de migrantes residentes era de 1 625 074 (Servicio Nacional de Migraciones, 2024), destacándose el aporte de venezolanos (32%), peruanos (15%) y colombianos (11%).

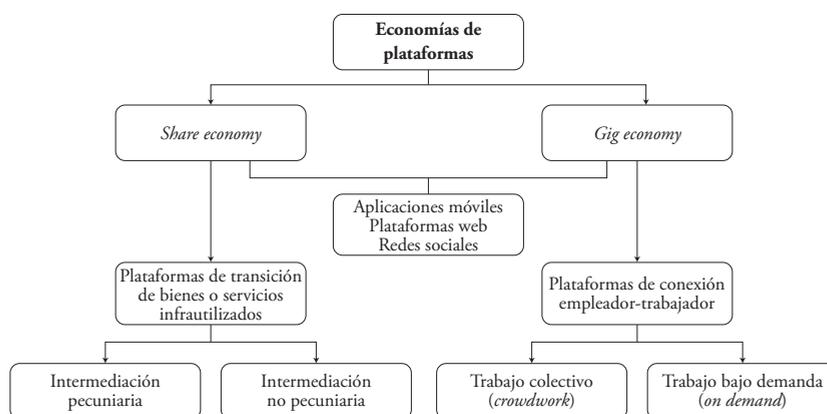
### 3. Digitalización del trabajo y economías de plataformas

La digitalización del trabajo reconfiguró la naturaleza de este, creando empleos y mercados laborales inexistentes antes de la era del capitalismo global (Vallas & Schor, 2020). En la actualidad, es un fenómeno ampliamente estudiado por investigadores centrados en las prácticas sociales derivadas de la transformación sociotécnica y en la creación de plataformas para su funcionamiento (Weili & Khan, 2020; Trenz, Frey, & Veit, 2018). Esta digitalización configura «economías de plataforma» (*platform work*) que favorecen el intercambio de productos y servicios *online* (De Groen *et al.*, 2018) entre clientes y trabajadores vinculados algorítmicamente.

Las plataformas permiten nuevos intercambios económicos (Montgomery & Baglioni, 2021; Surie, 2020) que reducen costes al prescindir de la intermediación empresarial, conectando personas *peer-to-peer* (Petrini, Stedten de Freitas, & Mello da Silveira, 2017). Las interacciones digitales reconfiguran la relación trabajador-empleador-salario, permitiendo una especialización inédita del trabajo (Tubaro, Le Ludec, & Casilli, 2020). En el caso de las plataformas con GPS, se ensambla una fuerza de trabajo (des)localizada que (des)dibuja los límites espaciales (Bulian, 2021). Con todo, las plataformas pueden distinguirse por los tipos de bienes intercambiables (tangibles o intangibles); los recursos para desarrollar tareas; las habilidades de los trabajadores, y los tipos de intercambios (permanentes o temporales).

A su vez, el trabajo digital puede clasificarse en *gig economy* o *share economy* (Pachenkov & Yashina, 2017; Täuscher & Laudien, 2018) (figura 1). En la *gig economy*, la fuerza laboral ocasional se gestiona *online* coordinando tareas a gran escala ejecutables en un tiempo-espacio flexible (Tan *et al.*, 2021) desarrollado en un mercado local o global.

Figura 1  
Economías de plataformas



Elaboración de los autores.

En la *gig economy* hay plataformas de trabajo colectivo (*crowdwork*) o individual bajo demanda (*on demand*), según las tareas. En las primeras concurren diferentes perfiles de trabajadores que realizan tareas específicas basadas en conocimientos acreditados ante la plataforma. Las tareas son organizadas por los empleadores y pueden priorizarse por orden de llegada de la solicitud o mediante una selección del cliente. Las plataformas *on demand* operan tareas gestionadas *online* que son, de manera general, efectuadas presencialmente. La relación oferente-demandante está geolocalizada, por lo que la proximidad es una variable sobre la que interactúa el algoritmo. Las tareas pueden desarrollarse en un punto de la ciudad (reparto de bienes a domicilio, clases particulares, etc.) o a través de esta (servicios de transporte, servicio de asistencia de compras, etc.).

Las investigaciones de la *gig economy* subrayan que el trabajo en plataformas es un fenómeno que conecta la ciudad con el espacio digital (Di Próspero, 2017). Las interacciones deslocalizadas tienen consecuencias materiales que reconfiguran la «experiencia urbana» (Xiang *et al.*, 2021) al estar condicionadas por la segregación espacial, ya que los proveedores de servicios en plataformas dependen de la infraestructura urbana (Marrone & Peterlongo, 2020; Young & Crush, 2019). Otra consecuencia espacial es el reemplazo del lugar de producción de los trabajadores (la fábrica) por los hogares del ciberproletariado (Alarcón, 2018).

En la *share economy*, las plataformas también intermedian la transacción de activos tangibles o intangibles. La investigación destaca que los intercambios integran el principio de colaboración sobre la ganancia (Curtis & Lehner, 2019; Schlagwein, Schoder, & Spindeldreher, 2020). La colabora-

ción fue observada antes de la digitalización (Felson & Spaet, 1978), demostrándose que la asociación de consumidores crea espacios compartidos y ganancias. En la actualidad, las plataformas ponen en valor bienes y servicios infrautilizados, propiciando transacciones en comunidades de consumidores, sin importar su posición espacial y en una escala comercial inédita.

Frente a la indefinición de la *share economy*, un grupo de investigadores explicó que esta es un sistema sustentable de creación de valor en forma de negocio, producción o consumo (Sánchez-Pérez *et al.*, 2021). La definición integra intercambios pecuniarios o no. Así, el acceso masivo a las plataformas permite la coincidencia de perfiles diversos en la interacción.

Por otro lado, las investigaciones críticas evidencian la distancia entre la teoría y la práctica de las empresas partícipes en las economías *gig* y *share*. En este sentido, pese a que el objetivo de la primera es conectar fuerza de trabajo, la evidencia muestra que, dependiendo del contexto, los beneficios laborales son reducidos (Graham, Hjorth, & Lehdonvirta, 2017; Peticca-Harris, deGama, & Ravishankar, 2020). El alcance mundial de este mercado laboral socava el poder de negociación de los trabajadores, impulsándolos a cobrar salarios bajos en condiciones precarias y, en ocasiones, sin seguridad laboral (Roy-Mukherjee & Harrison, 2020). Algunos trabajadores sugieren que estas condiciones los benefician, porque devienen sus propios jefes, equilibrando la vida personal y laboral, aunque pocos alcanzan este ideal (Bulian, 2021).

#### **4. Consecuencias de la digitalización del trabajo en las mujeres**

Para entender estas consecuencias, Vallas y Schor (2020) concibieron las plataformas de cuatro maneras: «incubadoras de emprendimientos», que reducen los costos de transacción y las barreras de ingreso para que todos potencialmente sean microempresarios; «jaulas digitales», basándose en la «jaula de hierro» weberiana, donde la jefatura del trabajo es ejercida por un algoritmo; «aceleradores de precariedad», que favorecen la tendencia estructural de empobrecimiento de los subalternos; y «camaleones institucionales», que reflejan y modifican la institucionalidad del país donde funcionan.

De esta caracterización se desprende el poder de las plataformas para transformar los mercados reduciéndolos, intensificándolos o produciendo nuevas desigualdades (Bulian, 2021). En el primer caso, las plataformas ayudan a repensar la organización laboral y propiciar la inserción femenina (Rubery, 2018). La flexibilidad del horario laboral serviría para combinar el trabajo remunerado con las responsabilidades del cuidado (Adkins & Dever, 2016). Además, las mujeres, mediante las plataformas, accederían a campos laborales «masculinos» (Suhaeli & Bachtiar, 2019). En las ventas,

las plataformas de las redes sociales les permitirían consolidar y formalizar sus negocios, como consecuencia de la experiencia del empoderamiento (Brahem & Boussema, 2022).

En el segundo caso, las plataformas intensifican las desigualdades de las mujeres dentro del mercado laboral y profundizan su segregación (Hunt & Samman, 2019). Esto sucede porque la brecha de género padecida en las habilidades digitales favorece su exclusión, sumándose la subutilización de los dispositivos mediante la preferencia de interacciones y ocio *online* que reducen los beneficios económicos ofrecidos por las plataformas (Komarraju, Arora, & Raman, 2021). Para Graham y Anwar (2019), todas las mujeres no tienen los rasgos del empresario neoliberal ilustrado, careciendo algunas de conocimientos, trayectorias y valores occidentales. Aunque la relación mujer-tecnología afianza la economía digital (Steel, 2021), su rol todavía es periférico (Giones & Brem, 2017). Tal constatación se fundamenta en evidencias que muestran la inserción mayor de mujeres en servicios precarios. Esta situación incidiría en las dificultades experimentadas para una digitalización financiera exitosa, perjudicando la venta digital (Grau-Sarabia & Fuster-Morell, 2021).

En el tercer caso, se afirma que las plataformas afectan a las mujeres desigualmente, en función de la interseccionalidad del género con las categorías de raza, clase y nación que configuran diferentes perfiles de trabajadoras digitales. Las que tienen conocimientos tecnológicos se ven limitadas por las jerarquías culturales de poder que truncan sus emprendimientos (Martinez, Martin, & Marlow, 2018; Martinez, 2020). Esto implica que la calidad de vida podría disminuir en términos de ingresos y vínculos sociales, principalmente entre las migrantes (Holtum *et al.*, 2022; Jones, Ram, & Villares-Varela, 2019).

Por otro lado, las plataformas pueden servir para canalizar la reproducción de ideologías racistas y clasistas (Bonhomme & Alfaro, 2022; Matamoros-Fernández, Rodríguez, & Wikström, 2022). Así, las migrantes quedan expuestas en las plataformas frente a clientes que valoran sus trabajos y podrían ser agredidas con discursos de odio que perjudiquen su prestigio virtual (Cansoy, 2018).

Las plataformas pueden obstaculizar o incentivar la inserción laboral de las migrantes. En el primer escenario, la desregulación del trabajo digital favorece una informalidad que afecta a migrantes con dificultades para legalizar sus empleos ante el Estado (Peticca-Harris *et al.*, 2020). Además, las plataformas limitarían la integración del migrante con los nativos (Komito, 2011). En el segundo escenario, las plataformas aumentarían la información y la creación de redes estratégicas para resolver preguntas, acceder a bienes y

conectar con migrantes (Ellison *et al.*, 2014), haciendo posible el desarrollo de estrategias de emprendimiento.

Los estudios de emprendimientos digitales en el norte global destacan que la familia, el capital social, la cultura y el género permiten y dificultan, a la vez, la consolidación de los negocios (Mouraviev & Kakabadse, 2019; Ozasir & Essers, 2019). Sin embargo, en el sur global es apresurado ofrecer una respuesta concreta sobre la relación migrantes-plataformas (González, 2022). En suma, la perspectiva de género en los estudios de las plataformas debe profundizarse (Grau-Sarabia & Fuster-Morell, 2021), porque la literatura distingue *grosso modo* entre hombres y mujeres. Por lo tanto, la experiencia de las migrantes del proyecto MWECGC en las economías de plataforma es un fenómeno social que necesita evidencia empírica y discusión teórica situada.

## 5. COVID-19 y redes sociales

El impacto principal de la COVID-19 en las economías del sur global fue el cierre de calles y mercados donde los inmigrantes practicaron el comercio informal. La medida político-sanitaria interrumpió el trabajo con que generaban ingresos para cubrir las necesidades básicas. Los efectos fueron peores entre las migrantes, porque la intersección de categorías de exclusión las precarizó más. Además, los migrantes informales fueron marginados del sistema de protección social y del apoyo económico gubernamental (Hopp *et al.*, 2020), pues en ocasiones no se contó con los datos actualizados del colectivo (Organización Internacional del Trabajo, 2020).

El panorama pandémico fue un acicate para que los migrantes utilizaran plataformas, valorándolas como una oportunidad para «sobrevivir» a la crisis sanitario-económica (Liguori & Pittz, 2020). Por su parte, estas se masificaron, alcanzando a las empresas pequeñas y medianas, y a los emprendedores de todo el mundo (Ratten, 2020).

Las redes sociales digitales están basadas en la tecnología de la web 2.0 y su objetivo es propiciar el intercambio de datos entre usuarios (Kaplan & Haenlein, 2010). En el sur global se popularizaron porque fueron fáciles de utilizar y, mayoritariamente, «gratuitas» para efectuar ventas; consumen pocos datos de internet en los teléfonos móviles; y mantienen el contacto con los clientes. Por último, las redes permiten a los comerciantes monitorear la satisfacción de la clientela. Debido a estas características, son fundamentales para el *marketing* de pequeña escala y para competir en mercados cambiantes (Susanto *et al.*, 2021).

Al igual que en otros lugares del mundo, en nuestra investigación, la utilización que hicieron las mujeres de WhatsApp fue capital. Durante la

pandemia en la India, por ejemplo, los vendedores callejeros de ganado dejaron de trabajar del modo tradicional y vendieron por WhatsApp. Dev y Harikumar (2020) previeron que la comercialización del ganado continuaría por medios digitales después de la pandemia. En Arabia Saudita, un estudio sobre el comportamiento de emprendedores jóvenes reveló la importancia de WhatsApp para mantener contactos directos y personalizados con los clientes (Bellaaj, 2021). Este grupo apoyó su *marketing* digital en Instagram, Snapchat y YouTube. Por último, en Senegal, un estudio constató la integración de WhatsApp en el comercio informal entre analfabetos mediante audios (Diallo *et al.*, 2020).

Los usos que los migrantes practicantes del comercio informal hacen de WhatsApp cuestionan las teorías hegemónicas de la digitalización (Gómez, 2022). La segregación que este grupo padece en el espacio digital es reproducida en la práctica (Ratten, 2020), mostrando que la integración tecnológica por sí sola no reduce las desigualdades previas a la pandemia (Barratt, Goods, & Veen, 2020).

## 6. Metodología

La metodología de la investigación fue cualitativa porque, de acuerdo con nuestro objetivo e hipótesis, los relatos de las 49 emprendedoras fueron fundamentales para conocer sus trayectorias vitales y cómo ingresaron en la economía digital chilena. La información que proporcionaron sobre ambos aspectos es inédita: ninguna institución pública o privada ha sistematizado las voces de las emprendedoras para que, posteriormente, sean explicadas desde las ciencias sociales.

Los datos comunicados fueron abordados cualitativamente siguiendo los planteamientos de Gürtler y Huber (2007). Para ambos, la utilización del paradigma cualitativo es valioso cuando queremos comprender un campo germinal de investigación y «complementar enfoques tradicionales por perspectivas nuevas, por ejemplo, perspectivas implícitas subjetivas de los sujetos» (Gürtler & Huber, 2007, p. 39). Con esta meta, elaboramos entrevistas biográficas *online* a las participantes del proyecto (tabla 1) y una *netnography* de sus emprendimientos (Kozinets, Dolbec, & Earley, 2014). Los datos recopilados fueron trabajados mediante un análisis de contenido cualitativo (ACC) centrado en seis categorías: nacionalidad y edad; estudios; trayectoria laboral y primeros emprendimientos en el país de origen; llegada a Chile; regularización de la situación migratoria y empleabilidad en Chile; e integración de la tecnología en la cotidianidad. La utilización del ACC guarda relación con la necesidad de conocer la complejidad de las trayectorias y emprendimientos de las mujeres. Esta dimensión incluyó

significados explícitos y latentes que, en el caso de los últimos, se pueden «communicate intersubjectively» (Kuckartz, 2014, p. 31).

Tabla 1  
Pauta de las entrevistas

Categorías		Preguntas
1. Perfil individual-familiar	1.1.	¿Qué edad tienes?
	1.2.	¿En qué ciudad naciste?
	1.3.	¿Cómo se compone tu familia en tu país de origen?
	1.4.	¿Estado civil?
	1.5.	¿Tienes hijos? ¿Qué edad tienen?
2. Educación	2.1.	¿En qué lugar cursaste tus estudios primarios?
	2.2.	¿Qué tipo de escuela era?
	2.3.	¿Desarrollaste estudios posteriores a los primarios? ¿Cuáles? ¿Dónde?
3. Trabajos	3.1.	¿Qué ocupación tuviste luego de terminar tus estudios primarios o secundarios?
	3.2.	¿Podrías describir cuántos trabajos o emprendimientos has tenido (cronológicamente) y tu labor o función desempeñada?
	3.3.	En caso de ser emprendimientos: ¿qué te motivó a emprender?
	3.4.	¿Cómo este emprendimiento se relaciona con el emprendimiento digital actual?
	3.5.	¿En tu trabajo o emprendimiento empleaste plataformas digitales?
	3.6.	¿Cuáles fueron los mayores desafíos que tuviste para manejarlas?
	3.7.	¿Cómo eran las condiciones materiales para conectarte a las plataformas?
	3.8.	¿Tuviste otra actividad económica mientras desarrollabas este empleo?
	3.9.	¿Cuál?
	3.10.	¿Cómo se relacionaba con tu empleo principal?
	3.11.	En caso de contar con un emprendimiento paralelo a un trabajo remunerado, ¿qué tipos de apoyo recibiste?
	3.12.	¿Cuáles fueron los mayores obstáculos enfrentados?
	3.13.	¿Cómo los abordaste?
	3.14.	¿Cómo se relacionan estas experiencias con tu emprendimiento digital actual?

---

4. Experiencia migratoria	4.1. ¿Cuándo fue la primera vez que migraste de tu país de origen? 4.2. ¿Cuál fue el motivo? 4.3. ¿Cómo era tu situación familiar en este momento? 4.4. ¿Cómo se relaciona con tu decisión de migrar? 4.5. ¿Por qué escogiste este país? 4.6. ¿Cómo conociste el país de llegada? 4.7. ¿Tenías redes en el país de llegada? 4.8. ¿A qué te dedicaste en este país? 4.9. ¿Cómo eran los ingresos que recibiste por ese empleo? 4.10. ¿Qué te llevó a escoger a Chile como destino? 4.11. ¿Cómo fue el proceso de regularización en Chile? 4.12. ¿Cómo se ha relacionado con el emprendimiento que desarrollas actualmente? 4.13. ¿Cómo ha sido para ti el proceso de regularización de tus estudios previos en Chile? 4.14. ¿Cuál es tu situación económica actual? 4.15. ¿Qué rol tiene el emprendimiento o plataforma que desarrollas en el envío de remesas? 4.16. ¿Cómo surge la idea del emprendimiento que estás desarrollando actualmente? 4.17. ¿Cuáles han sido tus principales motivaciones para desarrollar tu emprendimiento actual? 3.18. ¿Qué rol tiene el emprendimiento en tu vida en Chile?
5. Digitalización	5.1. ¿Cuándo tuviste la primera plataforma de emprendimiento? 5.2. ¿Cuándo tuviste tu primer teléfono celular y redes sociales? 5.3. ¿Cómo se relaciona tu emprendimiento con tu vida personal a partir de la pandemia?

---

Elaboración de los autores.

## 7. Caracterización de las emprendedoras

Con relación a la nacionalidad y la edad, las mujeres fueron mayormente venezolanas (75%) y colombianas (6%). El resto fueron brasileñas, ecuatorianas, peruanas, bolivianas, sudafricanas, argentinas, uruguayas, haitianas y cubanas (18%). Los porcentajes reflejaron la tendencia de la movilidad humana intrarregional sur-sur, en la que destacó la salida de venezolanas desde su país causada por la crisis político-económica durante el gobierno de Nicolás Maduro (2013-2025). La edad promedio de las participantes fue 39 años, concentrándose en el intervalo de los 30-40 años.

Acerca de los estudios, el nivel educacional fue alto comparado con la media de estudios en Chile, de 11 años. Un 22% estudió posgrados, el 66% estudió en la universidad, principalmente comunicación social, administración de empresas y economía, e ingeniería, y el 11% tuvo estudios y/o especializaciones asociados a la estética. Alrededor de la mitad de las mujeres cursaron especializaciones *online* y presenciales en su país y/o Chile. Allí, los cursos fueron impartidos por municipalidades, organizaciones no

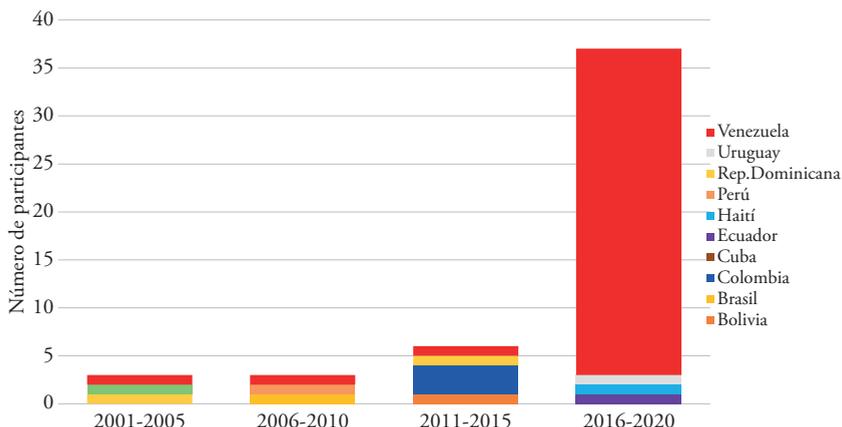
gubernamentales y organismos estatales, y trataron de temas relacionados con sus formaciones universitarias o técnicas. Los cursos también estuvieron relacionados con sus emprendimientos (estética, nutrición, *reiki*, pastelería, informática) y con la digitalización de negocios (manejo de redes sociales, sistema tributario chileno, *marketing* digital). A pesar de que las mujeres profesionales viajaron a Chile con sus certificados de estudio apostillados, no los homologaron ahí por considerarlo «innecesario», pues en rubros como la informática y la gastronomía no requirieron de tal diligencia, al tiempo que la dinámica del emprendimiento le restó urgencia. Algunas mujeres no homologaron por carecer de la documentación y de dinero.

En cuanto a la trayectoria laboral y primeros emprendimientos en el país de origen, 40 de las mujeres que fueron universitarias trabajaron en sus áreas. Entre las formadas en un nivel técnico, cinco ejercieron en la misma área y dos no. El 38% emprendió antes de emigrar para producir ingresos durante las crisis económicas (principalmente venezolanas); independizarse de empleadores abusivos; flexibilizar horarios para cuidar a los hijos; reconvertir la profesión en áreas de interés desvinculadas de la carrera profesional; y realizarse personalmente. Las emprendedoras experimentadas subrayaron la relación entre el negocio precedente y la actividad económica ejercida en el momento de la entrevista. En ellas identificamos la conexión con experiencias previas, como emprendimientos familiares liderados por sus padres. Al respecto, una entrevistada explicó que el espíritu emprendedor, al parecer, se llevaba en la «sangre» (E16).

Sobre la llegada a Chile, las mujeres ingresaron al país entre los años 2001 y 2020 (figura 2), concentrándose entre 2016-2020 debido a la inmigración venezolana. El grupo experimentó el «estallido social chileno» de 2019, y el estado de emergencia y cierre de fronteras debido a la COVID-19 de 2020. En su mayoría, las mujeres se establecieron en las regiones Metropolitana (64%), de Los Lagos (27%), y las de Coquimbo, Valparaíso y Arica-Parinacota (9%). Las principales ciudades donde emprendieron fueron Santiago y Puerto Montt, escogiéndolas por referencias de otros migrantes y preconcepciones sobre la importancia del lugar. Las familias de las mujeres estudiadas tuvieron una composición heterogénea. Un grupo estuvo formado por mujeres sin hijos que migraron solas y contaron con familia y amigos que las apoyaron (28%). Un segundo grupo, por mujeres que migraron con parejas e hijos (26%), mientras que las representantes del tercer grupo migraron con hijos, pero sin pareja, porque esta no quiso viajar (20%). Las mujeres del cuarto grupo migraron acompañando a la pareja, quien recibió una oferta laboral en Chile (12%); las del quinto grupo, migraron para reunirse con su pareja (6%); las del sexto grupo,

migraron con sus hijos para reunirse con su pareja (4%). Por último, hubo mujeres que migraron solas, dejando a sus hijos en el país de origen (4%). La variación de la composición familiar está relacionada con la rémora que representa el rol de cuidadora y con las opciones de regularización de la situación migratoria en Chile.

Figura 2  
Períodos de ingreso a Chile entre 2001 y 2020



Elaboración de los autores.

Con relación a la regularización de la situación migratoria y empleabilidad en Chile, cabe mencionar que el Estado chileno concede tres tipos de permiso de residencia: permanencia transitoria, residencia temporal y residencia definitiva. Todas las mujeres tuvieron una de las dos últimas. La residencia temporal es un permiso de permanencia por dos años que habilita para realizar actividades dependientes del visado (tabla 2). La residencia definitiva es otorgada a los extranjeros con residencia temporal vigente, la que les permite residir indefinidamente y desarrollar actividades lícitas en el país. Específicamente, la empleabilidad de las mujeres antes de emprender en Chile fue un aspecto relevante. Un 90% tuvo entre uno y cuatro trabajos. La muestra corroboró la tendencia de que el primer trabajo se vinculó al cuidado o comercio, y evidenció que las posgraduadas en este país trabajaron en sus áreas de conocimiento. Para un 6%, el emprendimiento fue la primera experiencia laboral, porque previamente recibieron apoyo económico de sus cónyuges. En su mayoría fueron madres con hijos que migraron sin parejas a Chile, accediendo a empleos precarios para mejorar la economía hogareña.

Tabla 2  
Participantes por tipo de residencia temporal

Tipo de residencia temporal	Participantes
1. Permiso de trabajo: extranjeros que desarrollan actividades lícitas remuneradas	
1.1. Mujeres que llegan con permiso de trabajo	22
1.2. Mujeres en proceso de solicitud de permiso	1
2. Dependiente del cónyuge de extranjero que desarrolla actividades lícitas remuneradas, sin permiso de trabajo propio	2
3. Permiso de estudio: extranjeros que buscan establecerse en el país con el objetivo de estudiar	5
4. Reunificación familiar	9
5. Principio de reciprocidad internacional en el marco del Mercosur, que beneficia a ciudadanos argentinos, brasileños, paraguayos y uruguayos	1
6. Visa de responsabilidad democrática que permitió a los venezolanos solicitar un permiso de un año en el consulado chileno en Venezuela desde el año 2018	
6.1. Titular de visa de responsabilidad democrática	4
6.2. Cónyuge del titular de visa de responsabilidad democrática	1
7. Refugio	2
Total	47

Fuente: elaboración propia con información del Instituto Nacional de Estadística – Departamento de Extranjería y Migración de Chile (2021).

Sobre la integración de la tecnología en la cotidianidad, las mujeres tuvieron experiencias disímiles en el acceso a las tecnologías de la información y comunicación (TIC). La mayoría las integró después de los 18 años (54%), seguidas por quienes lo hicieron antes de los 11 años (26%) y entre los 12 y 18 años (18%). Las mujeres que accedieron a ordenadores y/o teléfonos inteligentes en la infancia señalaron que sus padres les facilitaron el acceso. Quienes accedieron en la adolescencia lo hicieron mediante programas escolares, mientras que las adultas, durante la universidad. En un sentido similar, la muestra reveló niveles de digitalización desiguales de los emprendimientos debido a la utilización de herramientas digitales variadas. El nivel de utilización fue básico (las redes sociales permitieron difundir emprendimientos sin contactar con clientes), medio (mediante las plataformas aumentaron las posibilidades de contactar a clientes y pudieron comunicarse y generar transacciones de venta) y avanzado (gracias a la automatización de las ventas, junto con una combinación de plataformas que difundieron el emprendimiento). La configuración de la fuerza laboral se desarrolló dentro de plataformas como *crowdwork*.

## 8. Los emprendimientos

Los emprendimientos fueron categorizados a partir de la información suministrada por las entrevistadas, el análisis de sus perfiles en redes sociales y las plataformas de venta utilizadas. La mayoría de los negocios estuvieron orientados a la oferta de productos (47%) y servicios (52%). Asimismo, era común que las emprendedoras emplearan simultáneamente múltiples canales digitales, combinando redes sociales con plataformas de comercio electrónico, en línea con lo señalado en los estudios sobre la *gig economy* (Barratt, Goods, & Veen, 2020; Peticca-Harris *et al.*, 2020).

La comercialización de productos por parte de las emprendedoras se estructuró en dos modalidades: reventa y manufactura. En el primer caso, los productos revendidos –principalmente ropa, accesorios, cosméticos, insumos para el hogar y artefactos electrónicos– fueron adquiridos de proveedores nacionales e internacionales y comercializados a través de WhatsApp Business, Marketplace de Facebook, Instagram, Yapo y Mercado Libre. En el segundo caso, la manufactura comprendió la producción de artículos de orfebrería, gastronomía, indumentaria y cosmética natural, elaborados por las propias emprendedoras y vendidos mediante las mismas plataformas. Para ello, crearon un usuario y/o una marca propia en estas plataformas, que utilizaron para gestionar la relación con los proveedores, difundir sus productos y concretar las ventas con sus clientes.

La modalidad de estos emprendimientos permite reflexionar sobre tres aspectos clave. Primero, al desarrollarse principalmente en rubros feminizados, las emprendedoras desafían la tendencia predominante en la *gig economy*, que suele destacarse como una vía de acceso a sectores tradicionalmente masculinizados (Suhaeli & Bachtiar, 2019). Segundo, el tipo de plataformas utilizadas en estos negocios evidencia un acceso limitado a la digitalización, alineándose con lo planteado por los investigadores que sostienen que en la digitalización existen distintos niveles de acceso y alcance según las plataformas utilizadas (Martinez *et al.*, 2018; Gómez, 2022). Asimismo, se reafirma la idea de que las redes sociales facilitan la inclusión de las mujeres en el ámbito digital debido a sus características «flexibles» y tendientes al emprendimiento (Brahem & Boussema, 2022). Los hallazgos anteriores se vinculan con investigaciones realizadas durante la pandemia en otros países del sur global con contextos similares de crisis y transformación digital (Dev & Harikumar, 2020; Bellaaj, 2021; Diallo *et al.*, 2020).

Tercero, en el caso de las manufacturas, las emprendedoras gestionaron de manera autónoma la adquisición de insumos, la producción de los bienes y su comercialización a través de WhatsApp e Instagram. En este proceso, la vivienda se transformó en un espacio productivo, funcionando como

una pequeña industria, una adaptación recurrente en hogares de migrantes microemprendedores dedicados a la manufactura de bienes, como lo demuestran Ramírez *et al.* (2022). Al respecto, una de las entrevistadas relató que, al vivir en el departamento de su hermana, almacenó allí sus máquinas pasteleras y ocupó toda la cocina, impidiendo temporalmente su uso por el resto de los habitantes del hogar (E3). Solo una emprendedora contó con un espacio productivo externo: un *food truck*. Este fenómeno, emergente en la investigación, aporta al debate planteado por Young y Crush (2019) en el ámbito de la producción de alimentos, y más ampliamente, cuestiona la relación entre la ciudad y el espacio digital (Di Próspero, 2017; Alarcón, 2018; Xiang *et al.*, 2021).

Las emprendedoras dedicadas a servicios como estética, masajes y terapias utilizaron la comunicación digital para contactar con sus clientes y concretar la prestación de los servicios en puntos de encuentro o a domicilio. La utilización de plataformas como Facebook y WhatsApp les permitió acceder a una clientela que antes alcanzaban mediante estrategias de *marketing* tradicional. Durante la pandemia, las pocas emprendedoras que habían alquilado locales para ofrecer sus servicios se vieron obligadas a cerrarlos y digitalizar su trabajo, haciendo evidente la interconexión entre lo analógico y lo digital en el desarrollo de las economías de plataforma. Este fenómeno es particularmente relevante en economías con altos niveles de desigualdad estructural e informalidad, como la chilena o la brasileña, esta última estudiada por Alarcón (2018), quien introdujo el sugerente concepto de «*cybertariat*» para referirse a los sujetos emprendedores subalternos.

También se identificaron servicios exclusivamente digitales, como asesorías, clases y terapias en línea. Dos excepciones, que podrían considerarse casos exitosos desde una perspectiva de género como la sugerida por Grau-Sarabia y Fuster-Morell (2021), evidencian el emprendimiento digital como una oportunidad para la conciliación laboral y familiar. Se trata de aplicaciones móviles desarrolladas por las propias emprendedoras junto a sus equipos de programación. Una de ellas estaba orientada a la gestión de menús saludables y la compra de alimentos en línea, mientras que la otra digitalizaba el control y la gestión de ventas para pequeñas y medianas empresas. En ambos casos, las emprendedoras compartían trayectorias tecnológicas iniciadas a temprana edad y continuadas a lo largo de sus vidas, destacándose por su vinculación sostenida con el ámbito digital y tecnológico.

En suma, en el caso de las mujeres migrantes en Chile, el uso de plataformas digitales no siempre se traduce en autonomía económica plena, ya que esta sigue condicionada por la segregación laboral y las dificultades de formalización (Ramírez *et al.*, 2022). A su vez, las dinámicas de digitalización

en el emprendimiento femenino deben ser comprendidas en el marco de un «contrato sexual postfordista» que precariza el acceso de las mujeres a las oportunidades laborales y refuerza la feminización de ciertas actividades económicas (Adkins & Dever, 2016). No obstante, las emprendedoras han logrado adaptar sus modelos de negocio mediante una combinación de estrategias digitales y analógicas, lo que resalta la importancia de considerar el emprendimiento digital como un proceso híbrido más que como una transición lineal hacia la digitalización plena. De acuerdo con lo demostrado, la digitalización del emprendimiento no siempre actúa como un elemento técnico que democratiza las plataformas.

### 9. Las motivaciones de las emprendedoras

Los sujetos perciben como «buenas razones» para actuar sus experiencias previas o «sombras del pasado», las que se vinculan con las expectativas del porvenir o «sombras del futuro» (Bernardi, Huinink, & Settersten Jr., 2019, p. 2). En esta dirección, el emprendimiento conecta un pasado definido por la historia del migrante, un presente estructurado por la condición socioeconómica y un futuro semiestructurado influido por la agencia del actor.

Estas «sombras» potenciaron o frustraron el emprendimiento, pues la motivación emprendedora surgió de la interrelación entre las experiencias biográficas internas y la atmósfera externa. Mientras que las primeras estuvieron ligadas a la familia, la educación y el trabajo, las segundas lo estuvieron al género, la migración, la digitalización del mercado laboral y la pandemia que conformaron el macrocontexto chileno. Específicamente, la pandemia creó nuevos procesos socioeconómicos que influyeron sobre las emprendedoras en medio del auge de una *gig economy* que resituó oportunidades y desigualdades previas, como lo han señalado las últimas investigaciones al respecto (Ratten, 2020; Xiang *et al.*, 2021; Susanto *et al.*, 2021).

Pese a que las políticas proemprendimiento del Estado fueron destacadas por las entrevistadas, pocas problematizaron sus obstáculos para acceder al mercado laboral formal. El Estado pareció ser irrelevante cuando la práctica del emprendimiento se asoció a las ideas de autonomía y flexibilidad, que fueron bosquejadas por una entrevistada así: «yo soy la primera de mi familia que emprende, a pesar de que soy una de las pocas que tiene título o titulación, siempre había esa mentalidad de trabajar dependiente [...] y esa nunca ha sido mi mentalidad» (E37). En los grupos migrantes que desarrollan emprendimientos, este cambio en la forma de representar al Estado y su papel en la regulación del trabajo es una tendencia que reafirma lo estudiado por Aman *et al.* (2024) respecto al rol de ecosistema emprendedor.

Las motivaciones que tuvieron las mujeres para emprender fueron subsistir, continuar la trayectoria laboral, superar el trabajo asalariado y profundizar una vocación. La primera se explica por el aumento del desempleo debido a la pandemia. Las emprendedoras ofertaron productos y servicios aprovechando sus conocimientos previos, pero tuvieron un alcance comercial bajo. Las plataformas utilizadas fueron las redes sociales personales. En un inicio no crearon marcas o nombres específicos del emprendimiento, integrándolos, en ocasiones con posterioridad, prácticas que refuerzan la idea de la importancia de la presencia digital en las redes sociales para las empresas (Kaplan & Haenlein, 2010).

La segunda motivación de las mujeres para emprender fue la imposibilidad de ejercer sus profesiones debido al alto costo del trámite de homologación de títulos, agravado por la falta de redes de contacto. Ante estos obstáculos, las emprendedoras optaron por desarrollar una marca personal como estrategia para visibilizar sus conocimientos y ejercer su profesión al margen de la legalización de credenciales académicas. Esto guarda similitudes con las experiencias analizadas por Komarraju, Arora y Ramón (2021) en la economía de plataformas en la India, donde las trabajadoras utilizaron herramientas digitales para acceder a nuevas oportunidades, aunque operasen en condiciones de precarización estructural. El concepto de «culturas mezcladas» propuesto por estas autoras es útil para comprender cómo las plataformas pueden redefinir las nociones de profesionalización y legitimidad del trabajo. Por ejemplo, en la compañía india Urban Company (UC), las trabajadoras de belleza buscan obtener «respetabilidad» a través de su asociación con la plataforma, mientras que, en el caso de las migrantes en Chile, la construcción de una identidad profesional digitalizada les permite sortear barreras del mercado laboral. Sin embargo, en ambos casos, la agencia de las trabajadoras está condicionada por mecanismos algorítmicos y normativas que refuerzan jerarquías preexistentes, evidenciando cómo la digitalización no siempre es sinónimo de autonomía plena, sino que puede replicar y sofisticar formas de control y desigualdad.

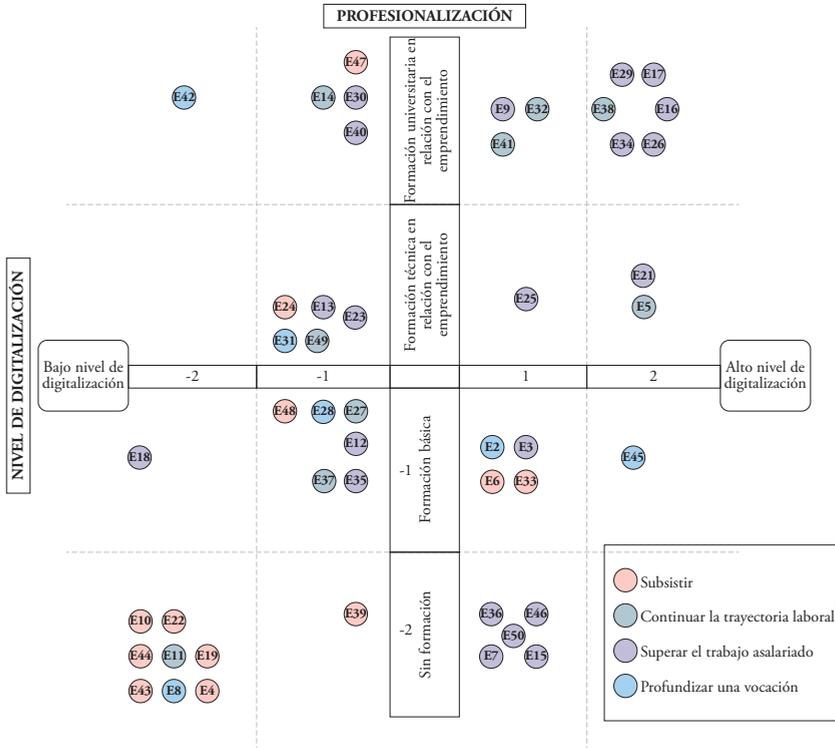
La tercera motivación de las mujeres estuvo relacionada con la superación del trabajo asalariado, la creencia de que el emprendimiento flexibilizaría los horarios laborales para cuidar a los hijos y la esperanza de lograr independencia económica. La pandemia permitió que las mujeres identificaran nichos de mercado donde competir, deviniendo «microemprendedoras» en proceso de digitalización y formalización de negocios. Sin embargo, esta flexibilidad estuvo marcada por tensiones vinculadas al cuidado, ya que, aunque el trabajo desde la casa la favoreció, también limitó el escalamiento de los negocios (Batthyány, 2021). La nueva situación produjo un estilo

de trabajo sacrificado, con mujeres emprendiendo en horarios nocturnos tras las tareas de cuidado. Además, las emprendedoras destacaron la difícil conciliación entre el cuidado y el uso de tecnología, reflejando las tensiones descritas por Wajcman (2006), para quien la tecnología puede reforzar desigualdades de género en lugar de superarlas. En este contexto, las plataformas, aunque útiles para iniciar microemprendimientos (Bellaaj, 2021), presentan desafíos para alcanzar mercados más amplios y sostenibilidad económica.

La cuarta motivación se desprendió de la necesidad de materializar una vocación. Las emprendedoras buscaron tener ingresos sin aspirar al lucro excesivo y aumentando el impacto y beneficio de los clientes. Estos emprendimientos estuvieron inspirados en las experiencias de las emprendedoras o de sus familias que las instaron a aportar en las áreas de la salud o de la maternidad. Entre estas destacó el caso de una fundación encargada de apoyar el preoperatorio de cirugías de riesgo y una asesoría a mujeres en fase de lactancia.

La figura 3 muestra la relación entre las motivaciones, el nivel de formación y la digitalización del emprendimiento estableciendo los ejes nivel de digitalización del emprendimiento (en una escala de -2 a +2) y nivel de formación de la emprendedora (en una escala de -2 a +2). Los emprendimientos se caracterizaron en los cuadrantes A, B, C y D. El A corresponde a emprendimientos con bajos niveles de digitalización y emprendedoras con formación universitaria o técnica en el rubro. El B, a emprendimientos con altos niveles de digitalización y emprendedoras con formación técnica o universitaria en el rubro. El C se refiere a emprendimientos con bajos niveles de digitalización y emprendedoras con formación básica o nula en el área. El D corresponde a emprendimientos con altos niveles de digitalización y emprendedoras con conocimientos básicos o nulos en el rubro del emprendimiento.

Figura 3  
Motivaciones del emprendimiento relacionadas con la formación y la digitalización



Elaboración propia.

El análisis del esquema sugiere que hay un grupo de emprendedoras que, pese a contar con altos niveles de formación en el área en la que desarrollan su emprendimiento, no posicionan sus productos o servicios en las plataformas por desconocimiento, perjudicando el alcance de sus negocios. En contraposición, hay otro grupo de emprendedoras que potenciaron sus emprendimientos con las plataformas, aun teniendo un nivel básico de formación en emprendimientos. En tercer lugar, están los emprendimientos de mujeres que tuvieron alta formación y digitalización, destacándose la motivación en torno al emprendimiento relativa a la superación del trabajo asalariado o la continuidad de la trayectoria laboral. Por último, se encuentra un grupo de emprendedoras que no cuentan con formación específica para los emprendimientos que desarrollan y tienen un bajo nivel de digitalización, limitándose a utilizar las redes como canales de comunicación con los clientes sin integrarlas en la venta. En este grupo están sobrerrepresentados los emprendimientos de subsistencia.

## 10. Conclusiones

El presente estudio analizó las motivaciones de las emprendedoras migrantes en Chile y cómo ellas fueron influenciadas por factores biográficos y contextuales (principalmente la pandemia y la digitalización del mercado laboral). La relación entre ambas dimensiones nos permitió identificar cuatro motivaciones para emprender: subsistir, continuar la trayectoria laboral, superar el trabajo asalariado y profundizar una vocación.

El análisis de las motivaciones, considerando la dialéctica biográfica-contextual, reveló que las trayectorias educativas y las habilidades digitales impactan significativamente en el alcance y potencial de crecimiento de los negocios. En razón de esto, la formación que más incidió en el éxito del emprendimiento fue la habilidad digital, la que traslució cómo fue la incorporación de las tecnologías en sus trayectorias. Por lo tanto, el «entorno digital» no garantiza automáticamente una mayor visibilidad y alcance de los servicios y/o productos ofertados. Este desajuste cuestiona el supuesto potencial democratizador de la integración de plataformas en el emprendimiento.

Además, nuestro estudio identificó importantes brechas tecnológicas, económicas y sociales que limitan la capacidad económica de las mujeres inmigrantes para ampliar sus negocios y mejorar su desarrollo económico. En el ámbito tecnológico, la falta de acceso a herramientas avanzadas, capacitación digital y redes de apoyo para la digitalización representó un obstáculo significativo, particularmente entre quienes buscaron aprovechar las plataformas con la meta de hacer escalar sus negocios. En el plano económico, las barreras para acceder al financiamiento, debido a restricciones burocráticas o discriminación estructural, limitan el capital inicial necesario para invertir en tecnología o ampliar sus operaciones. En la dimensión social, las emprendedoras migrantes enfrentan prejuicios relacionados con género, etnicidad y estatus migratorio, que dificultan su inserción en mercados formales y su participación en redes empresariales locales. En conjunto, estas brechas evidencian la necesidad de políticas públicas inclusivas que no solo faciliten el acceso a recursos financieros y tecnológicos, sino que también promuevan espacios de formación y redes colaborativas, permitiendo a las mujeres migrantes superar los desafíos estructurales y avanzar hacia una mayor equidad económica y social.

En consecuencia, en el caso investigado, las plataformas reprodujeron e intensificaron las desigualdades de género preexistentes en el espacio analógico, y además generaron nuevas formas de desigualdad, expresadas en el nivel de conocimiento tecnológico de las emprendedoras. En tal sentido, es crucial considerar ambos aspectos al investigar y comprender el impacto de las *gig economy* en los emprendimientos de las mujeres migrantes en el sur global.

## Referencias

- Adkins, L., & Dever, M. (2016). *The post-Fordist sexual contract working and living in contingency*. Palgrave Macmillan.
- Alarcón, R. (2018). The making of a precarious Cybertariat: SIM card street vendors, informational labor, and subordinated digitization in Belo Horizonte, Brazil. *Information, Communication & Society*, 23(2), 187-193. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1543440>
- Aman, R., Elo, M., Ahokangas, P., & Zhang, X. (2024). Empowering migrant women's entrepreneurship: Stakeholder perspectives from the entrepreneurial ecosystem. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(7), 1698-1724. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2023-0425>
- Barratt, T., Goods, C., & Veen, A. (2020). «I'm my own boss...»: Active intermediation and «entrepreneurial» worker agency in the Australian gig-economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 52(8), 1643-1661. <https://doi.org/10.1177/0308518X20914346>
- Baththyány, K. (2021). *Políticas del cuidado*. Clacso – Casa Abierta al Tiempo.
- Bellaaj, M. (2021). Why and how do individual entrepreneurs use digital channels in an emerging market? Determinants of use and channel coordination. *International Journal of Emerging Markets*, 18(9), 2735-2764. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2020-0882>
- Bernardi, L., Huinink, J., & Settersten Jr., R. (2019). The Life Course Cube: A tool for studying lives. *Advances in Life Course Research*, 41, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.alcr.2018.11.004>
- Bonhomme, M., & Alfaro, A. (2022). «The filthy people»: Racism in digital spaces during COVID-19 in the context of south-south migration. *International Journal of Cultural Studies*, 25(3-4), 404-427. <https://doi.org/10.1177/13678779221092462>
- Braham, M., & Boussema, S. (2022). Social media entrepreneurship as an opportunity for women: The case of Facebook-commerce. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 24(3), 191-201. <https://doi.org/10.1177/14657503211066010>
- Bulian, L. (2021). The gig is up: ¿Who does gig economy actually benefit? *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 19(1), 106-119. <https://doi.org/10.7906/indcs.19.1.9>
- Cansoy, M. (2018). «Sharing» in unequal spaces: Short-term rentals and the reproduction of urban inequalities [doctoral dissertation]. Boston College. <https://dlib.bc.edu/islandora/object/bc-ir:108139>
- Cardoso, F., & Faletto, E. (1996). *Dependencia y desarrollo en América Latina: ensayo de interpretación sociológica*. Siglo XXI.
- Cepal (Comisión Económica para América Latina). (2022). *Los impactos sociodemográficos de la pandemia de COVID-19 en América Latina y el Caribe*. Cepal.
- Concha, P., De Simone, L., & Catalán, R. (2021). E-commerce más justo para la post-pandemia. Lineamientos de política pública para los microemprendedores frente al comercio electrónico. En I. Irarrázaval, E. Piña & I. Casielles (Eds.), *Propuestas para Chile 2021* (pp. 45-68). Centro de Políticas Públicas, Universidad Católica.
- Curtis, S., & Lehner, M. (2019). Defining the sharing economy for sustainability. *Sustainability*, 11(3), 1-25. <https://doi.org/10.3390/su11030567>

- De Groen, W., Kilhoffer, Z., Lenaerts, K., & Mandl, I. (2018). *Employment and working conditions of selected types of platform work*. Publications Office of the European Union. <https://hdl.handle.net/1813/87419>
- Denton-Calabrese, T., Mustain, P., Geniets, A., Hakimi, L., & Winters, N. (2021). Empowerment beyond skills: Computing and the enhancement of self-concept in the go\_girl code+create program. *Computers and Education, 175*. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104321>
- Dev, V., & Harikumar, S. (2020). Structural and functional profile of livestock markets in India. *Journal of Food and Animal Sciences, 1*(2), 87-92 <https://doi.org/10.51128/jfas.2020.A016>
- Di Próspero, C. (2017). Antropología de lo digital: construcción del campo etnográfico en co-presencia. *Virtualis, 8*(15), 44-60.
- Diallo, M., Sylla, I., Diouck, A., & Wadji, A. (2020). Commerce informel et réseaux sociaux à Dakar. Itinéraire d'une adaptation inattendue. *Bitácora Urbano Territorial, 30*(3), 89-94. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n3.80026>
- Ellison, N., Vitak, J., Gray, R., & Lampe, C. (2014). Cultivating social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital processes. *Journal of Computer-Mediated Communication, 19*(4), 855-870. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12078>
- Fajardo, D. (2021, 23 de octubre). Perfil de fundadores de startups chilenas: hablan inglés, han vivido en el extranjero y la mayoría son hombres e ingenieros. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/pulso/noticia/fundadores-de-startup-chilenas-hablan-ingles-han-vivido-en-el-extranjero-y-la-mayoria-son-ingenieros/WZSGBCTB-VZFEBBMAFAUXAX3ZGY/>
- Felson, M., & Spaeth, J. (1978). Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach. *American Behavioral Scientist, 21*(4), 614-624. <https://doi.org/10.1177/000276427802100411>
- Frey, C., & Osborne, M. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerization? *Technological Forecasting & Social Change, 114*, 254-280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.019>
- García, N. (1999). *La globalización imaginada*. Paidós.
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review, 7*(5), 44-51. <https://doi.org/10.22215/timreview1076>
- Gómez, E. (2022). *Tecnologías vitales: pensar las culturas digitales desde Latinoamérica*. Universidad Panamericana – Puertabierta Editores.
- González, G. (2022). Capitalismo tecnológico, trabajo y sur global. *Resistances. Journal of the Philosophy of History, 3*(5), 1-11. <https://doi.org/10.46652/resistances.v3i5.84>
- Graham, M., & Anwar, M. (2019). The global gig economy: Towards a planetary labour market? *First Monday, 24*(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v24i4.9913>
- Graham, M., Hjorth, I., & Lehdonvirta, V. (2017). Digital labour and development: Impact of global digital labour platforms and the gig economy on worker livelihoods. *Transfer (Bruss), 23*(2), 135-162. <https://doi.org/10.1177/1024258916687250>
- Grau-Sarabia, M., & Fuster-Morell, M. (2021). Gender approaches in the study of the digital economy: A systematic literature review. *Humanities and Social Sciences Communications, 8*(201), 1-10. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00875-x>

- Gürtler, L., & Huber, G. (2007). Modos de pensar y estrategias de la investigación cualitativa. *Liberabit*, 13(13), 37-52.
- Holtum, P., Irannezhad, E., Marston, G., & Mahadevan, R. (2022). Business or pleasure? A comparison of migrant and non-migrant Uber drivers in Australia. *Work, Employment and Society*, 36(2), 290-309. <https://doi.org/10.1177/09500170211034741>
- Hopp, M., Maldovan, J., Frega, M., & Trajtemberg, A. (2020). Trabajo, género y desigualdades en la economía popular: una mirada sobre la situación de los vendedores/as callejeros en tiempos de pandemia. *Trabajo y Sociedad*, 35, 7-25. <https://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/35%20D%20Hopp%20y%20otros%20SECCION%201.pdf>
- Howcroft, D., & Rubery, J. (2019). «Bias in, bias out»: Gender equality and the future of work debate. *Labour & Industry*, 29(2), 213-227. <https://doi.org/10.1080/10301763.2019.1619986>
- Hunt, A., & Samman, E. (2019). *Gender and the gig economy. Critical steps for evidence-based policy*. ODI. <https://cdn.odi.org/media/documents/12586.pdf>
- IDB (Inter-American Development Bank). (2021). *The big opportunity from crisis to the transformation of women's employment*. Inter-American Development Bank. <http://dx.doi.org/10.18235/0003222>
- Instituto Nacional de Estadísticas (INE) – Departamento de Extranjería y Migración. (2021). *Estimación de personas extranjeras residentes habituales en Chile al 31 de diciembre del 2020. Informe metodológico*. [https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/demografia-y-migracion/publicaciones-y-anuarios/migraci%C3%B3n-internacional/estimaci%C3%B3n-poblaci%C3%B3n-extranjera-en-chile-2018/estimaci%C3%B3n-poblaci%C3%B3n-extranjera-en-chile-2020-metodolog%C3%ADa.pdf?sfvrsn=48d432b1\\_4](https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/demografia-y-migracion/publicaciones-y-anuarios/migraci%C3%B3n-internacional/estimaci%C3%B3n-poblaci%C3%B3n-extranjera-en-chile-2018/estimaci%C3%B3n-poblaci%C3%B3n-extranjera-en-chile-2020-metodolog%C3%ADa.pdf?sfvrsn=48d432b1_4)
- Jones, T., Ram, M., & Villares-Varela, M. (2019). Diversity, economic development and new migrant entrepreneurs. *Urban Studies*, 56(5), 960-976. <https://doi.org/10.1177/0042098018765382>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Komaraju, S., Arora, P., & Raman, U. (2021). Agency and servitude in platform: A feminist analysis of blended cultures. *Media, Culture & Society*, 44(4), 1-18. <https://doi.org/10.1177/01634437211029890>
- Komito, L. (2011). Social media and migration: Virtual community 2.0. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(6), 1075-1086. <https://doi.org/10.1002/asi.21517>
- Kozinets, R., Dolbec, P.-Y., & Earley, A. (2014). Netnographic analysis: Understanding culture through social media data. En U. Flick (Ed.), *The Sage handbook of qualitative data analysis* (pp. 262-275). Sage Publications.
- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative text analysis: A guide to methods, practice & using software*. SAGE.
- Lechner, N. (1990). *¿Son compatibles modernidad y modernización? El desafío de la democracia latinoamericana* (Documento de trabajo número 440). Flacso-Chile. <https://flacso.cl/biblioteca/product/son-compatibles-modernidad-y-modernizacion-el-desafio-de-la-democracia-latinoamericana/>

- Liguori, E., & Pittz, T. (2020). Strategies for small business: Surviving and thriving in the era of COVID-19. *Journal of the International Council for Small Business*, 1(2), 106-110. <https://doi.org/10.1080/26437015.2020.1779538>
- Madgavkar, A., White, O., Krishnan, M., Mahajan, D., & Azcue, X. (2020). *COVID-19 and gender equality: Countering the regressive effects*. McKinsey Global Institute. <https://www.empowerwomen.org/en/resources/documents/2020/07/covid-19-and-gender-equality-countering-the-regressive-effects?lang=en>
- Marrone, M., & Peterlongo, G. (2020). Where platforms meet infrastructures: Digital platforms, urban resistance and the ambivalence of the city in the Italian case of Bologna. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 14(1), 119-135. <https://doi.org/10.13169/workorgalaboglob.14.1.0119>
- Martinez, A. (2020). Not all entrepreneurship is created equal: Theorizing entrepreneurial disadvantage through social positionality. *European Management Review*, 17(3), 687-699. <https://doi.org/10.1111/emre.12390>
- Martinez, A., Martin, L., & Marlow, S. (2018). Emancipation through digital entrepreneurship? A critical realist analysis. *Organization*, 25(5), 585-608. <https://doi.org/10.1177/1350508418777891>
- Matamoros-Fernández, A., Rodríguez, A., & Wikström, P. (2022). Humor that harms? Examining racist audio-visual memetic media on TikTok during COVID-19. *Media and Communication*, 10(2), 180-191. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.5154>
- Montgomery, T., & Baglioni, S. (2021). Defining the gig economy: Platform capitalism and the reinvention of precarious work. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 41(9/10), 1012-1025. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-08-2020-0400>
- Mouraviev, N., & Kakabadse, N. (2019). *Entrepreneurship and global cities: Diversity, opportunity and cosmopolitanism*. Routledge.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2020). *Observatorio de la OIT: El COVID-19 y el mundo del trabajo. Estimaciones actualizadas y análisis*. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms\\_743154.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_743154.pdf)
- Ortega, L. (2005). *Chile en ruta al capitalismo. Cambio, euforia y depresión*. LOM.
- Ozasir, S., & Essers, C. (2019). The interplay between identity construction and opportunity structures: Narratives of Turkish migrant women entrepreneurs in the Netherlands. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37(7), 713-731. <https://doi.org/10.1177/0266242619856809>
- Pachenkov, O., & Yashina, A. (2017). When sharing economy meets digital one. Toward understanding of new economic relations. *eGose'17*, 4-6, 91-98. <https://doi.org/10.1145/3129757.3129774>
- Peticca-Harris, A., deGama, N., & Ravishankar, M. (2020). Postcapitalist precarious work and those in the «drivers» seat: Exploring the motivations and lived experiences of Uber drivers in Canada. *Organization*, 27(1), 36-59. <https://doi.org/10.1177/1350508418757332>
- Petrini, M., Stedten de Freitas, C., & Mello da Silveira, L. (2017). A proposal for a typology of sharing economy. *Revista de Administração Mackenzie*, 18(5), 39-62. <https://doi.org/10.1590/1678-69712017/administracao.v18n5p39-62>

- Ramírez, C., Ojeda, L., Margarit, D., Jirón, P., & Imilan, W. (2022). Comercio electrónico mediante WhatsApp: análisis del «Mall Virtual a un Click» desarrollado por migrantes en Chile. *Bitácora Urbano Territorial*, 32(2), 101-113. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v32n2.99055>
- Ratten, V. (2020). Coronavirus (COVID-19) and entrepreneurship: Changing life and work landscape. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(5), 503-516. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1790167>
- Roy-Mukherjee, S., & Harrison, M. (2020). The shifting boundaries of capitalism and the conflict of surplus value appropriation within the gig economy. En E. Page-Tickell & E. Yerby (Eds.), *Conflict and shifting boundaries in the gig economy: An interdisciplinary analysis* (pp. 45-62). Emerald Publishing Limited.
- Rubery, J. (2018). A gender lens on the future of work. *Journal of International Affairs*, 72(1), 91-106. <https://digit-research.org/publication/a-gender-lens-on-the-future-of-work/>
- Sánchez-Pérez, M., Rueda-López, N., Marín-Carrillo, M., & Terán-Yépez, E. (2021). Theoretical dilemmas, conceptual review and perspectives disclosure of the sharing economy: A qualitative analysis. *Review of Managerial Science*, 15(7), 1849-1883. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00418-9>
- Schlagwein, D., Schoder, D., & Spindeldreher, K. (2020). Consolidated, systemic conceptualization, and definition of the «sharing economy». *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 71(7), 817-838. <https://doi.org/10.1002/asi.24300>
- Servicio Nacional de Migraciones. (2024). *Estadísticas generales – registro administrativo. Servicio Nacional de Migraciones: cifras de enero 2014 a diciembre 2024. (Informe n.º 3)*. <https://serviciomigraciones.cl/wp-content/uploads/2024/08/240806-Reporte-3-Estadisticas-Generales.pdf>
- Smith, P. (2009). *La democracia en América Latina*. Marcial Pons.
- Steel, G. (2021). Going global – going digital. Diaspora networks and female online entrepreneurship in Khartoum, Sudan. *Geoforum*, 120, 22-29. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.01.003>
- Striebing, C., Schmidt, E., & Palmén, R. (2019). Pragmatic ex-ante evaluation using an innovative conceptual framework: The case of a high-tech entrepreneurship program for women. *Evaluation and Program Planning*, 77, 2-11. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2019.101714>
- Suhaeli, D., & Bachtiar, N. (2019). Why do (not) woman entrepreneurs jump into technology-based business? *Bizinfo*, 10(2), 95-109. <https://doi.org/10.5937/bizinfo1902095s>
- Surie, A. (2020). On-demand platforms and pricing: How platforms can impact the informal urban economy. Evidence from Bengaluru, India. *Work Organisation, Labour and Globalisation*, 14(1), 83-100. <https://doi.org/10.13169/workorgalaboglob.14.1.0083>
- Susanto, H., Fang Yie, L., Mohiddin, F., Rahman, A., Haghi, P., & Setiana, D. (2021). Revealing social media phenomenon in time of COVID-19 pandemic for boosting start-up businesses through digital ecosystem. *Applied System Innovation*, 4(1), 2-21. <https://doi.org/10.3390/asi4010006>

- Svampa, M. (2019). *Las fronteras del neoextractivismo en América Latina: conflictos socioambientales, giro ecoterritorial y nuevas dependencias*. Bielefeld University Press.
- Tan, Z., Aggarwal, N., Cows, J., Morley, J., Taddeo, M., & Floridi, L. (2021). The ethical debate about the gig economy: A review and critical analysis. *Technology in Society*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101594>
- Täuscher, K., & Laudien, S. (2018). Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. *European Management Journal*, 36(3), 319-329. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2017.06.005>
- Trenz, M., Frey, A., & Veit, D. (2018). Disentangling the facets of sharing: A categorization of what we know and don't know about the sharing economy. *Internet Research*, 28(4), 888-925. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2017-0441>
- Tubaro, P., Le Ludec, C., & Casilli, A. (2020). Counting «micro-workers»: Societal and methodological challenges around new forms of labour. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 14(1), 67-82. <https://doi.org/10.13169/workorgalablob.14.1.0067>
- Vallas, S., & Schor, J. (2020). What do platforms do? Understanding the gig economy. *Annual Review of Sociology*, 46, 273-294. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-121919-054857>
- Wajcman, J. (2006). *El tecnofeminismo*. Cátedra.
- Weili, L., & Khan, H. (2020). A literature review on the definition of sharing economy. *Global Economy Journal*, 20(3). <https://doi.org/10.1142/S219456592030001X>
- Xiang, S., Rasool, S., Hang, Y., Javid, K., Javed, T., & Artene, A. (2021). The effect of COVID-19 pandemic on service sector sustainability and growth. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.633597>
- Young, G., & Crush, J. (2019). Governing the informal food sector in cities of the global south. *Discussion Papers*, 30, 1-23. <https://hungrycities.net/wp-content/uploads/2019/04/DP30.pdf>