UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS

ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN DE MUJERES EMPRENDEDORAS DE LOS FACTORES INCIDENTES EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO Y EL APOYO DE ENTIDADES EXTERNAS EN CHILE

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERÍA CIVIL INDUSTRIAL

AUTOR

VALENTINA BARBAGELATA FERNÁNDEZ

PROFESOR GUÍA

CRISTÓBAL FERNÁNDEZ ROBIN

PROFESOR CORREFERENTE

DIEGO YÁÑEZ MARTÍNEZ

JULIO 2019

SANTIAGO – CHILE

Dedico el esfuerzo que puse en este trabajo a tres personas. A Álvaro y Bárbara, que me han dado todo lo importante en esta vida y a mi abuela Rosa, que creo es quien está más orgullosa de mí.

AGRADECIMIENTOS

Sentarme a escribir esta página significa que estoy confiada en el trabajo que estoy entregando a pesar de todo lo que se cruzó en el camino. Si bien agradezco a un montón de personas que me acompañaron en esto, hay unas pocas a las que quiero dedicarles unas líneas, porque solo con ellas compartí de verdad lo que este proceso significó para mí.

A mi amiga Catalina y mi amigo Miguelangel: ustedes dos me escucharon quizás, en los momentos más difíciles y me aconsejaron y acompañaron. La amistad de ustedes dos la agradezco infinito y confío en que será hasta siempre.

A mi amiga Javiera: apareciste en mi vida en el momento preciso y no puedo dejar de darte las gracias por estar en mi último año de universidad y hacer que estuviera rodeada de buena compañía. También siempre agradezco todo lo que haces por mí, sobre todo tu honestidad.

Mónica: agradezco haber compartido este momento de cierre contigo, a pesar de lo lejanas que son nuestras carreras. Lo mejor de este tiempo, es que me acercó a ti y disminuyó una distancia que había crecido con los años, independiente que nunca haya cambiado ni una pizca el cariño que te tengo. Gracias obviamente, por enseñarme y ayudarme en cosas que no son mi especialidad, como son las humanidades y las normas APA. Por eso y por todo muchas gracias.

A mi amiga sanjuanina, Sol: fuiste esencial. Para mí no hay nada más llenador que alguien se interese por lo que estoy haciendo y nada más reconfortante tener quien te haga reír por mil. Volver a pasar tiempo contigo, debo decir, es increíble.

Y Glorio… Me hiciste poner los pies sobre la tierra. Probablemente sin tu ayuda no sería hoy que estuviese escribiendo este agradecimiento. Hiciste que este semestre trabaje probablemente una de las cosas que más me cuestan, confiar en lo que hago. De verdad, muchas gracias.

Hay, además, otras dos personas a las que agradezco varios años de mi vida universitaria. Gran parte de lo que soy hoy es gracias a ellos, y por ellos.

Por último, gracias a mi profesor Cristóbal, que hizo desafiarme a mí misma y que me dio la oportunidad de poner a prueba lo que aprendí en la universidad. Logré encontrar un área que me gusta y que quisiera seguir incursionando. Y a mi profesor Diego, que me ayudó en momentos muy importantes, de verdad.

RESUMEN EJECUTIVO

El número de emprendimientos ha ido en aumento cada año, convirtiéndose en un área de interés de investigaciones. Dentro de este contexto a nivel mundial, Chile se hace presente con el nivel de Actividad Emprendedora más alto entre los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), pero también destaca por tener uno de los valores más bajos de equidad de género entre los mismos. Esto llama a entender de mejor manera el emprendimiento femenino y como se lleva a cabo en el país.

El objetivo de esta investigación entonces es identificar que percepción tienen las mujeres en primer lugar, de los factores que inciden en el emprendimiento femenino y en segundo, de la ayuda que diferentes organizaciones brindan en pos de desarrollar de manera exitosa sus negocios.

Para ello, se hace un estudio de los antecedentes del país para identificar un contexto y la revisión bibliográfica con el fin de encontrar los factores incidentes en el emprendimiento femenino y entenderlos a través de la mirada de diferentes autores. En segundo lugar, se realizaron encuestas a organizaciones y mujeres emprendedoras y, por último, un análisis de los resultados para lograr los objetivos planteados.

En lo que concierne al contexto del país, Chile cuenta con un nivel de actividad emprendedora del 25% con un aumento veloz desde el 2003, ya que desde ahí ha crecido en 12 puntos porcentuales al 2018. Este índice se ve caracterizado en que, por cada 10 emprendimientos de hombres, existen 7 de mujeres.

En lo que es participación laboral, si bien el país cuenta con un índice del 60% aproximadamente, este también posee brechas alarmantes. Pues las mujeres poseen un nivel de participación laboral del 48,5% mientras que los hombres del 71,2%, valor que se ha mantenido principalmente, constante hace varios años. Además, del total de personas que se encuentran fuera de la fuerza laboral por razones familiares permanentes, el 97% corresponde a mujeres.

Por otro lado, Chile se encuentra entre los países de la OCDE, como el quinto con mayor brecha salarial entre géneros. Alcanzando un 22% al año 2017, mientras que el promedio de la organización no supera el 15%.

Gracias a la literatura, se hallaron 12 factores que inciden en el emprendimiento femenino. Éstos se agrupan en 3 secciones diferentes dadas a continuación:

- *Factores Personales:* Autoeficacia, Sesgos Cognitivos (Percepción de Riesgos), Creatividad, Inteligencia Emocional, Motivación y Educación.
- *Factores Interpersonales:* Familia, Experiencial Laboral, Redes y Modelos a seguir.
- *Factores asociados al Contexto:* Estereotipos y Financiamiento.

A partir de las encuestas realizadas a las mujeres emprendedoras, se encontró en primer lugar que en promedio tienen 31 años con un título universitario alcanzado, el rubro está relacionado principalmente a la comercialización de productos, tanto prefabricados como fabricados a mano por ellas, y a la prestación de servicios, como lección de talleres o asesorías.

Entre las motivaciones, se obtuvo que la mitad de ellas demuestra tener motivaciones económicas importantes, pero, aun así, la gran mayoría detecto una oportunidad importante, destacando entre esto, la preparación previa al desarrollo de su idea antes de lanzarla al mercado.

Por otro lado, de la misma encuesta anterior, se extrajeron los factores que para las mujeres son relevantes y cómo los organizan en orden de prioridad. Los resultados indican que el grupo de variables con mayor peso son las *habilidades propias y confianza en sí mismas*, donde destacan los componentes que la literatura propone como personales, tales como autoeficacia, creatividad, inteligencia emocional, percepción de riesgos, motivación. A éstos se unen la familia y modelos a seguir. El segundo grupo, se definieron como *conocimientos teóricos y de programas de fomento*, donde se incluyen los aprendizajes en área comercial, finanzas, tecnología e innovación, internacionalización y en programas de fomento. El tercer grupo es el de *redes de contacto*, el cuarto engloba a *estereotipos* y el último se relaciona con la *valoración de la sociedad a la experiencia laboral previa.*

Por último, se obtuvo que la percepción que poseen las mujeres emprendedoras de los programas de fomento al emprendimiento que ofrecen instituciones públicas y privadas es principalmente baja. Pues la mitad cree que la ayuda es importante, solo un 40% ha buscado ayuda a externos y solo un 20% de ellas cree que es fácil hallar información de la ayuda que

requieren. Por otro lado, y de manera aún más crítica, el 20% dice confiar en estos programas y el 10% los conocen.

De estos resultados se encontraron tres grupos con el fin de buscar las diferencias y necesidades de cada grupo en torno a la percepción de la ayuda y los niveles de cada factor encontrado anteriormente.

- *Mujeres con actitud pasiva frente a los programas de apoyo al emprendimiento,* aquellas que creen que es importante la ayuda, pero no lo ha buscado, no siente que sea fácil por lo que no conoce y confía. Mujeres empoderadas, pero con bajos niveles de conocimientos teóricos. Poseen universidad incompleta en promedio.
- *Mujeres desinteresadas en los programas,* no cree que la ayuda es importante, no la han buscado, no conocen y no confían. Poseen bajos niveles percibidos de habilidades propias y conocimientos teóricos, poseen, además, los más altos niveles educacionales alcanzados.
- *Mujeres interesadas e involucradas con los programas,* grupo que percibe como esencial la ayuda de externos, la ha buscado y confía en ella, además posee el más alto nivel percibido de habilidades propias y confianza en sí mismas y de conocimientos teóricos. Poseen alto nivel educacional alcanzado y mayor edad promedio.

Con respecto a la ayuda que ofrecen las instituciones hoy, se tiene que está centrada en las redes de contacto, el fortalecimiento de habilidades para emprender y el incentivo del espíritu emprendedor. Por otro lado, se presentan brechas importantes en lo que es la creatividad y la familia en primera instancia. En segunda, existen diferencias también entre lo que las mujeres perciben de educación y redes de contacto con lo que las organizaciones indican incluir en sus programas, interpretándose que hay una debilidad en la eficacia de la entrega de ellos. Tampoco se observan pioneros en el trabajo de los estereotipos que la sociedad hoy tiene creados para la mujer y su rol o responsabilidades.

Por último, se hallaron entre las municipalidades, diferencias importantes en lo que el contenido de los programas para fomentar el emprendimiento refiere. Si bien hay comunas que poseen áreas especializadas en el desarrollo de negocios propios, la mayoría no lo posee. También se destaca el trabajo en conjunto con el gobierno a través de programas como lo es *Mujeres Jefas de Hogar*.

1. ÍNDICE

1.1. Índice de Contenidos

RESUMEN EJECUTIVO **4**

1. ÍNDICE **7**

1.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS 7
1.2. ÍNDICE DE TABLAS 10
1.3. ÍNDICE DE FIGURAS 11

2. INTRODUCCIÓN **13**

3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN **14**

4. OBJETIVOS **16**

4.1. OBJETIVO GENERAL 16
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 16

5. MARCO TEÓRICO **17**

5.1. ANTECEDENTES 17
5.1.1. Antecedentes Emprendimiento *17*
Distribución por edad 21
Diferenciación por género 21
Nivel de estudios de los emprendedores 21
Nivel de Ingreso Familiar de los emprendedores 22
Distribución por sectores económicos 22
Distribución por sector industrial 22
Descontinuación del Negocio 22
Motivación del Negocio 24
5.1.2. Otros Antecedentes *25*
5.1.2.1. Participación Laboral *25*
5.1.2.2. Brecha Salarial *27*
5.2. EMPRENDIMIENTO 29
5.2.1. Concepto *29*
5.2.2. Emprendedor *29*
5.2.3. Proceso Emprendedor *35*
5.2.4. Importancia *36*
5.2.5. Motivaciones del emprendimiento *37*
5.2.6. Mujer Emprendedora *38*
5.3. FACTORES QUE INCIDEN EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO 39
5.3.1. Factores Personales *40*
5.3.1.1. Autoeficacia 40
5.3.1.2. Sesgos Cognitivos y Percepción de Riesgo 42
5.3.1.3. Creatividad 43
5.3.1.4. Inteligencia Emocional 44
5.3.1.5. Motivaciones 45
5.3.1.6. Educación 47

5.3.2. Factores Interpersonales *48*
5.3.2.1. Familia 48
5.3.2.2. Experiencia Laboral 49
5.3.2.3. Redes 50
5.3.2.4. Modelos a seguir 51
5.3.3. Factores asociados al contexto *52*
5.3.3.1. Estereotipos 52
5.3.3.2. Financiamiento 54
5.4. PAPEL DE AGENTES EXTERNOS 56

6. METODOLOGÍA 58

6.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN 58
6.1.1. Fase Exploratoria *58*
6.1.2. Fase Concluyente *59*
6.1.2.1. Diseño investigación concluyente 60
6.1.2.2. Diseño cuestionario 60
6.1.2.3. Diseño muestra 61
6.2. RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN 62
6.3. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN 63

7. DESARROLLO 64

7.1. ORGANIZACIONES QUE APOYAN A EMPRENDEDORES Y EMPRENDEDORAS 64
7.1.1. Instituciones Privadas y Fundaciones *64*
7.1.2. Servicios Gobierno *74*
Municipalidades de la Región Metropolitana 76
7.2. RAZÓN PREGUNTAS ENCUESTAS EMPRENDEDORAS Y ORGANIZACIONES 77
7.2.1. Factores Personales *78*
7.2.2. Factores Interpersonales *80*
7.2.3. Factores asociados al contexto *82*

8. RESULTADOS 84

8.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE ENCUESTAS 84
8.1.1. Análisis descriptivo univariado de Encuesta a Emprendedoras *84*
8.1.1.1. Análisis Demográfico 84
8.1.1.1.1. Edad Emprendedora 84
8.1.1.1.2. Nivel Educativo de las Emprendedoras 86
8.1.1.1.3. Rubro de los Emprendimientos 88
8.1.1.1.4. Tiempo que lleva el emprendimiento en el mercado 89
8.1.1.1.5. Emprendimiento como Fuente principal de Ingresos 90
8.1.1.1.6. Tiempo dedicado al negocio antes de llevarlo al mercado 92
8.1.1.1.7. Motivaciones para emprender de las mujeres encuestadas 93
8.1.1.2. Análisis de Factores Incidentes en el Emprendimiento Femenino 96
8.1.1.3. Análisis Percepción Organizaciones 108
8.1.2. Análisis descriptivo univariado de Encuesta a Organizaciones *111*
8.1.2.1. Análisis de las Organizaciones encuestadas 111
8.1.2.1.1. Tipo de Organización 111
8.1.2.1.2. Apoyo Exclusivo a Mujeres 112
8.1.2.1.3. Foco Apoyo a Emprendedoras 114
8.1.2.2. Análisis de Factores Incidentes en el Emprendimiento Femenino 115

8.2. COMPARACIÓN ENCUESTA A EMPRENDEDORAS Y ORGANIZACIONES 124
8.2.1. Factores Personales 124
8.2.1.1. Autoeficacia 124
8.2.1.2. Sesgos Cognitivos (Percepción de Riesgos) 125
8.2.1.3. Creatividad 125
8.2.1.4. Inteligencia Emocional 125
8.2.1.5. Motivaciones 126
8.2.1.6. Educación 126
8.2.2. Factores Interpersonales 127
8.2.2.1. Familia 127
8.2.2.2. Experiencia Laboral 127
8.2.2.3. Redes 128
8.2.2.4. Modelos a Seguir 128
8.2.3. Factores asociados al contexto 129
8.2.3.1. Estereotipos 129
8.2.3.2. Financiamiento 129
8.3. FACTORES MÁS IMPORTANTES QUE INCIDEN EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO SEGÚN MUJERES EMPRENDEDORAS. 131
8.4. ANÁLISIS PERCEPCIÓN PROGRAMAS DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO 139
8.5. APOYO BRINDADO POR LAS ORGANIZACIONES ENCUESTADAS 144
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 147
10. REFERENCIAS 157
11. ANEXOS 164
11.1. ENCUESTA A MUJERES EMPRENDEDORAS 164
11.2. ENCUESTA A ORGANIZACIONES 168
11.3. DETALLES RESULTADOS ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO 171
11.4. CLÚSTERS PERCEPCIÓN DE APOYO DE MUJERES EMPRENDEDORAS 173
11.5. RESULTADOS ENCUESTA ORG., PREGUNTAS ABIERTAS MUNICIPALIDADES 176

1.2. Índice de Tablas

TABLA 1: ESTADÍSTICOS EDAD DE EMPRENDEDORAS.....84
TABLA 2: RUBRO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES ENCUESTADAS 88
TABLA 3: TIEMPO QUE LLEVA EL EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN EL MERCADO.....89
TABLA 4: TIEMPO DEDICADO A PLANEAR EL NEGOCIO ANTES DE LLEVARLO AL MERCADO 92
TABLA 5. INDICADORES ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO 131
TABLA 6. VARIANZA TOTAL EXPLICADA 132
TABLA 7. MATRIZ DE COMPONENTES ROTADOS.....134
TABLA 8. COMPOSICIÓN CLÚSTERS – PERCEPCIÓN PROGRAMAS DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO 139
TABLA 9. ANÁLISIS DE CLÚSTERS – PERCEPCIÓN PROGRAMAS DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO 140
TABLA 10. RESPUESTAS DE ENCUESTA ORGANIZACIONES, TIPO MUNICIPALIDADES. 144
TABLA 11. FACTORES RESULTANTES DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO 171
TABLA 12. CARACTERIZACIÓN SEGÚN FACTORES RELEVANTES PARA LAS MUJERES EMPRENDEDORAS DE CLÚSTERS PERCEPCIÓN DE APOYO DE MUJERES EMPRENDEDORAS. PARTE 1 173
TABLA 13. CARACTERIZACIÓN SEGÚN FACTORES RELEVANTES PARA LAS MUJERES EMPRENDEDORAS DE CLÚSTERS PERCEPCIÓN DE APOYO DE MUJERES EMPRENDEDORAS. PARTE 2 174
TABLA 14. CARACTERIZACIÓN DEMOGRÁFICA CLÚSTERS PERCEPCIÓN DE APOYO DE MUJERES EMPRENDEDORAS.....175
TABLA 15. RESPUESTAS ORGANIZACIONES A PREGUNTAS ABIERTAS, MUNICIPALIDADES 176

1.3. Índice de Figuras

FIGURA 1. TOTAL DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES (TEA) EN LOS ADULTOS (18-64 AÑOS) EN 48 ECONOMÍAS, EN CUATRO REGIONES GEOGRÁFICAS 18
FIGURA 2. TOTAL DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES (TEA) EN LOS ADULTOS (18-64 AÑOS) EN LOS PAÍSES DE LA OCDE 20
FIGURA 3. DESCONTINUACIÓN DEL NEGOCIO. PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES 23
FIGURA 4. MOTIVACIÓN AL MOMENTO DE INICIAR UN NEGOCIO – POR REGIÓN DE CHILE. PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES 24
FIGURA 5. MICROEMPRENDEDORES POR SEXO SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA 27
FIGURA 6. ÍNDICE DE EQUIDAD DE GÉNERO DE LOS PAÍSES DE LA OCDE 28
FIGURA 7. PROCESO EMPRENDEDOR SEGÚN EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM 35
FIGURA 8. FACTORES INCIDENTES EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO 39
FIGURA 9: DIAGRAMA DE CAJAS EDAD EMPRENDEDORAS 85
FIGURA 10. COMPOSICIÓN NIVEL EDUCACIONAL EMPRENDEDORAS 86
FIGURA 11. DIAGRAMA DE CAJAS. NIVEL EDUCACIONAL SEGÚN EDAD EMPRENDEDORAS 87
FIGURA 12. RESULTADOS ENCUESTA MUJERES EMPRENDEDORAS - ¿ES TU EMPRENDIMIENTO TU MAYOR FUENTE DE INGRESOS? 90
FIGURA 13. DIAGRAMA DE CAJAS – FUENTE INGRESOS SEGÚN EDAD EMPRENDEDORAS 90
FIGURA 14. FUENTE DE INGRESOS SEGÚN NIVEL EDUCACIONAL ALCANZADO POR LAS EMPRENDEDORAS 91
FIGURA 15. MOTIVACIÓN PARA INICIAR EL EMPRENDIMIENTO POR NECESIDADES ECONÓMICAS 93
FIGURA 16. MOTIVACIÓN PARA INICIAR EL EMPRENDIMIENTO POR OPORTUNIDADES EN EL MERCADO 94
FIGURA 17. NIVEL EDUCACIONAL DE LA EMPRENDEDORA SEGÚN MOTIVACIÓN POR NECESIDADES ECONÓMICAS 94
FIGURA 18. FUENTE DE INGRESOS SEGÚN MOTIVACIÓN POR NECESIDADES ECONÓMICAS 95
FIGURA 19. FUENTE DE INGRESOS SEGÚN MOTIVACIÓN POR OPORTUNIDADES EN EL MERCADO 95
FIGURA 20. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – AUTOEFICACIA 96
FIGURA 21. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – SESGOS COGNITIVOS 97
FIGURA 22. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – CREATIVIDAD 98
FIGURA 23. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – INTELIGENCIA EMOCIONAL 98
FIGURA 24. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – MOTIVACIONES 99
FIGURA 25. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – EDUCACIÓ 100
FIGURA 26. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – FAMILIA 102
FIGURA 27. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – EXPERIENCIA LABORAL 103
FIGURA 28. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – REDES 104
FIGURA 29. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – MODELOS A SEGUIR 105
FIGURA 30. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – ESTEREOTIPOS 106
FIGURA 31. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – FINANCIAMIENTO 107
FIGURA 32. RESULTADOS ENCUESTA EMPRENDEDORAS – PERCEPCIÓN APOYO ENTIDADES EXTERNAS 108
FIGURA 33. ORGANIZACIONES QUE BRINDAN APOYO A EMPRENDEDORES – CUÁLES SON CONOCIDAS POR MUJERES EMPRENDEDORAS ENCUESTADAS 110

Figura 34. Tipo de Organizaciones que respondieron la Encuesta 111
Figura 35. Resultados Encuesta de Organizaciones a la Pregunta Si Poseen Programas Exclusivos a Mujeres Emprendedoras 112
Figura 36. Resultados de Tipos de Organización según los Resultados de Si Poseen Programas Exclusivos a Mujeres Emprendedoras 113
Figura 37. Resultado Encuesta Organizaciones Al Preguntar Si Poseen Programas Con Foco en Mujeres Emprendedoras Con Alguna Motivación en Especial.....114
Figura 38. Resultados Encuesta Organizaciones – Autoeficacia 115
Figura 39. Resultados Encuesta Organizaciones – Sesgos Cognitivos 116
Figura 40. Resultados Encuesta Organizaciones – Creatividad 116
Figura 41. Resultados Encuesta Organizaciones – Inteligencia Emocional.....117
Figura 42. Resultados Encuesta Organizaciones – Motivaciones.....117
Figura 43. Resultados Encuesta Organizaciones – Educación 118
Figura 44. Resultados Encuesta Organizaciones – Familia.....119
Figura 45. Resultados Encuesta Organizaciones – Experiencia Laboral.....120
Figura 46. Resultados Encuesta Organizaciones – Redes.....121
Figura 47. Resultados Encuesta Organizaciones – Modelos a Seguir.....122
Figura 48. Resultados Encuesta Organizaciones – Estereotipos 122
Figura 49. Resultados Encuesta Organizaciones – Financiamiento 123
Figura 50. Gráfico de Sedimentación – Resultados Análisis Factorial Exploratorio 133
Figura 51. Resultados Análisis Factorial Exploratorio – Factores que explican los resultados.....136
Figura 52. Gráfico de Red – Resultados Respuestas Totales “Si” a Factores Incidentes en el Emprendimiento Femenino 145

2. INTRODUCCIÓN

Es importante entender que hoy, existen temas en boca que antes no se mostraban como significativas. Los países han dado cuenta del aumento que la actividad emprendedora ha tenido y que es necesario generar las condiciones para que estos se desarrollen de manera exitosa. Si estos poseen resultados favorables, no solo tiene consecuencias positivas para el emprendedor como tal, sino que también para el desarrollo del país, y en conjunto, al mundo. Ya que éstos tienen la capacidad de crear nuevos nichos de mercado, nuevos puestos de trabajo y actuar como agentes de cambio (Berríos y Espina, 2014).

El problema está, que la decisión para emprender de un hombre y una mujer pasa por distintos factores de análisis. Los cuales se generan como consecuencia de la cultura que existe en cada país. Mientras que el hombre ve oportunidades en el mercado, las mujeres lo hacen por necesidades económicas. El género femenino hoy en día, se sigue viendo perjudicado por el mercado laboral y las brechas salariales. Ellas se ven relacionadas a trabajos de menor rentabilidad o asociados a su rol familiar. Impidiendo el crecimiento de ellas en el mundo laboral o el trabajo sin contrato, contando con mayor estado de seguridad y estabilidad (Fundación Sol, 2018). Además, hoy existen áreas de trabajo masculinizadas y feminizadas, siendo la principal de ésta última, el área de los servicios (Fundación Sol, 2015).

Por ello, se hace relevante encontrar estos factores que son influyentes en la actividad emprendedora de las mujeres, y detectar cuales son los más relevantes para ellas y cuales debiesen ser apoyados por las entidades que tienen como misión trabajar en pos del desarrollo de las personas.

Las organizaciones que poseen políticas de fomento al emprendimiento tienen un papel muy importante y no le están prestando la atención necesaria y tampoco sacando el mayor provecho a estas instancias. Hoy deben mostrar la viabilidad de la actividad emprendedora, empoderar a las mujeres que hoy perciben ser menos capaces que los hombres y así aumentar su participación (OEAP, 2018).

3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Está reconocido a nivel a mundial que el desarrollo de la economía se ve influenciada por el nivel y cantidad de emprendimientos en cada país. Pues las nuevas y pequeñas empresas actúan como agentes de cambio, ya que buscan generar modificaciones en la sociedad dadas las oportunidades que ésta entrega. Además, juegan un papel en los cambios tecnológicos y la regeneración económica que las grandes organizaciones no han logrado llevar a cabo con su obsesión por crecer antes que ser sustentables. Los emprendimientos crean nuevos nichos de mercado y son capaces de crear empleos si es que logran establecerse y perdurar en el tiempo (Berríos y Espina, 2014). Dado su impacto positivo, es necesario fomentar y difundir la cultura emprendedora y por parte de los gobiernos, proteger y colaborar con las micro y pequeñas empresas (Lupiáñez, López-Cózar y Priede, 2016). Pues cada año, se convierte en un indicador más relevante entre los países del mundo.

El emprendimiento se ha vuelto una decisión cada vez más tomada tanto por hombres y mujeres, ya sea por faltas de oportunidades en el mundo laboral o porque se decide crear un negocio en el que se trabaje por cuenta propia. El tema está, cuando emprender se convierte en una herramienta que busca solucionar el problema de la incorporación al mundo laboral de la mujer. Resulta que, tanto el World Economic Forum (WEF) y la Organización para la Cooperación y Desarrollo (OCDE) han entregado estudios donde el país ha obtenido índices alertadores en materia de desigualdad de género. Esto se ve reflejado en estudios anuales como lo es el de “género y empleo” del Instituto Nacional de Estadísticas, el cual entrega resultados que poseen mucha distancia entre géneros. Por ejemplo, que la tasa de participación de mujeres en el mundo laboral es inferior al 49%, mientras que la de hombres supera el 70% (WEF, 2017).

Se reconoce que la mujer se encuentra, a pesar de que Chile es un país con estabilidad económica (Ministerio de Relaciones Exteriores (MINREL), 2010), con dificultades al tratar de desarrollarse en el mundo del trabajo, barreras que frustran y decepcionan, impulsándolas a crear sus propias empresas (Ribes-Giner, Moya-Clemente, Cervelló-Royo y Perello-Marin, 2017), es por eso, que es de suma importancia entender aquellos factores que influyen en ellas al momento de tomar la decisión de emprender. Esto es válido no solo para aquellas mujeres que toman la decisión por necesidad, también es para las que deciden ser emprendedoras por oportunidades

que ven en el mercado, por lo que también es importante comprender las ambiciones y definición de éxito de su negocio (Brindley, 2005).

Si se reconoce en la literatura que los emprendedores se han convertido en agentes importantes en la economía de los países, es necesario que Chile, como agente externo, colabore con todas aquellas mujeres que por una u otra razón deciden ser emprendedoras y necesiten apoyo para hacerlo.

El país ingresó oficialmente a la OCDE el año 2010, tras demostrar al consejo, materia sólida en políticas públicas, estabilidad política y económica, y ser un candidato que aportaría a la organización por ser catalogado como como un país en vías de desarrollo (MINREL, 2010). Si bien, tanto el gobierno como agentes privados han desarrollado un gran número de políticas, programas o instancias, enfocados en ayudar al género femenino, es de real importancia establecer si esta oferta de opciones es percibida de manera correcta por las mujeres. Saber si se da la información de manera eficiente y si se abarcan puntos y necesidades reales de las futuras emprendedoras, ya que ellas necesitan que esta actividad sea viable económicamente y sea sustentable en el tiempo.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Identificar la percepción que tienen mujeres emprendedoras acerca de los factores incidentes en el emprendimiento femenino y el apoyo de entidades externas al desarrollo de sus negocios, de manera de entender qué se considera como más relevante a la hora de desarrollar un negocio por parte de las mujeres y si se están ofreciendo programas de fomento al emprendimiento que trabajen aquellos puntos.

4.2. Objetivos Específicos

- Caracterizar a mujeres emprendedoras en la región metropolitana para así identificar diferencias demográficas y motivaciones entre ellas.
- Especificar aquellas variables que mujeres emprendedoras consideran más importantes a la hora de emprender, para establecer el foco principal del apoyo que debe ser brindado por entidades externas.
- Identificar la percepción que tienen mujeres emprendedoras de los programas de fomento al emprendimiento que se ofrecen hoy, para tener una visión de cómo se les está entregando información de ese apoyo.
- Identificar el foco de los programas de fomento al emprendimiento que ofrecen distintas entidades para así comparar con los factores más relevantes determinados por mujeres emprendedoras.
- Comparar el apoyo específico de las municipalidades de la región Metropolitana para tener una visión de lo que hoy se ofrece en las diferentes comunas.

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Antecedentes

5.1.1. Antecedentes Emprendimiento

Para realizar el estudio y contextualización de los niveles de emprendimiento en el mundo, se consideran las investigaciones que realiza el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Este es un proyecto que recopila información de manera de entender el fenómeno del emprendimiento y creación de empresas. Así generar comparaciones entre los países del mundo sobre la actividad emprendedora. Los estudios tienen tres pilares, la investigación de la valoración social hacia el emprendimiento, las características que posee esta actividad y los ecosistemas que existen para emprender, tanto los factores sociales, económicos y culturales, los cuales son distintos para cada país analizado.

Los objetivos de investigación del GEM se han mantenido desde sus inicios. Estos son: medir los diferentes niveles de actividad emprendedora entre los países, descubrir los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional e identificar políticas que pueden mejorar los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional (GEM Chile, 2017). Es decir, medir tanto la actividad emprendedora como sus condicionantes, siempre en pos de identificar oportunidades para promover el desarrollo del emprendimiento a través de políticas públicas.

El indicador que propone el GEM para medir el Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales de un país, es el TEA, por su sigla en inglés que significa Total Early-Stage Entrepreneurial Activity. Este indicador corresponde al conjunto de aquellos individuos que se categorizan como “emprendedores nacientes” y “nuevos empresarios”, es decir, las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses de operación en el mercado (GEM Chile, 2017).

El GEM, en su último informe global, hace un ranking del nivel del TEA en 48 economías en todo el mundo, separado en cuatro regiones geográficas, las cuales son Asia oriental y meridional, Europa y América del Norte, América Latina y el Caribe y, por último, la región de Medio Oriente y África. Estas agrupaciones buscan clasificar a los países por nivel de ingresos

principalmente, y se rige en su mayor parte por los grupos que identifica el World Economic Forum (WEF) y las Naciones Unidas (ONU).

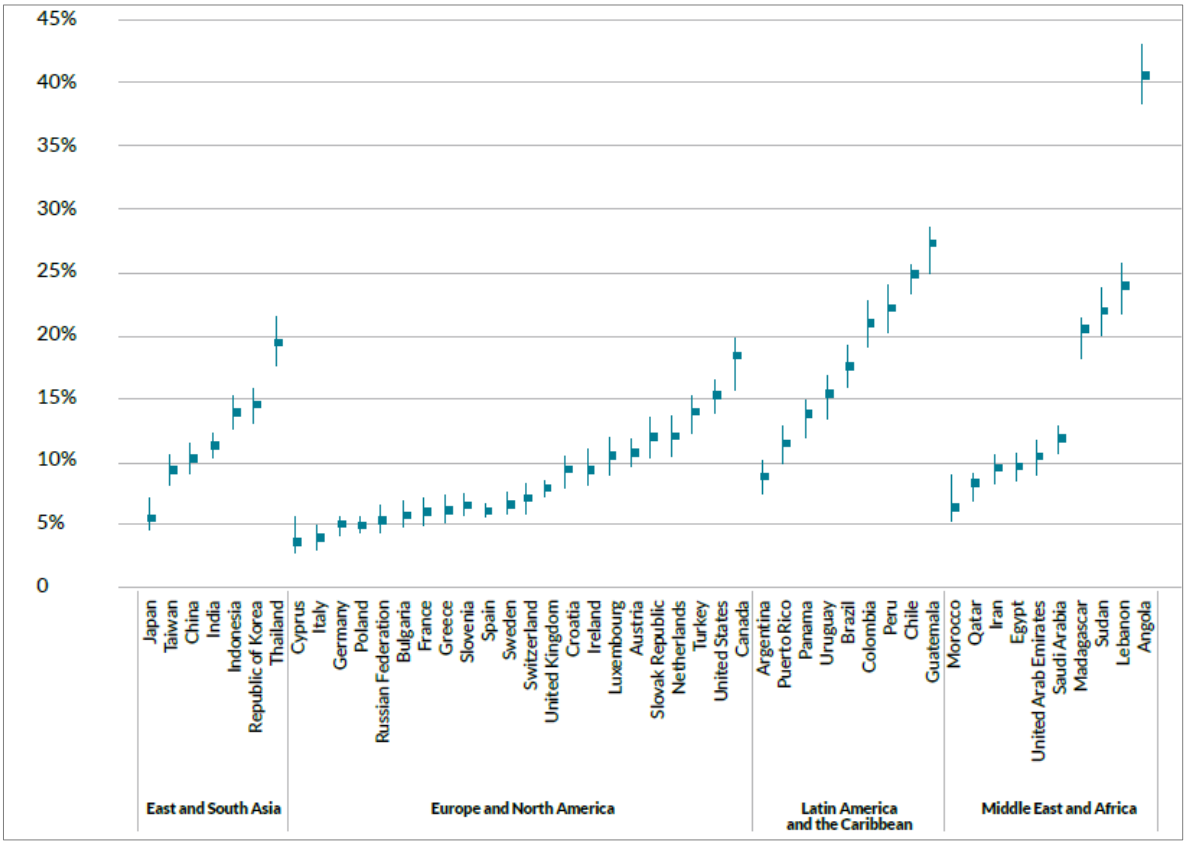

Figura 1. Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) en los adultos (18-64 años) en 48 economías, en cuatro regiones geográficas. (Fuente: GEM, 2019)

Se aprecia de la Figura 1, que aquellas economías que presentan tasas de emprendimiento más bajas pertenecen a la región de Europa y Norte América, la cual se conforma por países con altos niveles de ingresos. La mayoría de las tasas en esta región son menores al 10% y corresponde solo a países de Europa. Aquellos con las tasas más altas son Estados Unidos y Canadá, con un 15% y 18% respectivamente. Este fenómeno se explica porque aquellas economías que tienen altos niveles de ingresos presentan opciones de empleo alternativas y mayores niveles de competitividad en los trabajos que pueden hacer del emprendimiento, una opción menos atractiva. Por otro lado, en la región de América Latina y el Caribe, ocurre que,

al igual que para el caso anterior, las economías de mayores ingresos presentan las menores tasas, como lo son el TEA de Argentina o Brasil, con un 9% y un 17% respectivamente. Pero también ocurre que, Chile demuestra un comportamiento diferente ya que posee uno de los niveles de emprendimiento más altos, no tan solo de la región, sino que, de todas las economías estudiadas. Está en tercera posición con un 25%. Es decir, un cuarto de la población chilena está iniciando o dirige un emprendimiento. En la región de Asia oriental y meridional, ocurre lo mismo que en Latinoamérica, Japón y Taiwán presentan niveles muy bajos de TEA por ser economías de altos ingresos, pero, República de Corea, la cual también posee esa característica, marca el segundo nivel más alto de la región. Por último, Medio Oriente y África muestra un comportamiento dual, por un lado, hay un grupo de países de ambas zonas geográficas con tasas menores al 12%, a excepción del Líbano, y un grupo de países africanos con un TEA mayor al 20%, los cuales poseen bajo nivel de ingresos. Ésta tasa alcanza un valor del 41% en Angola, valor muy por sobre el resto de las economías estudiadas (GEM, 2019).

Es de interés realizar la comparación de Chile con respecto a los países que conforman la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), a la cual, el país ingresó en mayo del año 2010, siendo en ese entonces la primera nación sudamericana en ser miembro al organismo. De esta manera, Chile puede aportar sus conocimientos y recibir otros para el mejor cumplimiento de las metas que como país se tienen para seguir creciendo. Áreas de desarrollo son, por ejemplo, las políticas públicas en educación, innovación, medioambiente, gobierno corporativo, finanzas e inversión y recopilación de información (MINREL, 2010).

El TEA que poseen los países de la OCDE se muestra a continuación:

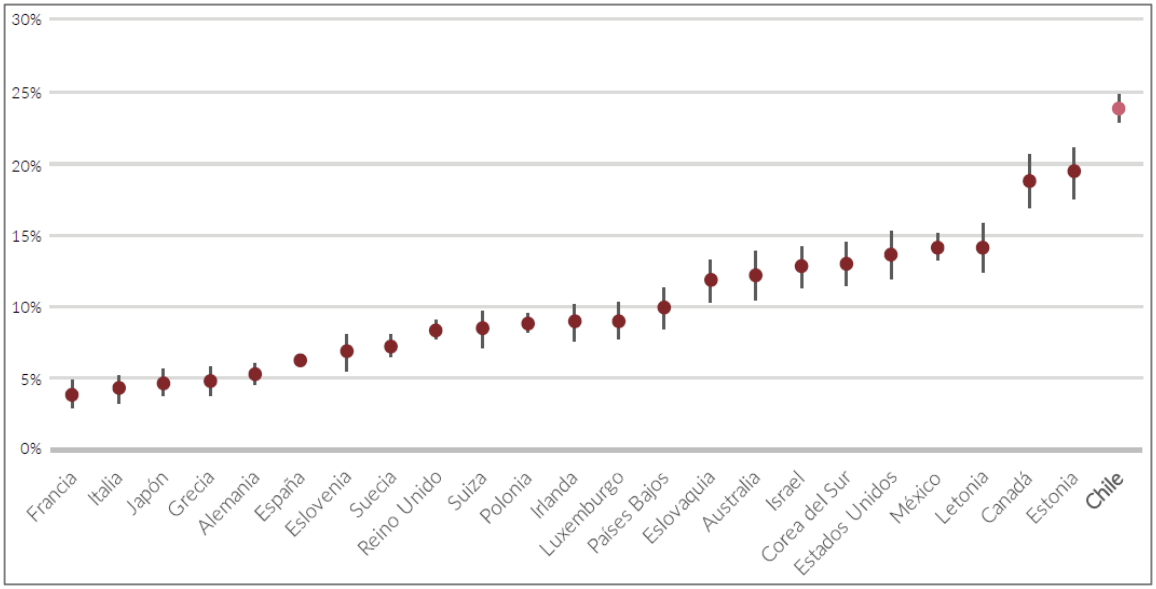

Figura 2. Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) en los adultos (18-64 años) en los países de la OCDE. (Fuente: GEM Chile, 2017)

Al año 2017, según la Figura 2, Chile alcanza entre los países de la OCDE el nivel de TEA más alto, siendo bastante distante de los países europeos, los cuales no superan el 10%.

A nivel país, además de presentar un valor alto del TEA, Chile se destaca por la evolución de éste. Luego de tres años consecutivos en los que la tasa se vio disminuida (no así su posición con respecto a las economías que conformar la OCDE), en el GEM (2019) se puede ver que Chile alcanza un 25,1%. Esta tasa se considera como una de las que más ha aumentado, ya que, en el año 2008 la tasa era de un 13%. Es decir, el TEA tuvo un salto de 12 puntos en una década. Si bien el TEA por sí solo no da una imagen clara de las condiciones, favorables o no, que tiene el país para desarrollar esta actividad, si se puede decir a partir de la evolución, que el emprender se ha manifestado como una herramienta considerada por los chilenos y chilenas a la hora de tener que escoger una actividad, ya sea con o sin fines de lucro (Cheyre, 2015). Por lo que hace relevante darle importancia y desarrollar las condiciones favorables para potenciar esta posición.

Así, no caer en el desincentivo del espíritu emprendedor. Hay que hacer todo para aprovechar este impulso y aumentar la productividad.

Gracias al GEM Chile (2017), se puede hacer un desglose del TEA en el país según diferentes aristas, y así entregar una mirada más general a su comportamiento:

Distribución por edad

En Chile (promedio), los porcentajes de la distribución por edad se comportan de manera similar al promedio de los países que conforman la OCDE. Esta es la siguiente, los emprendedores entre 18 y 24 años corresponden al 9%, entre los 25 y 34 años alcanzan el 30% siendo el grupo etario de mayor porcentaje, aquellos entre los 35 y 44 años llegan al 25%, emprendedores entre los 45 y 54 años llegan al 20% y, por último, aquellos entre los 55 y 64 años tienen el 11% de la distribución (GEM Chile, 2017).

Diferenciación por género

El TEA promedio en Chile está caracterizado por un porcentaje mayor de hombres que de mujeres. Por cada 10 emprendimientos masculinos, existen 7 emprendimientos femeninos (porcentaje de la población adulta que posee un emprendimiento). Demostrando que existe una brecha significativa en materia de género y que es necesario hacer observaciones en ella. Es importante destacar, que esta brecha se ha acortado, el año 2016 el GEM detalló que, en Chile, por cada 10 emprendedores había 6 emprendedoras. Cifra que sigue manteniéndose como promedio de los países de la OCDE al año 2017.

Aquellas regiones que no presentan brecha de género en su TEA son Tarapacá, Atacama, la Araucanía y Aysén, donde por cada 10 hombres que tienen un negocio, hay 10 mujeres que también lo tienen (GEM Chile, 2017).

Nivel de estudios de los emprendedores

Aproximadamente, el 24% de la población emprendedora en Chile posee formación secundaria completa (hasta cuarto medio), el 25% cuenta con formación universitaria terminada, siendo tan solo un 9% aquellos que poseen un postgrado. En resumen, se tiene que al año 2017, al menos un 34% de los emprendedores poseen educación universitaria, comparando con los datos del GEM del año 2010 en el que solo un 24% poseía ese nivel educacional (GEM Chile, 2017).

Nivel de Ingreso Familiar de los emprendedores

Del total de emprendedores en Chile, aproximadamente, un 34% se considera de nivel socioeconómico ABC1, el 25% del nivel C2, un 21% C3, un 15% del nivel D y tan solo un 5% del nivel E. Cabe mencionar, que desde el año 2016, el nivel ABC1 disminuyó en un 4%, pero desde el 2010 (GEM Chile, 2010) ha aumentado prácticamente al doble, además, desde ese año, los emprendedores que perciben más de $400.000 al mes, aumentó de 60% a 80% (GEM Chile, 2017).

Distribución por sectores económicos

En Chile, la distribución está de la siguiente manera, aproximadamente un 5% de los emprendimientos están en el sector primario, es decir, actividades basadas en la extracción de bienes y recursos. Un 26% pertenece al sector de transformación, otro 19% al de servicios a negocios y un 50% al sector orientado al consumidor (GEM Chile, 2017). Estos valores tienden a mantenerse desde el año 2010 (GEM Chile, 2010).

Distribución por sector industrial

El GEM identifica seis sectores industriales donde los emprendimientos se desarrollan. El sector de mayor porcentaje en Chile, muy por arriba de los demás, es el de Mayorista/Retail con aproximadamente un 43%, para los países de la OCDE este sector es de un 30%. Lo siguen los sectores de Finanzas/Servicios Profesionales/ Administración/Servicios al Consumidor y Manufactura/Transporte con 28% cada uno. En el cuarto y quinto lugar están Gobierno/Salud/Educación/Servicios Sociales y Agricultura/Minería con un 10% cada uno y por último el sector de TIC con menos del 5%. Los países de la OCDE en promedio tienen mayor porcentaje en el resto éstos últimos 5 sectores (GEM Chile, 2017).

Descontinuación del Negocio

Si bien el país cuenta con un valor alto del TEA en comparación con otros países, es de suma importancia para este estudio, tener claras las razones por las que se deja de lado un emprendimiento o se cambia a otro, es decir, la descontinuación del negocio (GEM Chile, 2017).

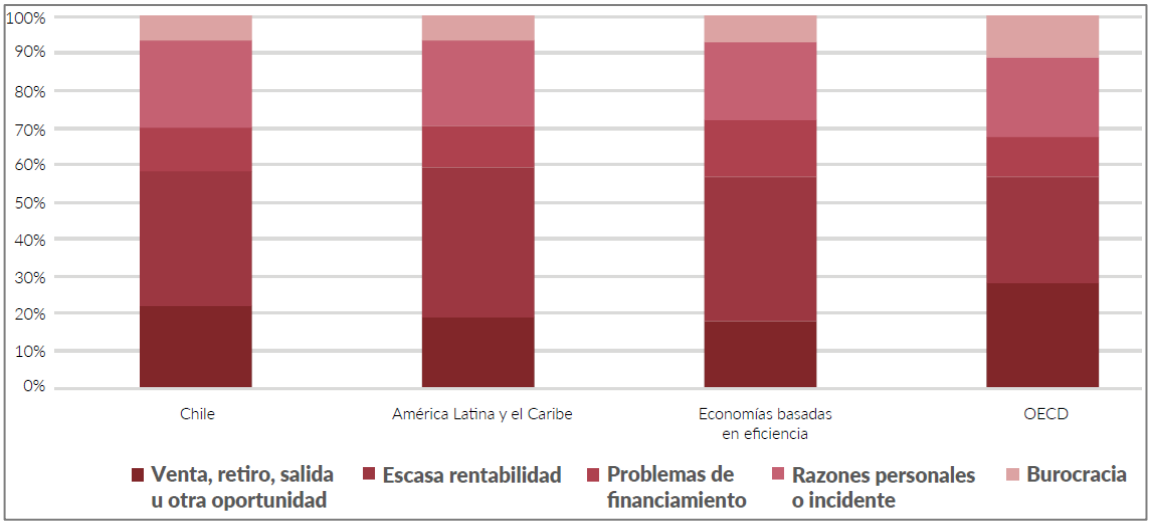

Figura 3. Descontinuación del negocio. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales. (Fuente: GEM Chile, 2017)

Los valores destacables de la Figura 3, son el 37% de los emprendedores que declararon cerrar el negocio por baja rentabilidad, valor que aumentó 6 puntos porcentuales desde el año 2016 (GEM Chile, 2016), además está por sobre los países de la OCDE con la misma cantidad. Por otro lado, el 21% que deja el negocio por problemas de financiamiento, 4 puntos arriba desde el año anterior, pero, menor que el promedio de la OCDE. Por último, el 22% que deja el negocio por razones personales o incidente, prácticamente no hay brecha con el promedio de los países ya señalados.

Es importante destacar, que el indicador que informa sobre la proporción de empresas establecidos por los emprendimientos en etapas iniciales es muy diferente según géneros, existe un mayor porcentaje de mujeres que no persisten con su negocio luego de los 42 meses de operación (GEM Chile-Mujer, 2017).

Motivación del Negocio

Finalmente, el GEM Chile (2017) recopila información sobre la motivación que existe al momento de iniciar un emprendimiento. Las alternativas que se definen son:

- Incrementar el ingreso, llevado a la oportunidad.
- Independencia, llevado a la oportunidad.
- Necesidad y mantener los ingresos.
- Motivaciones mixtas.

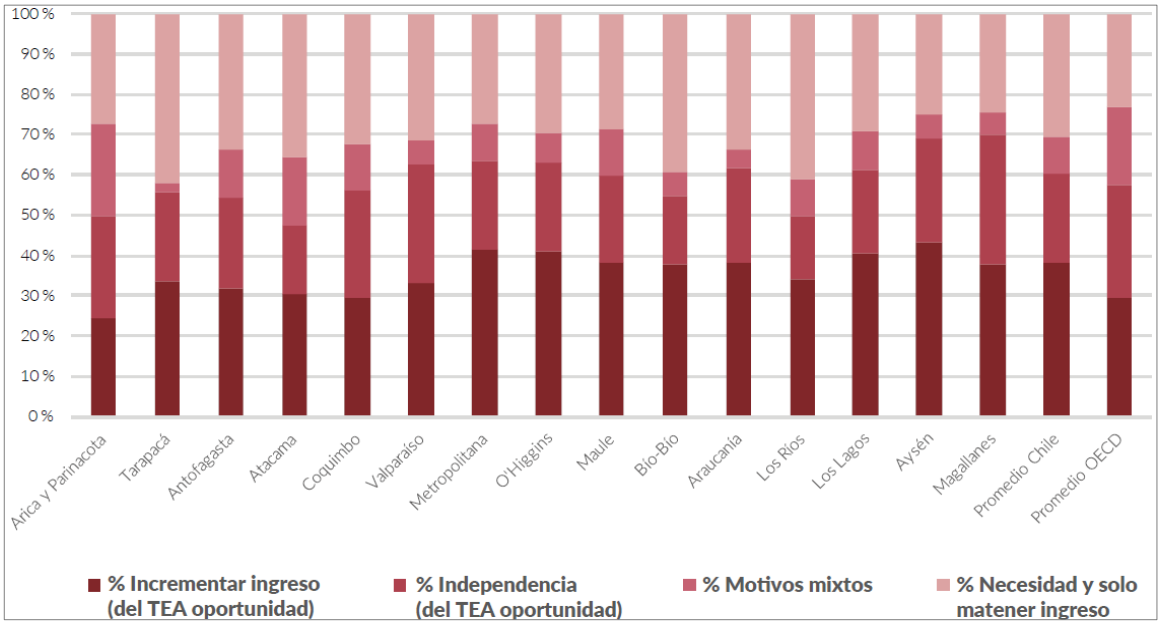

Figura 4. Motivación al momento de iniciar un negocio – por región de Chile. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales. (Fuente: GEM Chile, 2017)

De la Figura 4 se desprende que aproximadamente el 38% de los emprendedores inician su negocio por incrementar sus ingresos, valor por encima del 30% de los países de la OCDE. A lo largo de las regiones, aquella con menor valor es Arica y Parinacota con un 24% y la mayor lo alcanza la región de Aysén con un 43%. Luego, un 21% lo hace por independencia, valor por debajo del 30% del promedio de la OCDE. La región con mayor porcentaje en este factor es Magallanes con un 32%. La motivación por necesidad en Chile alcanza el 30%, escapando del

23% de los países ya mencionados, siendo también, la motivación con mayor heterogeneidad a lo largo de las regiones. Aysén y Magallanes alcanzan un 25%, muy por debajo del 42% de Tarapacá y Los Ríos.

5.1.2. Otros Antecedentes

5.1.2.1. Participación Laboral

La participación laboral en Chile se ve evidenciada en las encuestas realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Entre los años 2014 y 2017, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) entrega datos de la tasa de participación tanto a nivel país como por género. Se tiene que, se ha mantenido constante en los 4 años comparados, llegando al 2017 a un valor de 59,7% (OIT, 2017). Es importante mencionar que, la tasa de participación laboral lo que mide es el porcentaje de población de 15 años o más que pertenece a la fuerza de trabajo. Es decir, aquellos que se encuentran en situación de ocupados (trabajando por ingresos, con empleo pero que no están trabajando o aquellos que trabajan para un familiar, pero no reciben pago en dinero) o desocupados (cesantes o que buscan trabajo por primera vez) (INE, s.f.).

En tanto en la diferenciación por género es donde se encuentran los números alarmantes. Se tiene que la participación laboral femenina es de un 48,5%. Este valor está 22,7 puntos porcentuales por debajo del 71,2% del índice para los hombres. El índice femenino está muy por debajo del 61% que corresponde al promedio de los países de la OCDE y también del 55% de la media de los países de América Latina. (INE, 2017).

Si hay algo que destacan los informes, es que desde 1990, no ha habido una disminución de la participación laboral de la mujer (Martínez, 2018).

El INE complementa este valor con otros indicadores relevantes:

- La tasa de ocupación femenina es de tan solo el 45% versus la tasa masculina del 66,7%, es decir, existe una brecha del 21,7 pp. entre ambos géneros (INE, 2017a). Haciendo una

comparación al 2010, esta brecha se ha visto disminuida, ya que para ese año la cifra rondaba el 26%. El problema se encuentra, en que entre los años 2014 y 2017, no se vio una modificación considerable (INE, 2017b).

- La tasa de ocupación informal se desglosa en un 31,9% para las mujeres y un 28,6% para los hombres (INE, 2017a).
- 4 de cada 10 mujeres que se encuentran fuera de la fuerza de trabajo, es por razones familiares permanentes (INE, 2017a).
- Más del 97% de quienes se declaran fuera de la fuerza de trabajo por razones familiares permanentes son mujeres, esta cifra se mantiene desde el 2010 (INE, 2017c).
- Del total de personas asalariadas que trabajan en puestos de responsabilidad o decisión de empresas, el 61,9% son hombres y el 38,1% corresponde a mujeres (INE, 2017b).
- De un total de 1.992.578 personas micro emprendedoras en Chile, un 60,8% son hombres y un 39,2% son mujeres, dato extraído de la Encuesta de Microemprendimiento (EME, 2017).

Fundación SOL también hace hincapié en los siguientes indicadores:

- A través de la Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo (ENUT) realizada por el INE, las mujeres en promedio destinan 3 horas más que los hombres a actividades de trabajo no remunerado, es decir, trabajo doméstico, cuidado a integrantes del hogar o trabajo no remunerado para otros hogares, la comunidad o voluntario (Fundación Sol, 2018).
- El 77% de los empleadores y el 60% de los trabajadores por cuenta propia son hombres, mientras que el 97% de las trabajadoras de servicio doméstico y el 70% de las ocupadas no remuneradas son mujeres (Fundación Sol, 2018).
- Del total de mujeres asalariadas, un 18,6% corresponde a “falsas asalariadas”, esto corresponde a aquellas mujeres que se encuentran trabajando, pero que no cuentan con contrato de trabajo, lo que les impide el acceso a cotizaciones de salud ni previsión, ni seguros como lo es el de cesantía. Trabajando así, en un estado de inseguridad e inestabilidad tanto en el momento presente de su trabajo como a futuro. Este porcentaje es mayor en un 4% al de los hombres (Fundación Sol, 2018).
- Otro enfoque es el de los roles de género que se producen en la estructura de empleo. El área de servicios es la más feminizada, siendo un 70% mujeres y aquellos trabajos como

la operación de maquinarias o grandes instalaciones está masculinizada, alcanzando una cifra de un 94% (Fundación Sol, 2015).

Es importante tener la idea clara de cómo se distribuyen los emprendedores según la rama de actividad económica:

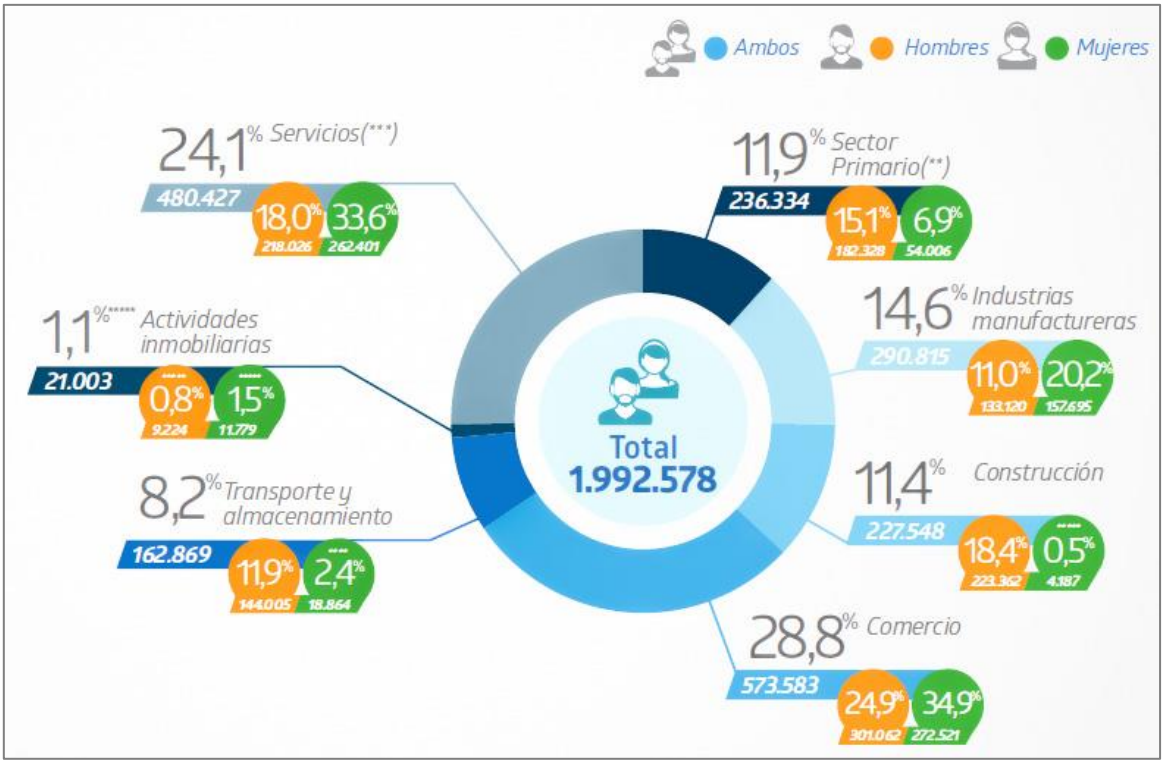

Figura 5. Micro emprendedores por sexo según rama de actividad económica. (Fuente: EME, 2017)

5.1.2.2. Brecha Salarial

Uno de los indicadores más alertantes es el de la Brecha Salarial de género. La OCDE entrega un informe desalentador, pues Chile se encuentra en el quinto lugar de entre los países que conforman la organización con la brecha salarial de género más grande. En promedio las mujeres chilenas ganan aproximadamente un 22% menos que los hombres, valor que está muy por encima del promedio de la organización del 14,3%, y además poseen el doble de probabilidades de emplearse en un trabajo mal remunerado y optar por niveles inferiores de ocupación. Los países con menor brecha salarial son Finlandia, Suiza, Noruega e Islandia, valores que no superan el 5% (OCDE, 2017).

Fundación SOL, indica aquellos factores visibles de esta brecha y entre ellos se encuentran: tamaño de la empresa en la que se trabaja, rama económica en la que se desempeña la mujer, el oficio que ejerce, la categoría ocupacional, el nivel de educación, la región en la que vive y la experiencia laboral. Habiendo nombrado estos 7 factores, aún existe un 68% que no se explica por ninguno más que por un efecto de discriminación a las mujeres del país (Fundación Sol, 2017). Si se descompone esta Brecha Salarial por categoría ocupacional, se tiene que en la categoría "Trabajo por cuenta propia" existen diferencias de ingresos de más de un 60% (Fundación Sol, 2018).

El Observatorio Laboral Metropolitano, a partir de la ENE 2018 y la ESI 2017, constató que a mayor nivel educacional las cifras son aún más duras. Pues para una mujer que cursó la enseñanza media completa, se moverá en trabajos con un 15% de brecha salarial por hora trabajada. Una mujer profesional que dedicó años de estudios, por ejemplo, para conseguir un postgrado o doctorado, se enfrentará a una brecha que puede superar el 30% (Arce, 2019).

Ambos puntos tratados, participación laboral y brecha salarial, fueron analizados por la OCDE, y desde ahí se genera un indicador de equidad de género.

PwC Women in Work Index, 2017 vs. 2016

Rank (2016)		Rank (2017)	
1	=	1	Iceland
2	=	2	Sweden
4	↑	3	New Zealand
5	↑	4	Slovenia
3	↓	5	Norway
7	↑	6	Luxembourg
6	↓	7	Denmark
9	↑	8	Poland
8	↓	9	Finland
12	↑	10	Belgium
11	=	11	Canada
10	↓	12	Switzerland
14	↑	13	United Kingdom
13	↓	14	Hungary
15	=	15	Australia
17	↑	16	Portugal
24	↑	17	Ireland
16	↓	18	Germany
23	↑	19	Netherlands
20	=	20	Estonia
19	↓	21	Israel
18	↓	22	France
21	↓	23	United States
25	↑	24	Czech Republic
22	↓	25	Austria
26	=	26	Slovak Republic
27	=	27	Japan
28	=	28	Spain
29	=	29	Italy
30	=	30	Chile
31	=	31	Greece
33	↑	32	Mexico
32	↓	33	Korea

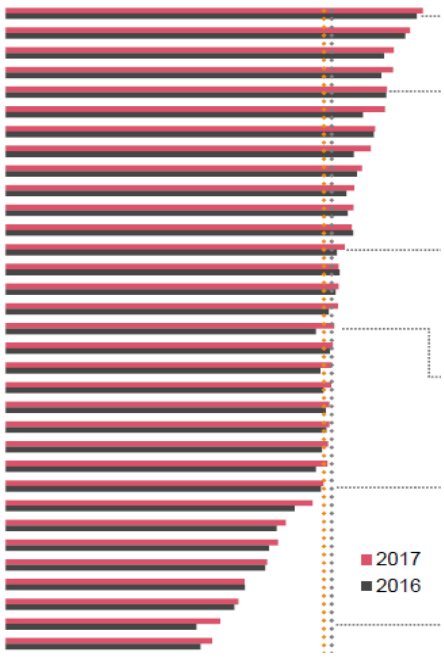

Figura 6. Índice de equidad de género de los países de la OCDE. (Fuente: PwC, 2019)

Tal como se ve en la Figura 5, Chile se posiciona en el número 30, de 33 países examinados. Con un indicador que desde el año 2016 se mantuvo. Esto demuestra, que a pesar de que la participación laboral femenina aumenta, la brecha salarial también lo hace. Y no se están reduciendo los indicadores de equidad de género (PwC, 2019).

5.2. Emprendimiento

5.2.1. Concepto

La palabra "emprender" ya está inserta en el mundo actual y más que diferencias existentes en la literatura, se encuentra una evolución del concepto. La Real Academia Española (RAE) propone que *emprender* significa "acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro" (RAE, 2018). ¿Por qué colocar la definición si suena tan elemental?, porque es relevante mencionar que emprender no solo significa comenzar un negocio, el concepto abarca más aún, pero es cierto que en este estudio es la creación de empresas la que predomina.

Para autores, emprender, tal como se entenderá en esta investigación, pasa a ser sinónimo de transformar e innovar los conocimientos, las oportunidades o ideas con el objetivo de generar ganancias, cambios sociales y económicos. De esta manera, se empieza a aterrizar el concepto con el objetivo que se propone, pues se encontró que hay un entendimiento común por parte de la sociedad actual en que esa definición se hace válida y queda demostrada que, para los distintos países, los emprendimientos pasan a ser parte importante del crecimiento y desarrollo económico (Berríos y Espina, 2014).

5.2.2. Emprendedor

Existe una caracterización del emprendedor según la definición del concepto, éste es aquel que asume riesgos en las decisiones que toma, que busca innovar cuando identifica las oportunidades que le da su entorno, combina sus recursos de manera de conseguir beneficios. Es un agente que actúa frente a un contexto de incertidumbre (Toca, 2010).

Pereira (2003) señala que Schumpeter (1961 y 1965, citado en Pereira, 2003) identifica al emprendedor como un "destructor creativo", quien gracias a su propuesta rompe el ciclo normal del mercado. Éste, introduce una idea innovadora y posee de un tiempo en el que si su idea es lo suficiente buena puede mantenerse como monopolista y establecer precios por muy encima de los costos. Este tiempo dura lo que demoren en aparecer los competidores con productos similares. Lo cual, produce que se restablezca el ciclo del mercado. Es por eso, que el emprendedor para sobrevivir debe buscar la innovación constante.

A pesar de que existen variadas literaturas donde se caracteriza al emprendedor, autores establecen que no se puede llegar a un consenso y establecer una caracterización universal de éste. Pues su perfil, desarrollo y expectativas siempre serán compuestas por una serie de factores que, por un lado, son internos e inherentes al ser, pero por otro, serán factores que son frutos del contexto en el cual está inmerso y su historia. Dentro del esquema propuesto por los autores, se encuentran las características individuales del emprendedor separadas en cuatro ramas diferentes (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014).

1. **Rasgos de Personalidad**

Son aquellas características que determinan cómo el individuo se enfrenta al ambiente en el que se encuentra inmerso (Schiffman y Kanuk, 2005, citado en Marulanda et al. (2014)). Éstas diferencian a un individuo de otro, es consistente y se define como duradera en el tiempo, pero, con la posibilidad de cambiar.

López, Santos y Bueno (2004, citado en Marulanda et al. (2014)), gracias a una investigación con emprendedores de España, concluyen que estos rasgos son:

- Perseverancia y compromiso
- Liderazgo
- Tolerancia a cambios
- Necesidad y reconocimiento de logro
- Percepción de beneficio económico
- Capacidad de análisis del ambiente y reflexión
- Responsabilidad personal

2. Valores-actitudes

Schwartz (1990, citado en Marulanda et al. (2014)) define valores como "representaciones cognitivas de tres tipos de necesidades humanas universales: 1. Necesidades de los individuos como organismos biológicos. 2. Necesidades de coordinación de la interacción social. 3. Necesidades de supervivencia y bienestar del grupo".

De aquella definición propone que la estructura de valores de un emprendedor está compuesta de diez tipos de valores:

i. Poder
ii. Logro
iii. Hedonismo
iv. Estimulación
v. Autodirección
vi. Independencia
vii. Benevolencia
viii. Tradición
ix. Conformidad (actuar según las expectativas y normas de la sociedad)
x. Seguridad y universalismo (comprensión, aprecio, tolerancia y protección para el bienestar de las personas y también de la naturaleza)

3. Capacidades y Competencias

López, Santos y Bueno (2004, citado en Marulanda et al. (2014)), se refieren a este punto como las habilidades y conocimientos que tienen el individuo. Es importante saber que estas son fruto de la evolución y desarrollo de sus aptitudes a lo largo de su vida, como consecuencia de aprendizajes y experiencias vividas.

Bajo esa definición, Moriano, Trejo y Palací (2001, citado en Marulanda et al. (2014)), establecen luego de un estudio realizado, que las competencias de los emprendedores son:

- **Adaptabilidad**, flexibilidad para adoptar los cambios.
- **Autonomía**, búsqueda de independencia y libertad de acción.

- **Capacidad de asumir riesgos**, estar dispuesto a aceptar los riesgos y asumir las responsabilidades que esto supone.
- **Confianza en sí mismo**, seguridad en la valoración sobre nosotros mismos y nuestras capacidades.
- **Fijación continua de objetivos**, capacidad de establecer metas claras que son desafiantes pero alcanzables.
- **Innovación**, sentirse cómodo y abierto ante las nuevas ideas, enfoques e información.
- **Locus de control interno**, percibe que el éxito depende de él más que de circunstancias externas.
- **Perseverancia**, capacidad de sacrificio, empeño y determinación.
- **Poder de persuasión**, capacidad de influir en los demás para obtener los intereses propios.
- **Proactividad**, actuar anticipándose a los problemas futuros, necesidades o cambios.
- **Tolerancia a la incertidumbre**, soportar tensiones y vivir con cierta inseguridad.

Como punto aparte, Bandura (1977, citado en Marulanda et al. (2014)) desarrolla el concepto de **autoeficacia percibida** ya que, así como un emprendedor debe contar con ciertas capacidades y habilidades para desarrollar la actividad de emprender, es igual de importante la percepción que tiene el individuo sobre éstas. Pues la persona estará dispuesta a emprender y se dispondrá a hacer los esfuerzos para que salga adelante solo si considera que posee las habilidades suficientes para llevarlo a cabo y sea exitosa (Moriano, J. A., Sánchez, M. L., y Palací, F. J. (2004, marzo), citado en Marulanda et al. (2014)).

4. <u>Demográficas</u>

En este último ítem, los autores analizan que hay cuatro puntos importantes que suelen ser investigados, estos son edad, educación, procedencia y sexo.

Donde Kirkwood y Brown (2001, citado en Marulanda et al. (2014)), encuentran que existe una mayor tendencia a emprendedores mayores de 30 años, que existe una misma tendencia a haber tenido un pariente emprendedor o no tenerlo, la mayor parte de los emprendedores poseen nivel de educación secundario terminado.

Fuentes y Sánchez (2010, citado en Marulanda et al. (2014)), establecen que aún existe mayoría de hombres a mujeres emprendedoras.

Por otro lado, los autores (Bucardo, Saavedra y Camarena, 2015) disponen al lector las características halladas por la firma Ernst and Young (EY) el año 2011 (citado en Bucardo et al. (2015)) con un estudio a más de 650 emprendedores, siendo las principales:

- La edad promedio en la que se decide abrir la primera empresa es principalmente entre los 20 y 29 años con un 45% y luego el rango 30 y 39 años con un 31%, atribuyendo al primer tramo la aún falta de compromisos laborales, lo que lleva a la mayor toma de riesgos ya que no existen limitaciones y al segundo, que se cuenta con experiencia laboral y capital lo cual incentiva a iniciar una actividad como lo es emprender.
- La experiencia laboral previa es considerada como el principal factor de éxito con un 33%, es decir, atribuyen un buen desarrollo de su empresa si se fue empleado previamente.
- La educación superior es el considerado como el segundo factor de éxito con un 30%, ésta se lleva al plano de la orientación hacia el trabajo de la capacidad de innovación y al desarrollo de experiencias en un entorno creativo. Aumentando las posibilidades de motivar a estudiantes a emprender.
- Los emprendedores consideran que el financiamiento es uno de los retos principales al comenzar un negocio. No se consideran como opción los bancos o fuentes tradicionales de financiamiento, ya que, si para una empresa pequeña en marcha es difícil conseguir ayuda económica, para una persona con una nueva empresa lo es aún más por el historial previo.

  Monge y Rodríguez (2010, citado en Bucardo et al. (2015)), proponen el ciclo de crecimiento de una empresa y el financiamiento en cada etapa. Donde se establece que lo común es que en la etapa de desarrollo de idea se consigan recursos gracias a amigos, familia o capital semilla y que para el arranque sea gracias a capitales de riesgo. Habiendo pasado la etapa y demostrar estabilidad y éxito, los bancos participan como financiadores del proyecto o aparecen inversionistas privados.

En este punto se menciona el “Dilema del Fundador” de Wasserman (2012, citado en Bucardo et al. (2015)), el cual explica que el emprendedor debe hacer la elección de, por un lado, ser “rico”, lo cual sería posible aceptando capital de fuera, renunciar al mando total y disfrutar de un porcentaje menor de una torta más grande. O, por el otro, puede elegir ser “rey” si es que está dispuesto al autofinanciamiento, dadas las dificultades que hay en eso al ser un individuo que parte desde cero, se refiere al endeudamiento, aceptando a que se puede enfrentar a un crecimiento limitado, pero, manteniendo el mando de la empresa.

Según Wasserman (2012, citado en Bucardo et al. (2015)), es común que un emprendedor no quiera hacer la elección y busque algún modo de ser tanto “rico” como “rey”. O, también se da que, el individuo no tiene claro que valora con mayor intensidad, ser uno o lo otro.

- Otro reto de comenzar un negocio al que los emprendedores escogen como principal, es el de la gente, referido al desafío de encontrar un equipo correcto. Éste estaría compuesto por personas con habilidades y valores necesarios para llevar a cabo la estrategia del líder.
- Al punto anterior, se suma el reto de que el líder tenga los conocimientos necesarios para llevar adelante el negocio y sea sustentable en el tiempo.

  Este desafío se relaciona con la “T” de Guest (1991, citado en Bucardo et al. (2015)). Según la analogía, la línea horizontal de la letra “T”, se refiere a los conocimientos generales para liderar la empresa y la línea vertical, a la profundidad de los conocimientos específicos que posee el emprendedor.

  El estudio de EY (2011, citado en Bucardo et al. (2015)), revela las características más relevantes de los emprendedores. Agrupadas en dos secciones que surgen de García et. Al (2007 citado en Bucardo et al. (2015)) son:

  Factores Generadores: *Características esenciales en el espíritu emprendedor de índole intrapersonal: Creatividad - Fuerte voluntad – Vanidad - Nivel de Profesionalidad alto - Confianza en las personas al inicio - Selección de personal adecuado - Buen carácter - Independencia*

<u>Factores Potenciadores:</u> *Características que contribuyen a desarrollar el espíritu emprendedor: Ambición - Buscar personas para el equipo - Espíritu de sacrificio – Arriesgado - Insatisfacción laboral – Necesidad – Audacia – Entusiasmo - Ilusión*

5.2.3. Proceso Emprendedor

El GEM (2019), luego de sus trabajos y encuestas realizadas, caracteriza el proceso emprendedor. Éste pasa a ser la base de los estudios y trabajos posteriores.

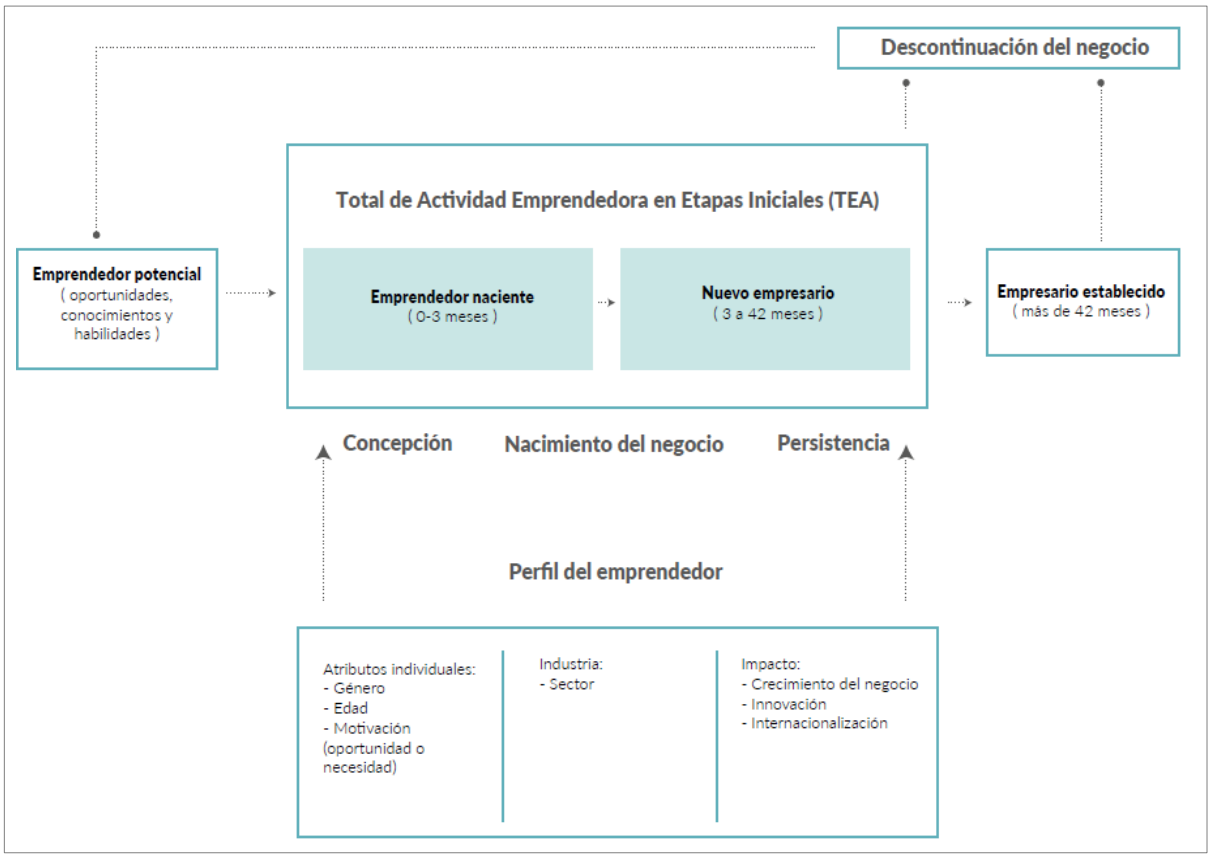

Figura 7. Proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM. (Fuente: GEM Chile, 2017)

En la Figura 7 se puede observar que existen cuatro etapas en las que se puede encontrar un individuo según las características de su negocio (GEM, 2019), éstas son:

Etapa 1: Emprendedor Potencial

En ella se ubican aquellos individuos que por el momento solo cuentan con una idea de negocio y piensan iniciarlo, pero que no han llevado a cabo acciones de ningún tipo para realizarlo de manera concreta.

Etapa 2: Emprendedor Naciente

Aquellos individuos que iniciaron acciones con el fin de poner en marcha su nuevo negocio y también los emprendedores que han comenzado a pagar salarios a sus empleados y/o a el mismo. Este se considera naciente hasta cumplir los 3 meses.

Etapa 3: Nuevo Empresario

Una vez que el emprendedor pasa los 3 meses de funcionamiento de su nuevo negocio, se dice que éste "nace" y él pasa a ser un nuevo empresario. Etapa que contempla el pago de salarios a los empleados hasta los 42 meses.

Etapa 4: Empresario Establecido

Es la etapa en la que prima la persistencia para la consolidación del negocio como empresa. Se llega cuando se logró pagar sueldos a los empleados por más de 42 meses.

5.2.4. Importancia

Las pequeñas empresas desde las últimas décadas juegan un papel importante ya que se reconocen como agentes de cambio, segmentando y aumentando la competencia entre industrias, regenerando la economía y creando nichos y puestos de empleo una vez establecidos (Berríos y Espina, 2014).

Hoy en día los emprendimientos son considerados como factores determinantes para enfrentar crisis económicas. Esta era representa un cambio fundamental en la forma de pensar en organizaciones, vida y ambiente, por ejemplo, existen teorías de que los problemas medio

ambientales a nivel mundial pueden ser solventados gracias a los emprendedores que buscar ser sostenibles (López, 2012). La creación de empresas también se propone como pilar para el desarrollo eficiente y competitivo de las sociedades, introduciendo transformaciones en las burocracias públicas y mejorar la acción del gobierno, actuando como mediadores de asuntos colectivos o respondiendo a necesidades sociales que las grandes empresas no percatan (Toca, 2010).

En Chile, van cuatro años en que la economía ha presentado resultados pobres y con caídas en lo que es inversión, eso deja desafíos importantes para recuperarse como país. Se deberá avanzar y crecer, aprovechando las oportunidades que se presentan. En este contexto es fundamental reconocer el papel de los emprendedores, sobre todo quienes propongan soluciones al mercado que sean innovadoras y de sostenibilidad en el tiempo y de alcance global. Los países deben ser capaces de adaptarse a esta nueva realidad, transformar los problemas en oportunidades, serán ellos los que liderarán la nueva etapa de desarrollo a la que prontamente se afrontará el mundo, y los principales agentes de cambio serán los emprendedores, el llamado será para ellos (GEM Chile, 2017).

5.2.5. Motivaciones del emprendimiento

Existen dos formas de entender la motivación que lleva a una persona a decidir emprender, estas son “por oportunidad” y “por necesidad” (Larroulet y Ramírez, 2007).

- **Emprender por Oportunidad:** Corresponde a la identificación de realidades favorables en cierto contexto, que permitan hacer un negocio y obtener beneficios de él. Son aquellos emprendimientos entonces, que surgen del interés personal de crear algo innovador para entrar al mercado. Este tipo de emprendimiento está asociado a países desarrollados, donde el ingreso per cápita de la población permite que el fin sea el progreso.
- **Emprender por Necesidad:** Tiene como fin superar una situación de pobreza. A diferencia del anterior, este no surge de la voluntad propia, sino que es se requiere para sobrepasar una condición no deseada. Se refiere a los casos en que se comienza un negocio de manera obligada, ya sea por no tener otra oportunidad laboral, la necesidad de mejorar una condición de precariedad o la de integración social. Este tipo de

emprendimiento está relacionado con los países en desarrollo, donde los índices de pobreza son mayores y se requiere de actividades como ésta para que ciudadanos salgan adelante.

La unidad de estudios del Ministerio de Economía hace una caracterización de ambas motivaciones, donde a emprender por oportunidad lo asocia a buscar obtener mayores ingresos, encontrar una oportunidad en el mercado, tomar sus propias decisiones o ser el propio jefe, desear organizar la empresa propia o emprender por gusto o habilidad. Por otro lado, el emprender por necesidad se relaciona con la tradición familiar o herencia, no lograr encontrar un trabajo como asalariado, ser despedido de un empleado asalariado y tener mayor flexibilidad horaria (Min. Economía, Fomento y Turismo, 2013).

5.2.6. Mujer Emprendedora

A modo de introducción al siguiente punto, se hace una caracterización de la Mujer Emprendedora en America Latina, en base al Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) (2010, citado en (Saavedra, Camarena, 2015)).

- El motor del emprendimiento femenino es principalmente la necesidad antes que la oportunidad.
- Los emprendimientos femeninos son más pequeños en ventas que los de hombres.
- El nivel de educación en general de mujeres emprendedoras es menor al de hombres que tienen su propio negocio.
- Los emprendimientos femeninos operan principalmente en el sector de servicios y están mejor posicionados para atender nichos de mercado.
- Las mujeres emprendedoras enfrentan dificultades estructurales para acceder a créditos.
- El emprendimiento puede ser una opción para conciliar la vida familiar con el empleo, pero al mismo tiempo, la falta de tiempo hace difícil desarrollar la actividad emprendedora.
- Las mujeres emprendedoras enfrentar estereotipos negativos sobre su capacidad para establecer y desarrollar una empresa.

5.3.Factores que inciden en el emprendimiento femenino

Los factores a continuación están determinados por el Programa de Apoyo al Emprendimiento Femenino en la Alianza del Pacífico, informe elaborado por el Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP). Estos surgen de la revisión de literatura, y están relacionados con la falta de acceso a financiamiento, redes de contacto, las oportunidades, barreras de índole legal y regulatorias, normas culturales, convenciones sociales sobre el rol de la mujer, y algunos otros temas como lo son capacidades personales.

El informe presenta un modelo de interdependencia de los factores que inciden en el emprendimiento femenino (OEAP, 2018):

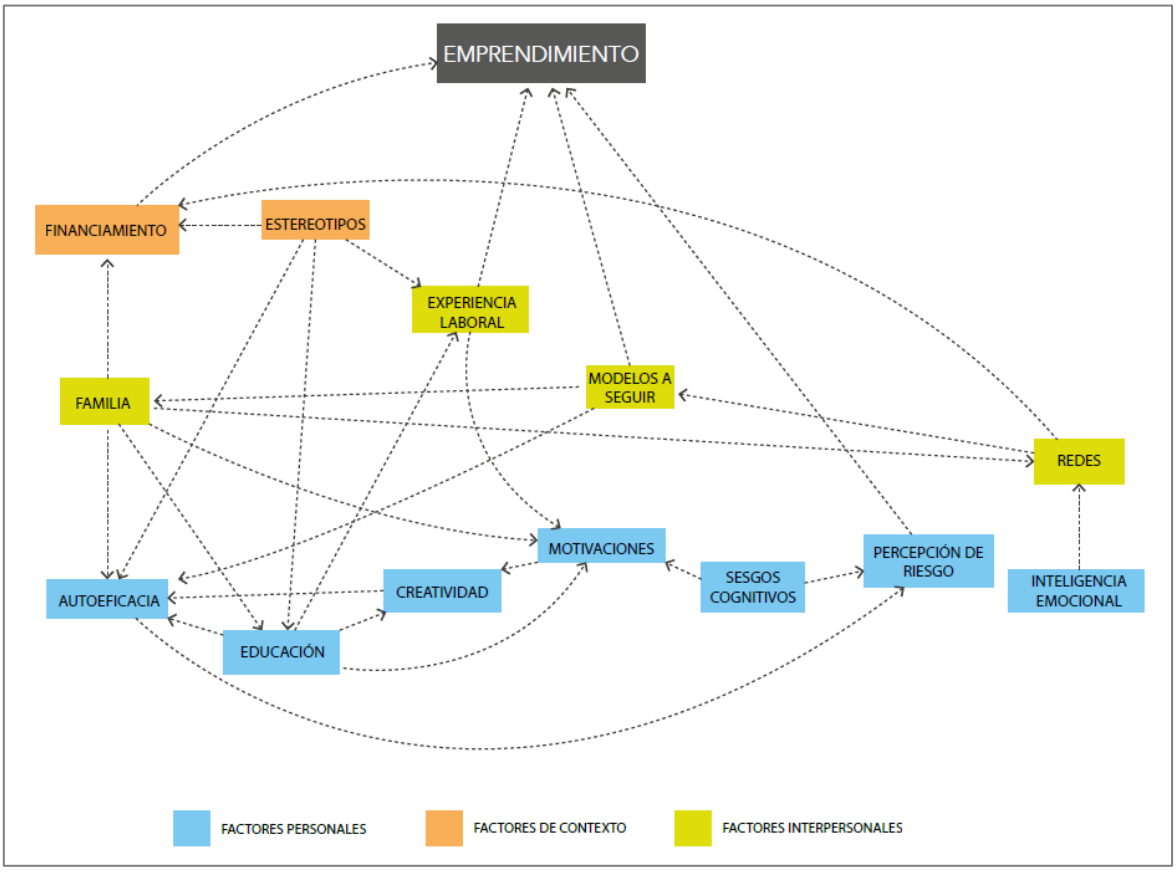

Figura 8. *Factores Incidentes en el Emprendimiento Femenino. (Fuente: OEAP, 2018)*

Los trece factores encontrados por el informe están organizados en factores personales, interpersonales (relacionales) o de contexto. Estos se presentan a continuación, complementado con lo que otras literaturas proponen.

5.3.1. Factores Personales

5.3.1.1. Autoeficacia

Este es considerado como uno de los principales factores que inciden en la intención de una mujer para decidir emprender. El concepto se entiende como la confianza de un individuo sobre sus habilidades para realizar tareas y actividades de forma exitosa (Shinnar et. Al, 2013, citado de (OEAP, 2018)). Se diferencia de la *eficacia*, en que, ésta se refiere a la capacidad o poder de producir el efecto deseado, mientras que la *autoeficacia* es creer que se tiene ese poder (Boyd y Vozikis, 1994, citado de Ruiz (2012)).

La autoeficacia, según Bandura (1999, citado de (OEAP, 2018)), permite direccionar el comportamiento, el curso de las acciones y da la posibilidad al aumento de la perseverancia al enfrentarse con obstáculos. En 1986 (Bandura, citado de (OEAP, 2018)), el autor establece la relación que existe entre una alta autoeficacia percibida con la capacidad de mantener la motivación en busca de lograr objetivos y ser capaz de aceptar desafíos nuevos, logrando así, que la persona vea los retrocesos no como fracasos sino como experiencias que buscan dejar un aprendizaje.

Aterrizando el concepto de autoeficacia al contexto emprendedor, se ve como un jugador importante en lo que explica la brecha existente entre el número de emprendimientos femeninos y masculinos. La literatura converge en que las mujeres, por influencias de sus familias, su nivel de educación, experiencias del pasado y por no contar o tener cerca modelos a seguir, poseen un nivel menor de autoeficacia. (Wilson et. Al., 2007, citado de (OEAP, 2018)).

Chile en particular, cuenta con que más del 60% de la población considera que cuenta con las habilidades necesarias y los conocimientos para desarrollar un emprendimiento (GEM Chile, 2017). Estando en el puesto número 12 de un total de 54 países analizados por el GEM (2019), ya que los países de la OCDE, solo un 44% percibe tener lo necesario.

La percepción de las habilidades de las mujeres está influida, por un lado, la perspectiva de la sociedad y por el otro, la perspectiva que tiene la misma mujer emprendedora de ella. Investigadores como Langowitz y Minnitti (2007, citado de Álvarez et al. (2012)), señalan que las mujeres emprendedoras en su mayoría se perciben menos válidas que los hombres, disminuyendo las intenciones de emprender. También se encuentra que, generalmente los hombres deciden emprender por frustración en sus profesiones o para mejorar su situación financiera, potenciando la autopercepción de las competencias necesarias para emprender. En cambio, mujeres emprenden por vivencia de una experiencia laboral desfavorable o que las mantenía limitadas, de esta manera, la autopercepción se ve reducida.

Álvarez, Noguera y Urbano plantean la hipótesis de que la percepción de habilidades emprendedoras afecta positivamente en la probabilidad de ser mujer emprendedora. Como resultado de su investigación, logran verificarla y demostrar que la autoeficacia tiene un impacto positivo en los niveles de TEA. Y que ese impacto es mayor en las tasas femeninas que masculinas (2012).

El estudio de Brush, Ali, Kelley y Greene (2017), concluye que las percepciones de capacidad parecen apoyar específicamente a cerrar las brechas de género para las mujeres emprendedoras en lo que los niveles de emprendimiento refiere, ya que los resultados sugieren que si hombres y mujeres tienen la misma confianza en sus habilidades para emprender, tendrán la misma probabilidad de iniciar una empresa y también de comenzar una basada en la búsqueda de oportunidades antes que en la necesidad. Además, las capacidades percibidas pueden estar relacionadas con la autoimagen empresarial o identidad social, por lo que es menos probable que las mujeres se perciban a sí mismas como fundadoras, implicando que tengan menos confianza en las habilidades propias lo que conduce a menores índices de puesta en marcha de negocios (Verhuel et al., 2005, citado de Brush et al. (2017)).

Un insumo muy relevante en este estudio, son las entrevistas a mujeres emprendedoras que el GEM Mujer ha destacado en su informe, de éste, por ejemplo, se puede extraer que mujeres dudan de su potencial como líder, esto al no querer formar equipos (contrataciones) limitando el crecimiento de sus emprendimientos (GEM Chile-Mujer, 2017).

5.3.1.2. Sesgos Cognitivos y Percepción de Riesgo

Estos factores van de la mano, pues se consideran juntos, al contrario del informe del Observatorio del Pacífico.

La literatura revela que los emprendedores tienden en mayor medida a creer que controlan y predicen resultados. Este sesgo, es llamado por diferentes autores como “ilusión de control” (De Carolis, 2006, citado de OEAP (2018)). Éste hace que los emprendedores subestimen los riesgos que una actividad como iniciar un negocio por cuenta propia conlleva (Simon et al, 1999, citado de OEAP (2018)).

Las mujeres tienden a contar con una menor ilusión de control, por lo que perciben mayor riesgo, limitando sus intenciones de emprender. Pues no sienten que tengan el control necesario de las actividades de un negocio propio y el éxito de éste (Karimi, 2012, citado de OEAP (2018)). Se dice entonces, que esta percepción de riesgo hacia nuevas oportunidades al ser mayor, las mujeres tienen una mayor aversión al riesgo que los hombres, explicando su preferencia hacia alternativas que posean una mayor seguridad financiera (Sepúlveda, 2011, citado de OEAP (2018)).

Los números dicen, según el GEM Chile (2017), que un 23% aproximadamente tanto de los emprendedores nacientes como establecidos identifican al fracaso como la principal limitante para iniciar un emprendimiento.

Una definición que va muy de la mano con la percepción de riesgos es el miedo al fracaso, el cual es visto como una parte de la actitud del emprendedor hacia el riesgo (Minniti, 2009, citado de Ruiz (2012)).

Mujeres han dado su opinión acerca de diferentes aspectos en entrevistas que fueron insumo para el GEM Mujer. Uno de ellos, es el temor que genera la constitución legal de su emprendimiento. A pesar de que ellas admiten que es un paso muy bien valorado por clientes y u otros empresarios, es un riesgo y exige movimientos de recursos y tiempo, ejemplos son permisos y patentes que deben tramitar previamente, además, en estos puntos, mujeres afirman que hay exigencias diferentes a los hombres. Existen mujeres que sienten susto incluso de conectarse con el Servicio de Impuestos Internos (SII) (GEM Chile-Mujer, 2017).

5.3.1.3. Creatividad

La creatividad puede ser vista desde perspectivas diferentes. En el contexto del emprendimiento, esta se entiende como el crear un producto o idea que sea nueva y sea útil (Amabile, 1988, citado de OEAP (2018)), es decir, tiene relación con la innovación (Fillis, Rentschler, 2010, citado de OEAP (2018)).

La innovación es una materia que se ha convertido en un factor que hoy para las empresas es esencial, ya que les permite una mayor rentabilidad, respondiendo rápida y eficazmente ante los cambios en el mundo y los movimientos de la competencia. Por ende, es necesario que se impulse y desarrolle la capacidad creativa para tener una cultura innovadora (Carrillo, Caballero y Ventura, 2019).

La literatura indica que una persona es creativa cuando es capaz de analizar un problema y, además, pone en práctica alguna solución que logre generar cambios. Alguien que es creativo, puede ver e identificar problemas donde otras personas no los ven. Por lo tanto, se dice que no solo es una capacidad o habilidad, sino que, se trata de una actitud, pero que exige, además, la capacidad de escoger entre todas las ideas que surgen como propuesta de solución, la mejor (Urquiza-Pozo y Gómez, 2007, citado de Carrillo et al. (2019)).

Es importante establecer que, si bien la innovación depende de la creatividad, esta no necesariamente estará siempre relacionada con el uso de lo último en tecnología. La innovación corresponde a un proceso, el cual comienza con la concepción de una idea, se desarrolla hasta crear un producto o servicio que buscará ser útil, es decir, una solución y termina con resultados positivos económicamente hablando (Alcoba, 2017, citado de Carrillo et al. (2019)).

Para entender el proceso creativo, se resalta la importancia del papel que juegan los mecanismos cognitivos como base del pensamiento creativo y la persona. Una de las teorías cognitivas es la Teoría del Pensamiento Lateral de E. de Bono, el cual dice que el común de las personas tiende a reforzar solo una manera de solución a algún problema encontrado, cuando son múltiples las formas que hay. (De Bono 1994, citado de Carrillo et al. (2019)). Plantea que existen dos pensamientos, lateral y lógico, los cuales se complementan. Es el primero aquel que no se desarrolla lo suficiente, pues este es libre, relacional y da lugar a la obtención de soluciones desde distintas miradas. Así las personas podrán asumir una mejor actitud a la hora de tener que convertir dificultades en oportunidades de negocios rentables. Lo que Bono hace, es proponer

maneras de aumentar la creatividad con técnicas que desarrollan el pensamiento lateral de cada persona.

5.3.1.4. Inteligencia Emocional

Este factor está definido como "la capacidad de controlar nuestras emociones y las de los demás, discriminar entre ellas y usar dicha información para guiar nuestro pensamiento y nuestros comportamientos" (Salovey y Mayer, 1990, citado de OEAP (2018)) y está relacionado con la manera en que una persona se relaciona con los demás, la sociedad.

Investigaciones señalan que la inteligencia emocional es un elemento clave ya que una relación efectiva con la sociedad aporta para el logro de un emprendimiento exitoso. Ya que mayores niveles de este factor serían causa de mejores habilidades de networking, es decir, el establecer redes de contactos profesionales que permiten dar a conocer a la persona y a la empresa, clave en la búsqueda de oportunidades de negocio (Khatoon, 2013, citado de OEAP (2018)).

Si bien, como señala Khatoon (2013, citado de OEAP (2018)), los emprendedores usualmente cuentan con niveles altos de inteligencia emocional como parte de las características de ellos, sin evidenciar brechas notables entre hombres y mujeres, hay otros estudios que sugieren que, por un lado, hombres cuentan con una mayor habilidad al controlar impulsos emocionales y al tolerar el estrés que un emprendimiento pueda traer. Por el otro, mujeres muestran mayor conocimiento de emociones personales (Thayer, Rossy, Ruiz-Padial & Johnsen, 2003, citado de OEAP (2018)). Además, Sánchez-Núñez (2008, citado de OEAP (2018)), identifican en su estudio que también existen brechas en cómo se manejan y entienden las emociones de los otros, habilidad que será mejor controlada por las mujeres que los hombres.

De diferentes entrevistas que se realizan para el GEM Mujer, se desprende que las mujeres poseen menos tiempo para dedicar a sus emprendimientos, por lo tanto, avanzan de manera lenta y pierden la oportunidad de participar en instancias que puedan ser importantes para desarrollar sus negocios, esto ya que, hoy siguen siendo las principales responsables de las labores del hogar y el cuidado y crianza de los hijos. Dedicar poco tiempo, o menos que los hombres, se refleja en que para ellas es más complicado pasar el llamado "valle de la muerte", referido a los 42

meses de vida del emprendimiento, presentando este periodo mucho desgaste y convirtiéndose en fuente de frustración (GEM Chile-Mujer, 2017).

Mujeres también han demostrado con sus respuestas, que más allá de la responsabilidad monetaria que tiene la contratación de un equipo de trabajo, existe la constante preocupación del bienestar de ese equipo, para ellas la calidad de vida de todos es un factor muy importante. Para que el negocio propio funcione, la gente que está cargo de ellas debe estarlo también (GEM Chile-Mujer, 2017).

5.3.1.5. Motivaciones

Si se va a la raíz de lo que lleva a una persona a tomar una conducta, los autores convergen en la Teoría de Acción Planificada (TAP) tal como lo hacen Laguía, Moriano. Molero y Gámez (2017). Donde se plantea que la intención de llevar a cabo cierta conducta es dependiente de tres factores (Ajzen (1991, citado de Laguía et al. (2017)).

- Actitud hacia la conducta emprendedora, referida al costo de llevar a cabo la conducta.
- Norma subjetiva, corresponde a la probabilidad con que el resto de las personas aprueben o no la conducta que una persona desea adoptar.
- Control conductual percibido, se trata de la creencia en que se tiene la capacidad para ejecutar con resultados exitosos la conducta deseada. Esta se ve influenciada por la presencia o ausencia de recursos y oportunidades.

Se hace relevante el estudio de las motivaciones de quienes deciden ser emprendedores ya que la idea que se desarrolla por esa persona estará guiada por cierto compromiso, será el impulso para pasar de una idea sin base sólida a una idea consolidada. Además, el nuevo empresario que decide desarrollar su propio negocio reconoce que, en los primeros años de vida, las retribuciones tangibles son pocas (Barba-Sánchez, Jiménez-Zarco y Martínez-Ruiz, 2007, citado de Marulanda et al. (2014)), (Endres y Woods, 2009, citado de citado de Marulanda et al. (2014)). Por lo que se puede afirmar que, los emprendimientos no surgen de casualidad, para que estos surjan, se requiere de grandes esfuerzos por parte de los fundadores y por lo demás, tiempo. (Carter, Gartner, Shaver y Gatewood (2003), citado de Marulanda et al. (2014)).

Existen diversos planteamientos teóricos sobre las motivaciones del emprendedor y una de ellas es el de Shapero (p.25, 1985), citado de Marulanda et al. (2014)). El cual establece que

ésta puede surgir de situaciones que impacten en la estabilidad de la persona, ya sean negativas o positivas, por ejemplo, frustración en el empleo, ganancia de una herencia o un premio monetario importante. Luego de esa situación desestabilizadora, el potencial emprendedor evalúa dos factores, la conveniencia (o deseabilidad) que se relaciona con la valoración que le da la cultura a la actividad emprendedora y la factibilidad (o viabilidad), refiriéndose a lo que se obtiene del negocio propio (habilidades, recursos, garantías, experiencias).

Las motivaciones, tal como el informe de Mujeres del Pacífico (OEAP, 2018), generalmente se distinguen entre emprendimientos iniciados por necesidad de autoempleo o ingresos y por oportunidades en el mercado. Existen estudios que evidencian que entre hombres y mujeres existen diferencias al momento de pensar en la motivación para emprender (Zapalska, 1997, citado de OEAP (2018)). Uno de ellos, establece, por ejemplo, que hombres inician un negocio propio con el fin de obtener recompensas extrínsecas, mientras que mujeres por otro lado, buscan ser recompensadas altruista e intrínsicamente (Eagly, 1987, citado de OEAP (2018)).

Esto se ve reflejado en que existen mujeres que deciden emprender porque ven como imposible avanzar y desarrollarse en sus carreras profesionales, no así aquellas que se encuentran cómodas en sus trabajos (Sullivan, 2012, citado de OEAP (2018)). También es común, que mujeres opten por desarrollar un negocio propio gracias a que con ello tendrían la posibilidad de contar con horarios flexibles que permitan también pasar más tiempo con sus hijos, familias u hogares, mientras que hombres estaría motivados principalmente por el éxito económico y la innovación (Parasuraman, 2001, citado de OEAP (2018)).

En Chile, del total de aquellos que deciden emprender, de los hombres, un 75% dice haber iniciado por oportunidad versus un 57,2% de mujeres que lo hacen por la misma razón (GEM Chile-Mujer, 2015). Al 2017, la brecha entre hombres y mujeres en emprendimientos motivados por oportunidad sigue siendo prácticamente el doble que, en países de la OCDE, esto a pesar de que desde el 2008 tiende a bajar (GEM Chile-Mujer, 2017). Por otro lado, un 33% aproximadamente de las mujeres indican iniciar un negocio por necesidad, en contraste con el 21% de los hombres. Hay regiones en las que esta diferencia alcanza valores mayores al 30% como lo es en la región de O'Higgins, y en otras que es cero como en Antofagasta, Araucanía y

Magallanes, al igual que en países de la OCDE. En la región metropolitana, esta brecha está cercana al 10% (GEM Chile-Mujer, 2017).

5.3.1.6. Educación

Hay varios autores que en sus estudios concluyen la influencia de la educación en los emprendimientos femeninos. Se atribuye importancia a que el emprendedor tiene que, en primer lugar, detectar e identificar las oportunidades que su contexto le entrega y es la educación la que entrega las herramientas necesarias para responder frente a estas situaciones. Algunas de esas herramientas pueden ser para el intercambio de información o de recursos para la capacitación tecnológica o financiación (Escandon y Arias, 2011).

Si bien hay autores que no revelan la relación directa que existe entre estas dos variables, indirectamente una mejor educación mejora las posibilidades de aumentar la participación laboral de la mujer. Es importante mencionar sobre este punto, que las mujeres tienen un proceso de aprendizaje diferente al de los hombres, pues ellas creen en el aprender de habilidades nuevas y que esto se logra a través de la práctica. A diferencia de los hombres que buscan la educación y el conocimiento específico en el área en que quieren desarrollarse (García-Palma y Sánchez-Mora, 2016).

Si bien todo lo anterior corresponde a la literatura, Karen Ríos Ríos, en su memoria "Voces de emprendimiento femenino en Chile" (2013), logra capturar a través de entrevistas una síntesis de todo lo expuesto, afirma que, la educación es claramente uno de los factores más relevantes a la hora de emprender, no significando esto que se requieren más años de estudio, sino que, con la preparación indicada, se obtienen herramientas que apoyan directamente a generar modelos de negocios eficientes, además de las redes que en esos años de estudio se logran crear y el desarrollo de las habilidades blandas, propias de mujeres principalmente, tales como la empatía y la perseverancia.

Al año 2010, solamente un 13% de las emprendedoras en etapas iniciales contaba con educación universitaria completa, mientras que al año 2017 este porcentaje aumenta a aproximadamente un 30%. Este cambio se sigue explicando en parte, por el progresivo aumento que se ha presentado en el ingreso de mujeres a la educación superior y por el aumento de

mujeres que perciben que el emprendimiento puede ser una carrera sustentable y deseable, alcanzando una valoración del 72% aproximadamente, muy pareja a la percepción de hombres que es alrededor de un punto porcentual más baja (GEM Chile-Mujer, 2017).

La importancia de la educación para desarrollar un emprendimiento exitoso no solo se refleja en la literatura, sino que también es evidenciado en el GEM Mujer de Chile. Las emprendedoras han situado al aprendizaje como un eslabón transversal, ellas se encuentran dispuestas a llevar a cabo distintas actividades de modo de mejorar y sacar adelante sus negocios aumentando la productividad, tales como programas de educación, capacitaciones, entre otros. Ellas son capaces de establecer cuáles son competencias que son necesarias y en las que pueden recibir apoyo, mencionando entre las más relevantes: evaluaciones de rentabilidad, estacionalidad de ventas, plan de negocios sustentable en el corto, mediano y largo plazo, administración de negocios, evaluación de indicadores financieros, contables y tributarios, manejo eficiente de recursos, análisis de entorno y competencia, validación de propuestas, posicionamiento de marca, estrategias de ventas, es decir, principalmente el fortalecimiento del área comercial (GEM Chile-Mujer, 2017).

5.3.2. Factores Interpersonales

5.3.2.1. Familia

El rol que cumple la familia en las decisiones laborales tiene un peso muy importante. Ya que, a pesar de que con los años el rol del hombre y la mujer han ido equiparándose, el cuidado de los hijos sigue siendo una responsabilidad de la mujer principalmente mujer (Mc Gowan, 2012, citado de OEAP (2018)), al igual que las tareas domésticas (Aldrich y Cliff 2003, citado de Laguía et al. (2017)). Complementando esto, trabajos establecen que el emprendimiento se vuelve menos deseable en aquellas sociedades en que la mujer está muy ligada a las responsabilidades que una familia conlleva (Baughn *et al* (2006, citado de Álvarez et al. (2012)) y Langowitz y Minniti (2007, citado de Álvarez et al. (2012)).

Sumando a lo anterior, si se observan los hogares de niveles socioeconómicos más bajos, la mayoría están liderados por mujeres (Rajaram, 2009; Tucker, Lowell, 2015, citado de OEAP (2018)). Por lo tanto, si una jefa de hogar decide emprender, siendo consciente de los riesgos

que puede traer, ésta optará por negocios más pequeños. (Mc Cracken et.al, 2015, citado de OEAP (2018)).

La problemática de lograr hacer compatible el trabajo con las responsabilidades familiares, se traduce en que los emprendimientos femeninos cuentan o requieren de periodos de recesión. Ya que existen momentos en que se requiere dejar de trabajar para atender compromisos familiares, llegando incluso a decidir no volver a trabajar para quedar estable en el hogar (Mc Cracken et.al, 2015, citado de OEAP (2018)).

En Chile, de la proporción de hogares que son monoparentales, un 84,9% de ellos tienen como jefe de hogar a una mujer (INE, 2018). Además, si se considera que las mujeres cumplen con el rol de cargar las responsabilidades del hogar, existe un gran número que opta por buscar trabajos de jornadas más cortas. La Cuarta EME (2016, citado de OEAP (2018)) identifica que el 50,3% de las mujeres emprendedoras que decide desarrollarse en un negocio permanente, trabaja media jornada o parcial, versus lo hombres emprendedores que, en un negocio permanente un 64% trabaja jornada completa.

Por otro lado, la Encuesta Nacional de Empleo (2017), determina que del total de las personas que se encuentran fuera de la Fuerza de Trabajo por razones familiares, un 97,4% corresponde a mujeres y solo un 2,6% a hombres. Valor que se mantiene prácticamente estable, ya que desde el 2010 ha variado en un 0,6% (INE, 2017c).

5.3.2.2. Experiencia Laboral

La experiencia laboral es un factor importante ya que es visto desde la perspectiva en que, tener mayor nivel de experiencia hace que una persona se sienta con una mayor confianza a la hora de pensar en manejar un negocio propio. Además, la sociedad valora la experiencia laboral actuando entonces, como una iniciativa para decidir emprender (Sullivan, 2012, citado de OEAP (2018)).

Así también pueden ser condicionantes de iniciar una actividad emprendedora la experiencia laboral que estuvo marcada por frustración, falta de reconocimiento y falta de posibilidades de ser promovido (Hisrish & Brush,1984, citado de OEAP (2018)).

Por otro lado, la edad promedio de los emprendedores es de 49 años para mujeres y 52 para hombres. Y un 77,9% trabajo previamente como asalariado u obrero, en contraste al 62,6% de mujeres que fueron asalariadas previamente a emprender. Por último, las mujeres tienden a reemprender menos que los hombres, con un 17,7% y 21,4% respectivamente (Cuarta EME, 2016, citado de OEAP (2018)).

El GEM Mujer en Chile, destaca de las entrevistas que recopila de diferentes emprendedoras que sus negocios están fuertemente ligados a sus conocimientos previos del mercado, esto porque generalmente deciden emprender en la misma industria de su último trabajo asalariado. Así mismo con sus estrategias ocupadas de modo de lograr mejorar su rendimiento, pues estas generalmente están basadas en una extensión de la su principal actividad (GEM Chile-Mujer, 2017).

5.3.2.3. Redes

En el emprendimiento, el tener redes es importante ya que facilita lo que es el acceso a información importante y financiamiento, aumenta las oportunidades de negocio o del negocio como tal y aporta a el logro de un emprendimiento eficiente (Upton, 2013, citado de OEAP (2018)).

Dentro de los principales obstáculos y barreras que se identifican en la capacidad innovadora de una nueva empresa, se encuentra la falta de relaciones con clientes y proveedores que sean estables, y con los contactos limitados. Ya que se dificulta la creación de valor en la cadena de suministros, y la identificación y atracción de socios con los que se pueda colaborar (Antolín-López, Martínez-del-Río y Céspedes-Lorente, 2015).

La diferencia entre hombres y mujeres está en que el primero, según literatura, busca redes que tengan relación con el quehacer de su negocio mientras que las emprendedoras generan redes que tienen que ver con el rubro, como, por ejemplo, redes con sus familiares u otras mujeres emprendedoras. (Oke, 2013, citado de OEAP (2018)).

Así, distintos autores concluyen que mujeres empiezan sus nuevos negocios con redes pequeñas y menos conexiones que potenciarían el emprendimiento como lo podrían ser futuros clientes y disminuyendo el acceso a conocimiento, desventaja que se hace notar con respecto al

comienzo de los emprendedores (Diaz, 2009, citado de OEAP (2018)). Así mismo con redes que las llevarían a encontrar nuevas oportunidades de capacitación, mentorías o modelos a seguir (Oke, 2013, citado de OEAP (2018)), pero principalmente, el acceso a redes que lleven a obtener los recursos financieros necesarios (Carter, 2007, citado de OEAP (2018)).

Las mujeres logran tener la ventaja y apalear un poco la diferencia con los hombres en lo que es los conocimientos y capacidades de gestión de recursos humanos y marketing, logrando redes en otras áreas (Sullivan, 2012, citado de OEAP (2018)).

Existen redes importantes a las que mujeres emprendedoras pueden acceder y así contar con un soporte, de esta manera pueden tener una mirada de su negocio y fortalecimiento de este y sus capacidades. Tales redes pueden ser instituciones e iniciativas como, por ejemplo, el Programa ChileEmprendedoras, la Red de Mujeres Empresarias, Fondo Esperanza, Mentores por Chile, ComunidadMujer, Mujeres Empresarias, entre otras. Las cuales buscan colaborar con programas de mentorías, asesorías, generación de redes, etc. (OEAP, 2018).

5.3.2.4. Modelos a seguir

Los modelos a seguir se entienden en la literatura como aquellos que son capaces mediante su comportamiento, actitud y lo que hacen, de mostrarse creíbles y como una alternativa a seguir para otra persona, dado que inspiran y muestran nuevas perspectivas acerca de un tema, puntos esenciales en el mundo del emprendimiento (Boz, 2013, citado de OEAP (2018)). Por otro lado, las mentorías se definen como relaciones entre una persona con mayor experiencia en cierta área o actividad, y una de menos, donde la primera puede bridar apoyo, guía o motivación (Ncube, 2010, citado de OEAP (2018)).

¿Cómo incide esto?, pues hay estudios que indican que existe una falta de modelos a seguir para las mujeres, condicionando así la intención a emprender (OCDE, 2004, citado de OEAP (2018)).

Es clave establecer que para que se pueda lograr una relación que satisfaga la necesidad de un modelo a seguir, es clave que la emprendedora (o emprendedor) reconozca que requiere de esta mentoría, orientación u inspiración, (Laukhuf, 2015, citado de OEAP (2018)), ya que los beneficios que pueden brindar son variados y de mucha importancia, como lo son habilidades de liderazgo, autoeficacia, autoconfianza, entre otros (OEAP, 2018).

En cuanto a los modelos a seguir en el país, se tiene que existe paridad entre hombres y mujeres acerca del vínculo con otro emprendedor, alcanzando un 60%, esto quiere decir, la mujer y hombre emprendedor conocen personalmente a otras personas que hayan comenzado un negocio en los últimos dos años (GEM Chile-Mujer, 2017).

5.3.3. Factores asociados al contexto

5.3.3.1. Estereotipos

La palabra estereotipo o representación cultural de género, se define y entiende como las ideas, creencias y significados que usan en una sociedad para darle una estructura y organización a la realidad (Del Valle,2002, citado de OEAP (2018)).

Si se analiza la historia hacia atrás, siempre se ha planteado que el encargado de proveer al hogar es el hombre y aquella que debe encargarse de las tareas del hogar y el cuidado de hijos es la mujer. Estos planteamientos juegan un rol indispensable en lo que es la creación de un entorno y la interpretación de éste (Colás, 2007, citado de OEAP (2018)).

Suelen Castiblanco realiza un estudio donde se halla que, de diferentes artículos sobre emprendimientos liderados por mujeres, uno de los principales obstáculos para ellas son las construcciones sociales y los roles asumidos (Castiblanco, 2013).

Suarez (2011, citado de Castiblanco (2013)) afirma en sus trabajos que el mercado laboral se segmenta tanto vertical como horizontalmente en materia de género. La primera segmentación hace referencia a la discriminación que existe en materia de salarios y puestos jerárquicos, y la segunda, a que hombres y mujeres se distribuyen por áreas ocupacionales.

Luz Gabriela Arango hace una caracterización de esta segmentación del mundo laboral, explicando que existen sectores feminizados donde estos tienen la base en las tareas domésticas y las labores familiares, el trabajo vendría siendo una extensión de estas, tales son, por ejemplo, servicios personales, trabajos de cuidado de niños, ancianos, enfermos y actividades manuales, minuciosas y repetitivas, tareas de aseo y limpieza. Las profesionales, tienden a optar por trabajos en el área de la salud y la educación. Esto va acompañado de una segmentación vertical

que agrupa a las mujeres en puestos inferiores y de menor remuneración. (Arango, 2004, citado de Castiblanco (2013)).

Dado lo anterior, las mujeres que buscan emprender se ven limitadas en cuanto al potencial que pueden entregar como dueñas de un negocio por instituciones financieras (Malmstrom & Johansson & Wincent, 2017, citado de OEAP (2018)).

Los estereotipos se pueden evidenciar en cosas como la relación que se le da al emprendimiento como opción laboral y el ser hombre, ya que se requieren de características como independencia, autonomía, riesgo y valentía, las cuales se tienden a asociar al género masculino (Gupta, et al., 2009, citado de OEAP (2018)).

El Informe de Género, Educación y Trabajo (GET) que realiza ComunidadMujer, menciona que la presencia de estereotipos no es algo que sea de edades avanzadas, de hecho, este se distingue a temprana edad, ya que niños y niñas demuestran tener habilidades e intereses propios para determinadas materias y elección de carrera (GET, 2016). Luego, eso se evidencia en que la participación femenina en el mundo laboral se concentra en puestos operativos y funcionales, mientras que la participación masculina se centra en puestos estratégicos y gerenciales. Los emprendimientos de mujeres por su parte entonces se establecen principalmente en sectores de comercio, servicios e industria manufacturera, en contraparte los emprendimientos de hombres están diversificados en comercio, construcción, servicios, sector primario y transporte (EME, 2017).

Hoy existen varios factores que influyen en esta brecha que las mujeres pueden utilizar como base para decidir que la mejor opción es el autoempleo. Entre ellos se encuentran:

- El pequeño número de mujeres trabajando en empresas, y la alta influencia del género masculino en ellas.
- La valorización que se le da al trabajo de las mujeres.
- La discriminación de los empleadores ya sea en entrevistas, visión de lo que es el liderazgo, convencimiento de que la mujer es un empleado menos atractivo dados los costos de la maternidad y las leyes que las protegen.

Un gran porcentaje de la brecha entonces se explica por la cultura y las tradiciones machistas que vienen de hace muchos años atrás (Thompson, 2012).

Por último, se tiene que la variable *empoderamiento de género* posee distintos efectos en países en desarrollo y aquellos que se consideran desarrollados. Para el primer caso, se tiene que la variable empoderamiento se ve anulada por la condición cultural. Esto se entiende como que aquellos países que se encuentran en vías de desarrollo aún están influenciados por tradiciones e ideales de una sociedad estructurada por roles. Por lo que las mujeres preferirán no verse como casos atípicos sociales y seguirán buscando optar por trabajos más inestables o de menor remuneración antes que tomar el riesgo del autoempleo. Por otro lado, en países desarrollados, se puede observar que el empoderamiento de género si tiene efectos positivos sobre los niveles de emprendimiento femenino. Estudios concluyen que los hombres se encuentran influenciados por hombres y las mujeres por mujeres, y que ya que el nivel de participación del género femenino se ha visto incrementado en todas las áreas en muchos países. La confianza de la mujer ha aumentado, llevándola a decidir tomar riesgos e irse por el autoempleo (Markussen y Roed, 2016).

5.3.3.2. Financiamiento

Una de las barreras más nombradas a la hora de revisar la literatura, es el financiamiento, sobre todo para mujeres emprendedoras. Las principales razones de esto son los bajos ingresos, restricciones legales y limitaciones crediticias (Torero, 2014). A esto se suman las creencias y convicciones sociales sobre el potencial de hombres y mujeres a la hora de desarrollar una empresa, lo cual genera restricciones de utilidades, expansión y rendimiento (Johansson & Malmstrom, 2013, citado de OEAP (2018)).

Existe evidencia de estos valores, como por ejemplo que en países en desarrollo las mujeres tienen un 20% menos de probabilidades de abrir una cuenta en un banco que un hombre y un 17% menos de solicitar y que sea aceptado un crédito, datos extraídos del Global Findex del Banco Mundial (Banco Mundial, 2017, citado de OEAP (2018)). Esto implica que las mujeres tienen más tendencia a recurrir a su núcleo más cercano como familia y amigos para conseguir el financiamiento y así empezar un nuevo negocio o desarrollarlo (Mc Cracken, et. Al, 2015, citado de OEAP (2018)). La tendencia por buscar ayuda a su círculo cercano se traduce en emprendimientos con menores índices de beneficios (Ahl, 2002, citado de OEAP (2018)).

En Chile, del total de micro emprendedores, un 58,1% inició su negocio con ahorros o recursos propios. Y luego con un 16,1%, lo inicia gracias a un préstamo o crédito. De ese último valor, prácticamente la mitad corresponde a créditos bancarios o de consumo, seguido de un prestamista particular (con intereses) con un 21% aproximado, el 14% gracias a un programa de gobierno y un 10% gracias a u prestamos de amigos o parientes (sin intereses). De aquellos que no han solicitado créditos o préstamos, si bien el 39% es porque no lo necesita, un 21,7% no lo hace porque no le gusta, el 12% no podría hacer frente a los pagos y un 20% cree que no cumple con los requisitos por lo que no se lo otorgarían (EME, 2017).

En el 2016, solo un 4,2% de las mujeres indicó que financió el inicio del negocio con préstamo o crédito bancario, versus un 7,3% de hombres que lo hicieron (EME, 2015).

El financiamiento es uno de los principales desafíos y barreras a los que se enfrenta un emprendedor, en cualquier parte del mundo, y este desafío se hace más complejo si se trata de una emprendedora. Para ellas, la barrera se da principalmente por la falta de experiencia. Esto causa, que mujeres empiecen con un capital de menor magnitud que los hombres, limitándolas a entrar con su negocio en sectores que exigen menores requerimientos de capital y, por lo tanto, son menos rentables. Además, como consecuencia de esto, se limita la posibilidad de ahorrar y con ello las opciones de relacionarse con entidades financieras, se genera un ciclo en desventaja para las mujeres (Saavedra y Camarena, 2015).

Mujeres entrevistadas validan este punto en sus entrevistas, declarando que una de las principales barreras es juntar el capital de trabajo necesario para proyectar sus emprendimientos, y que perciben distintos aspectos (psicológicos, institucionales y organizacionales) que impiden o entorpecen el acceso al financiamiento, también reconocen necesitar un asesor tributario y el costo de este (GEM Chile-Mujer, 2017).

5.4. Papel de agentes externos

Las políticas que buscan fomentar el emprendimiento femenino, a pesar de que se incluyen el marco general de los programas en los países de América latina, no se demuestra que les estén prestando la atención necesaria y se está limitando el verdadero potencial de estas herramientas (SELA, 2010, citada de OEAP (2018)). Es importante porque está considerado que estas políticas adoptadas si causan efectos importantes en mujeres emprendedoras.

El papel que deben cumplir las políticas y programas está relacionado con dar a conocer que el emprendimiento es una opción de carrera no solo para hombres, sino que también para mujeres. Lograr aumentar la autoestima, el crecimiento de las expectativas y el potencial que tiene el género femenino. Aparte de trabajar por la menor participación de mujeres en las actividades emprendedoras, este apoyo externo debiese buscar soluciones a las fallas que tiene el mercado que limitan el crecimiento de los negocios liderados por mujeres (Saavedra y Camarena, 2015).

Para ello, la OCDE (2013, citado de Saavedra y Camarena (2015)), propone puntos en los que deben estar centradas las políticas de apoyo a mujeres emprendedoras:

- Sensibilización empresarial en instituciones educativas y la sociedad.
- Apoyar aquellos programas que difundan oportunidades empresariales para las mujeres.
- Apoyar a la generación de información que sea oportuna y entregue comparaciones a nivel internacional en emprendedores hombres y mujeres.

La literatura también concluye, que aquellos instrumentos que demuestran mayor efectivad en nuevas empresas, son aquellas que ayudan en el acceso a capital financiero, capital social, tecnológico y de conocimiento, por ejemplo, financiamiento de proyectos de innovación, la creación de redes entre distintas empresas, la generación de lazos y relaciones entre universidades y centros de investigación, apoyo en la adquisición de información de mercado importante y la asistencia a ferias comerciales con el fin de ayudar a mostrar el negocio (Antolín-López, Martínez-del-Río y Céspedes-Lorente, 2015).

Por otro lado, el GEM Mujer ha logrado recopilar en sus entrevistas diversas opiniones de emprendedoras muy útiles para este estudio, en las cuales se encuentran que:

- Las mujeres con un negocio propio valoran el progreso que ha habido en materia de fuentes de apoyo y soporte del negocio,
- Se reconoce la amplia carta existente, tanto pública como privada. Afirman también, que a pesar de que se reconoce la importancia de estos apoyos, no existe la fiscalización suficiente, existe un foco excesivo en lo que son los fondos más que en la sustentabilidad de los emprendimientos.
- Se percibe que no existe la información eficiente de a dónde acudir, y un lenguaje utilizado que en casos es una barrera que genera brechas entre las mujeres. A veces realizar los procesos de postulación son difíciles de entender.
- Si se realiza una búsqueda eficaz, se pueden encontrar no solo programas a nivel de gobierno central, existen varias oportunidades a nivel municipal.
- Aquellas mujeres que no buscan este apoyo de programas están en desventaja. Aparte de recibir enseñanzas de la actividad emprendedora como tal, existe ayuda en la creación de alianzas, u otros soportes para el negocio.
- Se subraya el rol que pueden cumplir las universidades como alianza clave, sobre todo las prácticas que realizan los estudiantes, generando, por ejemplo, innovaciones y mejoras gracias a trabajos de tesis. (GEM Chile-Mujer, 2017).

6. METODOLOGÍA

6.1. Método de investigación

6.1.1. Fase Exploratoria

En primera instancia, se realizó una fase exploratoria con el fin de hallar en la literatura los distintos factores que son incidentes en el emprendimiento femenino.

Para ello, en primer lugar, se hace una sección de antecedentes con el fin de contextualizar la situación actual. Luego, una revisión de distintos autores con el objetivo de entender que es el emprendimiento, su importancia y componentes importantes de esta actividad. Para luego pasar a la literatura que ayuda a comprender el emprendimiento, pero desde la perspectiva del género femenino.

De esta manera se llegó al Informe "Programas de Apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza del Pacífico" del Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacifico (OEAP), quien establece que existen 13 factores incidentes en el emprendimiento femenino. De esta manera, la fase continúa con la búsqueda de autores que ayuden a complementar cada uno de esos puntos mencionados por la OEAP.

En segunda instancia, se realiza una búsqueda por Internet de entidades, ya sean privadas o del gobierno, que fomenten el emprendimiento y ofrezcan programas de apoyo. Esta se complementó con la asistencia a una charla de Sercotec, Corfo y Asech en la Municipalidad de Lo Barnechea, la cual consistió en la explicación de cada una de esas unidades.

6.1.2. Fase Concluyente

En esta fase determina que se harán dos encuestas diferentes. La primera, a mujeres que actualmente tengan un emprendimiento propio y la segunda a organizaciones que apoyen con programas a los emprendedores.

El objetivo de cada encuesta es el siguiente:

- **Encuesta Emprendedoras:**

  Realizar una serie de preguntas que logre captar en primer lugar, el tipo de emprendimiento que realizan las mujeres encuestadas, principalmente, determinar la motivación de ellas. En segundo lugar, establecer cómo se perciben ellas en torno a los factores que, según la literatura, son incidentes en los emprendimientos femeninos. Y, por último, tomar la opinión en cuanto a los distintos programas de fomento al emprendimiento que se ofrecen hoy, ya sea por privados o por instituciones públicas, con el fin de encontrar si han buscado ayuda externa, la facilidad y que tanto confían en ella. A modo de complementar esta sección, se incluye una última pregunta con el fin de conocer si las mujeres encuestadas conocen una serie de programas encontrados en internet.

- **Encuesta Organizaciones:**

  Realizar una serie de preguntas con el fin de esclarecer cual es el contenido de los programas de fomento al emprendimiento que se ofrecen hoy en día. Para ello se realiza una primera sección para saber si se ofrecen programas directamente a las mujeres emprendedoras y si tienen algún foco específico. Y la segunda sección está dirigida a comprender los contenidos de sus programas. También se tiene una sección libre donde pueden añadir comentarios que puedan servir de complemento a las respuestas anteriores.

6.1.2.1. Diseño investigación concluyente

Ambas encuestas estarán estructuradas mediante un cuestionario formal con preguntas que seguirán un orden específico.

6.1.2.2. Diseño cuestionario

6.1.2.2.1. Encuesta a Emprendedoras

Cuestionario compuesto de 43 preguntas, separadas en tres secciones distintas.

I. Preguntas demográficas:

Compuesto de 8 preguntas destinadas a recopilar datos personales de la emprendedora y del emprendimiento. Estas preguntas (sin considerar la edad y el rubro), poseen respuestas estructuradas.

II. Percepción de los factores incidentes en el emprendimiento femenino:

Preguntas de tipo escala Likert, se entregan 28 afirmaciones donde la emprendedora debe responder entre las siguientes cinco alternativas:

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutro
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

III. Percepción programas de fomento al emprendimiento de entidades:

Preguntas de tipo escala Likert, se entregan 7 afirmaciones donde la emprendedora debe responder entre las siguientes cinco alternativas:

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutro
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

6.1.2.2.2. Encuesta a Organizaciones

Cuestionario compuesto de 32 preguntas, separadas en tres secciones distintas.

I. Preguntas demográficas:

Compuesto de 3 preguntas destinadas a recopilar datos de la organización y el tipo de programas que ofrece.

II. Factores incidentes en el emprendimiento femenino:

Se formularon 27 preguntas donde la organización debe responder “Si” o “No”.

III. Respuestas libres:

a. Mencionar programas específicos para mujeres emprendedoras si es que poseen.
b. Dejar algún comentario que pueda complementar las respuestas anteriores.

6.1.2.3. Diseño muestra

6.1.2.3.1. Población meta

Encuesta Emprendedoras:

- Elemento: Mujeres que tengan un emprendimiento propio.
- Unidad de muestreo: Mujeres.
- Extensión: El alcance es la región metropolitana.
- Tiempo: El tiempo de aplicación de la encuesta fue desde el 30 de abril al 3 de junio del año 2019.

Encuesta Organizaciones:

- Elemento: Organizaciones que tengan programas de fomento al emprendimiento.
- Unidad de muestreo: Organizaciones.
- Extensión: Organizaciones que tengan apoyo en la región metropolitana.
- Tiempo: El tiempo de aplicación de la encuesta fue desde el 13 de mayo al 6 de junio del año 2019.

6.1.2.3.2. Tamaño muestra y proceso de muestreo

Encuesta Emprendedoras:

Se trató de comunicar a alrededor de 300 emprendedoras a través de las redes sociales. Cuando se alcanzó un total de 100 respuestas, se hicieron pruebas de media y desviación estándar de algunas variables para ver la variabilidad de las respuestas. Llegando a la conclusión de que con 100 ya se podía hacer un análisis.

En total, se logró obtener un total de 139 respuestas válidas.

Encuesta a Organizaciones:

Se trató de hacer contacto con 60 instituciones diferentes a través de correo electrónico, redes sociales y sitio web. Se logró contactar finalmente con 45 entidades diferentes.

6.2. Recopilación de información

La recopilación de información tanto a emprendedoras como a organizaciones se realizó a través de un formulario online de la plataforma Google. *Google Forms* es una herramienta que permite realizar cuestionarios y recopilar datos, siendo esta base descargable para trabajar como Excel.

La Encuesta a Emprendedoras fue enviada a través de redes sociales como Facebook e Instagram a mujeres que tenían su emprendimiento publicado en ellas. Se buscaron plataformas que sirvieran como redes de difusión para contactarlas.

La Encuesta a Organizaciones se envió a través de correo o redes sociales, luego de haber tomado contacto con alguien que fuera del departamento o unidad de emprendimiento si correspondía o alguien que supiera de los programas ofrecidos. En el caso de municipalidades, dada la dificultad de conseguir contacto vía correo electrónico, se procedió a llamar por teléfono y solicitar un contacto que tuviera la disposición a responder la encuesta en algunos casos.

6.3. Análisis de información

Posterior a la recopilación de datos se procede a realizar el análisis de los resultados.

Para ello, en primer lugar, se realiza un análisis descriptivo de cada una de las preguntas de ambos formularios. Además de realizar ciertos cruces para encontrar caracterizaciones de las muestras. Esto se hizo a través de Excel y el programa SPSS Statistics, ambas herramientas que pueden utilizarse para el análisis de datos, generando con ellas diferentes gráficos y tablas de resultados.

En segundo lugar, con los resultados directos de las encuestas se procede a realizar una comparación entre emprendedoras y organizaciones en base a los factores incidentes en el emprendimiento femenino dados por la literatura.

En tercer lugar, para encontrar aquellos factores que para las mujeres emprendedoras que fueron parte del estudio, consideran más importantes, se realizó un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) a través del programa SPSS. El cual busca reducir datos en factores que explicarían la mayoría de los resultados obtenidos.

Luego de encontrar esos factores, se siguió el análisis de los resultados con la herramienta de SPSS de generación de Clústers. De esa manera se comprendieron y caracterizaron los grupos que se generan de los resultados de las percepciones de mujeres emprendedoras con respecto a sus habilidades y confianza en sus emprendimientos, la percepción también de ellas con respecto al apoyo que se ofrece hoy y las respuestas de las organizaciones en su encuesta. Con el fin de realizar una comparación y formulación de conclusiones y recomendaciones.

7. DESARROLLO

7.1. Organizaciones que apoyan a emprendedores y emprendedoras

7.1.1. Instituciones Privadas y Fundaciones

Súper Mujer – Descubre el poder que llevas dentro

Es una comunidad que tiene su foco en el apoyo, educación, orientación y en el empoderar mujeres, ya sean emprendedoras, estudiantes, dueñas de casa, empresarias, etc. No solo en lo profesional, sino también en el ámbito emocional. Se busca ayudar a las mujeres a que estén en armonía con la vida y que pueda desarrollarse en todas las áreas y así logren realizarse.

La fundadora de Súper Mujer es Cata Droguett, destacada periodista chilena que durante más de 15 años ha dedicado su vida a la creación de espacios y creación de contenidos para la televisión y radio que contribuyan al emprendimiento social, a las mujeres, la maternidad, el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad.

Algunas actividades que se realizan:

- Destacar semanalmente a una Súper Mujer de distintos rubros, dará a conocer y que comparta su historia
- Charlas
- Talleres
- Escuela Súper Mujer, busca enseñar a través de la experiencia de la fundadora de la comunidad, entregar herramientas de educación, orientación y empoderamiento.
- Blog
- Comunidad de apoyo (publicidad para productos, capacitaciones, marketing, redes sociales, mentorías, entre otros)

Página web: http://www.super-mujer.cl/

Woman Go

Es una revista dedicada a difundir y potenciar el emprendimiento femenino.

Algunas actividades que se realizan:

- Programa Emprendedoras (Duración de 3 meses, compuesto por diferentes cursos)
- Difusión de emprendimientos
- Actividades entre emprendedoras, networking
- Cursos Online
- Blog, recursos
- Concursos
- Revista

Página web: https://revistawomango.com/

WoomUp

Es una comunidad de mujeres que busca ayudar a crecer profesionalmente, dando redes y modelos a seguir para que ellas puedan avanzar en sus carreras. Esta plataforma está diseñada para mujeres profesionales y líderes que quieren crecer. Buscan derribar el techo de cristal que se les presenta a mujeres.

Algunas actividades que se realizan:

- Networking
- Mentorías presenciales y online en distintas áreas
- Apoyo a empresas para de carrera de sus colaboradoras
- Academia MentorUp (crear futuras líderes)
- Programa WoomUp Emprende, diseñado para entregar un programa de mentorías especializadas, networking y talleres especializados para emprendimientos.
- Blog

Página web: https://woomup.cl/

Impulso Chileno – Una oportunidad para emprender

Es una iniciativa de Andrónico Luksicc que tiene como objetivo sacar a la luz a aquellas personas con sus proyectos que no han podido concretarse, así, darles una oportunidad y ayuda para partir, un impulso inicial. Buscan llegar a los diferentes rincones de Chile y llegar a todas las personas que tienen la energía que se requiere para emprender.

Lo que se realiza es un concurso de emprendimiento, donde los ganadores aparte de recibir financiamiento para partir, reciben también apoyo y capacitaciones.

Página web: https://www.impulsochileno.cl/

Fundadoras

Corresponde a una comunidad, escuela de negocios y cowork de mujeres de negocios. Acá buscan preparar fundadoras en su rol como empresarias y agentes de cambio.

Algunas actividades que se realizan:

- Blog – columnas de opinión
- Mentorías
- Sesiones – networking
- Material de apoyo
- Programas

Instagram: https://www.instagram.com/fundadoras/

El Club de los Emprendedores

Es un espacio que piensa, ayuda y promueve a los emprendedores, aparte de las redes sociales como Facebook e Instagram, este club apoya a través de la radio desde el año 2017.

Algunas actividades que se realizan:

- Eventos – conversaciones
- Programas

- Coworks
- Blog

Instagram: https://www.instagram.com/elclubdelosemprendedores/

Start-Up Chile

Comunidad de emprendimientos, aceleradora de negocios creado por el gobierno de Chile, CORFO el cual busca traer un alto nivel de emprendimientos basados en la innovación. La idea es lograr que el país mantenga su posición como polo de emprendimientos tecnológicos e innovadores, y que todos aquellos negocios que surgen tengan un impacto positivo en la economía local. Luego de su éxito en Chile, se han creado programas similares en alrededor de 50 países distintos.

Esto lo logran a través de:

- Programas como The S Factory (programa de pre-aceleración para mujeres) y Huella (Programa de aceleración)
- Talleres, charlas y otras actividades, reuniones de apoyo, entrenamientos de pitch
- Conexiones a través de mentores locales y globales, inversionistas y redes
- Eventos
- Creación y promoción de la comunidad Start-Up
- Blog

Página web: http://www.startupchile.org/

ASECH – Asociación de Emprendedores de Chile

Corresponde a la asociación de emprendedores más grande de Chile, con más de 32.000 socios. El objetivo de Asech es hacer que Chile sea el mejor país para emprender, donde todos tengan las mismas oportunidades para sacar adelante un proyecto o empresa propia. Los que trabajan en esta asociación son consejeros, profesores, evaluadores y profesionales de distintas áreas, formando así un grupo multidisciplinario.

Todo lo que realizan está sobre cinco pilares fundamentales, la voz de los emprendedores, la información, las redes, la formación y la defensa. Alguna de esas actividades son:

- Influencia en la agenda pública y privada
- Promoción y defensa del emprendimiento
- Participación en mesas de trabajo con gobierno y otras organizaciones
- Iniciativas pro-emprendimiento con socios
- Entregar material importante para emprendedores (manuales, contratos, videos informativos, tips, charlas online, etc.)
- Creación de alianzas con entidades financieras
- Eventos masivos de redes
- Cumbres de emprendedores
- Ferias de emprendimiento
- Encuentros after-office
- Jornadas de bienvenida
- Actividades de formación (Seminarios, charlas, talleres, jornadas de pitch)
- Programa Emprendedor del año Asech (formación y mentorías)
- Asesorías legales
- Contacto con red de abogados privados pro-emprendimiento
- Centro de mediación

Página web: https://home.asech.cl/

Acción Emprendedora

Es una corporación que busca apoyar a personas que quieran desarrollar sus emprendimientos, este objetivo no tiene fines de lucro. Aspiran a colaborar con la disminución de la desigualdad en Chile, entregando opciones a aquellos que no tienen la oportunidad de acceder a la educación universitaria o a aquellos que quieren desarrollar sus proyectos de negocios. El trabajo que realizan como ONG, se hace en pos de generar emprendedores y emprendedoras íntegras, con negocios consolidados, con aspiraciones de crecimiento y

generación de empleos. Así mejorar la vida del fundador y su entorno. Esto lo hacen a través de:

- Formación emprendedora
- Consultorías
- Mentorías personalizadas
- Programa Acción Impulso
- Red de Mentores CORFO
- Proyectos con grandes empresas

Página web: https://www.accionemprendedora.org

ComunidadMujer

Organización que promueve los derechos de la mujer, contribuyendo a la generación y discusión de políticas públicas que buscan lograr la equidad de género en Chile.

El propósito de la organización es que la mujer nazca en una sociedad con igualdad de oportunidades y derechos.

Lo que hacen en comunidad mujer es entrar en el área de gestión de personas y desarrollo organizacional, y así generar cambios organizacionales. Una de área de experiencia y trabajo es la de Formación y entrenamiento, donde el objetivo es acercar herramientas y competencias que son necesarias para incorporar un mayor nivel de equidad de género.

La forma de ayudar a emprendedoras específicamente se puede ver en la información que entregan acerca de eventos importantes, charlas, escuela de mujeres, experiencias de otras mujeres, destacar hitos y hechos importantes. El centro de las publicaciones es el empoderamiento de la mujer.

Página web: http://www.comunidadmujer.cl/

Fundación Errázuriz

Organización que busca potenciar el emprendimiento a través de la vinculación estratégica. El rol que cumplen es entregar redes de contacto, apoyar con mentorías y conexiones que pueden ser de utilidad para un emprendedor que quiere potenciar su proyecto.

Algunas formas de apoyo son entregando:

- Mentorías y capacitaciones
- Conexiones
- Cartera de posibles clientes
- Eventos importantes
- Información valiosa

Página web: https://www.fundacionerrazuriz.cl/

Genias

Es una comunidad que busca inspirar y empoderar a la mujer en el trabajo, armando su emprendimiento, buscando nuevas opciones laborales o inspiración para desarrollar sus ideas. Genias es tiene como objetivos acompañar, escuchar, informar y conectar a las mujeres con lo que está sucediendo en el mundo del trabajo. Esto a través de:

- Asesorías personalizadas
- Talleres de distintas áreas
- Blog
- Guía de profesionales – plataforma que recomienda mujeres destacadas en algún rubro, éstas muestran su trabajo y otros puedan contactarlas

Página web: https://genias.cl/

Mujeres Influyentes

Comunidad que busca apoyar a mujeres de Chile generando espacios de encuentro, fortaleciendo redes de apoyo y fomentando la colaboración. Así ayudar en el crecimiento y desarrollo de niñas y mujeres.

La idea es que gracias a testimonios que sean motivadores, mujeres tomen riesgos, emprendan y consigan desarrollarse en las nuevas oportunidades.

Algunas de las formas de apoyo son:

- Asesorías
- Plataforma de difusión
- Comunidad internacional
- Redes profesionales
- Eventos con sentido
- Capacitaciones
- Mesas Redondas
- Seminarios
- Mentoring

Página web: https://www.mujeresinfluyentes.cl/

Fundación Emprender

Fundación emprender es una organización sin fines de lucro que dedica su apoyo a la generación de espacios de encuentro y así mejorar los resultados de la empresa, acompañando en la toma de decisiones. Estos espacios buscan ser de confianza, colaboración y potenciamiento, es decir, brindar apoyo colaborativo.

Lo que hace la fundación:

- Circulo colaborativo
- Sesiones mensuales

- Presentaciones de casos

Con esto se busca desarrollar el networking, la asociatividad y la colaboración entre empresarios pares.

Página web: https://www.fundacionemprender.cl/

Mujeres Empresarias – ME

Organización integrada por más de tres mil socias, entre ellas emprendedoras, empresarias y ejecutivas. Ésta busca apoyar a gestión empresarial de las mujeres, incluyéndolas en el mundo económico y de los negocios a través de una gran e innovadora red de contactos.

Lo que ME realiza es conectar con otras emprendedoras, te ofrece asesoría personalizada y financia la idea de una mujer que quiere sacar adelante su negocio propio. También ofrece programas y genera una revista con el objetivo de dar información a la red ME de las actividades, programas, talleres, premios, eventos que sean de interés de las mujeres que la conforman. Publican opiniones relevantes, destacan a socias y genera una opinión propia.

Página web: https://www.me.cl/

Chrysalis – Incubadora de negocios de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Es una organización que financia y apoya a los emprendimientos dinámicos que tienen alto impacto con lo que proponen en etapas iniciales. Ésta opera el fondo SSAF de capital semilla CORFO.

Dentro de los servicios que ofrecen están:

- Procesos de incubación
- Apoyo en la propuesta de valor
- Capital Semilla
- Concursos
- Formación

- Foros de inversión
- Ferias de emprendimientos

Página web: http://www.chrysalis.cl/

Fundación Independízate

Esta fundación tiene como convicción de que los emprendimientos son el motor de empleo en Chile, por eso, buscan apoyar con la entrega de herramientas que consoliden nuevos negocios e impulsen el crecimiento de estos. Para ello, trabajan para potenciar a los líderes emprendedores.

El trabajo que hace Independízate, es a través de un programa que entrega las herramientas necesarias para crear una empresa, donde ayudan con:

- Asesorías para armar la empresa (crearla, registro de marca, páginas web, gestión de Transbank)
- Trámite jurídico (empresa por escritura pública, marcos legales generales)
- Educación en contabilidad (inicio de actividades, boletas/facturas, relación con el SII)
- Apoyo en marketing (diseño de imagen, marketing digital y redes sociales, generación de contenidos, mercado y competencia)
- Asesorías junto a alumnos de ingeniería, expertos en herramientas de gestión y mentores del MBA UC para la consolidación del negocio
- Asesorías para escalar y sostener el negocio

Página web: https://www.fundacionindependizate.cl/

Emprendemos +

Es una plataforma digital que tiene como fin la difusión de los emprendimientos chilenos, apoyan acercando los productos y servicios al público todo en pos del desarrollo de la economía local.

Como punto aparte, se ofrecen asesorías y consultorías especializadas, con el fin de ayudar a desarrollar el emprendimiento y solucionar temas específicos.

Página web: https://www.emprendemosmas.cl/

Fundación Chile Mujeres

Chilemujeres trabaja por un país más justo, fortaleciendo la participación de mujeres en el mundo laboral, para ello, promueven políticas públicas y organizacionales de igualdad salarial, selección de personas sin sesgos, espacios libres de acosos, adaptabilidad laboral y liderazgo.

Para ello, en el sector público debaten y proponen políticas públicas y en el sector privado, realizan asesorías y benchmarks a empresas, realizan entrega de premios a empresas que impulsan el trabajo de la mujer, generan estudios y poseen un proyecto de equidad de género en el trabajo.

Página web: http://chilemujeres.cl/

7.1.2. Servicios Gobierno

SernamEG – Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género

La misión de SernamEG es *"Fortalecer las autonomías y ejercicio pleno de derechos y deberes de la diversidad de las mujeres, a través de la implementación y ejecución de Políticas, Planes y Programas de Igualdad y Equidad de Género, considerando el enfoque territorial, y aportando al cambio cultural que se requiere para alcanzar una sociedad más igualitaria entre mujeres y hombres en el país."* (https://www.minmujeryeg.gob.cl/sernameg/)

Si bien el servicio está a cargo del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género y cumple con muchas funciones y posee diferentes atributos, existen programas específicos que están ligados a la Mujer y Trabajo, de los cuales se desprenden:

- Mujer Emprende, el cual busca avanzar en la autonomía económica de las mujeres emprendedoras. Este realiza trabajos con el fin de mejorar competencias y habilidades aportando en la viabilidad y sostenibilidad de sus negocios. Se centra en tres pilares:
    - Genera Mujer Emprendedora (entregar contenidos técnicos y fortalecer capacidades)
    - Fomento de Redes y Asociatividad (encuentros, tutorías, giras técnicas)
    - Acciones para la sostenibilidad de los emprendimientos (gestión de redes efectivas)
- Buenas prácticas laborales y trabajo decente para la igualdad de género
- Mujeres Jefas de Hogar
- Programa 4 a 7 Mujer Trabaja Tranquila

Página web: https://www.minmujeryeg.gob.cl/sernameg/

SERCOTEC – Servicio de Cooperación Técnica

SERCOTEC es una corporación que depende del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno, la cual tiene como propósito brindar apoyo a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores. Buscan atender a aquellos que enfrentan el desafío de desarrollar un negocio exitoso. Para ello, se quiere mejorar las capacidades de los empresarios de pequeñas empresas y a los emprendedores, también mejorar las oportunidades. Lograr un negocio que sea sostenible y con una buena propuesta de valor.

Algunos de los servicios y herramientas que SERCOTEC pone a disposición son:

- Fondo de desarrollo de negocios Crece
- Servicios de apoyo a la promoción y canales de comercialización
- Asesoría y acompañamiento
- Asesoría legal virtual
- Centro de Negocio Sercotec
- Formación Empresarial

- Portal de capacitación con cursos on-line gratuitos
- Fondo para negocios asociativos Juntos
- Servicio de Redes de oportunidades de negocios
- Fortalecimiento de gremios
- Apoyo a la modernización de Ferias Libres
- Programa de fortalecimiento de barrios comerciales
- Capital Semilla

Página web: https://www.sercotec.cl/

Municipalidades de la Región Metropolitana

Existe alto nivel de preocupación por brindar apoyo a los emprendedores en las distintas comunas de la región metropolitana y se torna importante ya que las municipalidades juegan un papel importante para la creación de nuevos negocios.

Si bien prácticamente todas las municipalidades entregan ayuda o colaboración, existen distintos tipos de programas, herramientas que ponen a disposición de los emprendedores.

Ejemplos de esto son Ferias de Emprendedores, Talleres, Charlas, Capacitaciones, Fondos concursables, publicación de fondos y subsidios de gobierno e informaciones importantes, asesorías, coworks, catálogos de productos, entre otros.

Cabe destacar también, que existen municipalidades que ponen mayor esfuerzo y recursos en el área de emprendimiento creando sus propios departamentos y oficinas a las que se puede acudir siendo emprendedor y recibir apoyo especializado en esta actividad, mientras que otras, dependen del área de Fomento Productivo o de área de Desarrollo Económico Local, por lo que se hace más entorpecido el contacto directo.

7.2. Razón Preguntas Encuestas Emprendedoras y Organizaciones

Se realizaron dos encuestas a partir de la investigación realizada y plasmada en el marco teórico, las cuales desde ahora se denominarán “Encuesta a Emprendedoras” y “Encuesta a Organizaciones”, ambas se encuentran completas en la sección de anexos junto a los resultados obtenidos.

A continuación, se planteará la razón y objetivo de cada pregunta planteada en las encuestas realizadas, esto se hará en conjunto con ambas encuestas.

Con el fin de hacer una caracterización de la muestra de las Emprendedoras y de las Organizaciones encuestadas, se preguntó para las primeras por la siguiente información antes de las dirigidas específicamente a los 12 factores.

- Edad Emprendedora
- Nivel Educacional Emprendedora
- Rubro
- Hace cuánto tiempo está su emprendimiento en el mercado
- Si es su emprendimiento su mayor fuente de ingresos hoy
- Cuánto tiempo dedico antes de sacar al mercado tu emprendimiento
- Si comenzó su emprendimiento por necesidades económicas
- Si comenzó su emprendimiento por oportunidad

A su vez, a las entidades que brindan apoyo en emprendimiento:

- Si posee programas destinados al apoyo exclusivo de mujeres emprendedoras
- Según el conocimiento de que existen dos tipos de emprendedores, por oportunidad y necesidad, ¿tiene la organización un foco con la ayuda que brinda a las mujeres emprendedoras?

Las siguientes secciones de preguntas tienen como fin encontrar información acerca de los 12 factores que inciden en el emprendimiento femenino que fueron propuestos por la OEAP en su informe “Programas de Apoyo al Emprendimiento Femenino en la Alianza del Pacífico”.

7.2.1. Factores Personales

Autoeficacia

Conociendo y habiendo investigado lo que el concepto “autoeficacia” significa en la literatura y desde un lado más psicológico, se plantearon las preguntas al respecto. Con ellas se busca hallar por un lado la percepción que poseen las emprendedoras de sus propias habilidades, necesarias para emprender y al mismo tiempo si son capaces de plantearse objetivos y mantener la motivación para lograrlos. Esto nace de las características que un emprendedor debiese poseer para desarrollar una actividad emprendedora exitosa. En tanto a las organizaciones, se busca hallar si ellas en sus programas de fomento al emprendimiento incluyen un trabajo que por un lado refuerce esa confianza en ellas mismas y por otro, fortalecer las capacidades y habilidades necesarias para tener un negocio propio.

Sesgos Cognitivos (Percepción de Riesgos)

Una vez que se unieron los factores “sesgos cognitivos” y “percepción de riesgo” se plantearon preguntas que buscan identificar el nivel de disposición a tomar los riesgos para desarrollar un negocio que sea sustentable y si las organizaciones incorporan a sus programas espacios donde se pueda asesorar y acompañar a las mujeres que llegan a plantear sus inquietudes con respecto a los riesgos que ven a futuro o se les presentan en esa instancia. Se hace importante porque una de las características de un emprendedor exitoso se relaciona con la capacidad de mirar esos riesgos, evaluarlos y tomarlos en la medida que puedan ser respondidos, es la manera que tiene un emprendimiento de crecer y desarrollarse.

Creatividad

Las preguntas al respecto buscan conocer la percepción de las emprendedoras con respecto al nivel de creatividad asociada a la innovación de las ideas que tuvieron y si las consideran sustentables en el tiempo, de esta manera comparar con las respuestas de organizaciones a las cuales se les preguntó si acompañan a las mujeres en sus procesos de creatividad.

Inteligencia Emocional

Controlar las emociones es una característica o habilidad que aquel individuo que desea involucrarse en una actividad emprendedora debe tener desarrollada, ya que existen situaciones que pueden ser complejas y que se pueden dar al decidir iniciar una actividad por cuenta propia, por ejemplo, algunas de ellas son la frustración de no obtener resultados inmediatos, estrés por el nivel de responsabilidad, cambios repentinos e incertidumbre. Es por eso que se plantea a las mujeres si perciben poseer autocontrol de las emociones y a las instituciones si entregan herramientas para afrontar estas situaciones que pueden presentarse en el camino del emprendedor.

Motivaciones

La motivación que tiene una mujer a la hora de que decide emprender es indispensable ya que esta hará que busque generar un proyecto que sea rentable y que se sostenga en el tiempo. Si bien en el marco teórico al comienzo se define que se puede decidir comenzar un negocio propio por necesidad o por oportunidad, el factor motivación va referido también a la intención de emprender. Sabiendo que ésta depende de la actitud, es decir, saber los costos que tiene cierta actividad, la aprobación del resto y la percepción de que se es capaz de realizarla con éxito. Se plantean preguntas que buscan saber la opinión de las mujeres en este sentido, es por ello que se cuestiona sobre la percepción que ellas encuentran que la sociedad le da al emprendimiento como actividad, si conocen los beneficios junto a si creen que su idea abarca una necesidad real, esta es una forma de describir en parte las intenciones que tiene la mujer emprendedora. Por otro lado, se busca saber si las empresas poseen estos espacios que buscan incentivar el espíritu emprendedor, sabiendo la importancia que posee este.

Educación

Tener un negocio propio implica hacerse responsable de todas las áreas de una empresa para que este se pueda desarrollar. A partir de, principalmente, las entrevistas recogidas del GEM Mujer 2017 y la literatura, se encontraron las áreas más relevantes, las cuales fueron comercial, financiera, tecnologías e innovación, e internacionalización. Además, se considera como

educación, el tener el conocimiento de los programas de fomento al emprendimiento que existen hoy, ya que la falta de información sobre los distintos apoyos afecta directamente al tener o no estas capacidades. Es por eso por lo que a mujeres se les preguntó la percepción de sus habilidades y conocimientos en estas áreas y a las organizaciones si poseen o no apoyo que fortalezca o enseñe materia referida a ellas.

7.2.2. Factores Interpersonales

Familia

La familia es un factor que influye en la decisión de emprender ya que la mujer hoy sigue cumpliendo un rol sobre las responsabilidades familiares, ya sea los cuidados del hogar, la crianza de hijos o cuidar de otros familiares. Por lo tanto, el emprendimiento se puede ver como una opción para obtener tiempos más flexibles pero que al mismo tiempo se puede ver limitado por este rol. De las preguntas a mujeres emprendedoras, se quiere obtener resultados y analizar si ellas ven su negocio restringido por la carga que una familia puede llegar a tener y si es capaz de conciliar el trabajo y el tiempo que dedica a ésta.

Por otro lado, la forma de saber si las organizaciones cuentan con el apoyo que busque que la familia sea tomada con una inspiración y no una limitación, es preguntando si asesoran a mujeres que cumplen con este cargo de jefa de hogar en la búsqueda de oportunidades de negocio y si cuentan con herramientas que ayuden a buscar la conciliación planteada anteriormente.

Por último, de las entidades se quiere saber también, si entregan información acerca de los derechos que tiene una mujer y los que se tienen por ser madre. Con el fin de conocer la profundidad de los apoyos que brindan a mujeres.

Experiencia Laboral

La experiencia laboral es un factor importante ya que incide en la decisión de una mujer ejercer algún tipo de actividad emprendedora. Esta marca una diferencia entre hombres y

mujeres, ya que los estereotipos que la sociedad impone se reflejan en el mundo laboral generando “techos de cristal” que no permiten el desarrollo y crecimiento de las mujeres en sus mundos de trabajo. Por otro lado, la literatura indica que tener experiencia laboral ayuda a generar emprendimientos exitosos ya que entrega herramientas sobre el mundo empresarial.

Es por eso que directamente se les consultó a las mujeres si opinan que poseer experiencia previa les da la confianza para emprender y si una vez decidido que desarrollaran un negocio propio, la sociedad ha diferenciado si han tenido trabajo previo o no, con el fin de encontrar un modo de actuar de los demás a la hora de toparse con una emprendedora.

Las preguntas que se les hace a las organizaciones van dirigidas a si hacen el acompañamiento y monitoreo de emprendedoras que ya tienen un negocio establecido con el propósito de saber si tienen preocupación acerca de la historia de éstos y si ayudan a encontrar formas de expandir los emprendimientos ya que, mujeres sin experiencia laboral previa pueden demostrar no tener conocimientos sobre cómo hacer crecer sus propuestas una vez ya lograron desarrollar su idea inicial.

Redes

En las redes, la literatura hace hincapié en que mujeres tienden a generar más redes externas al quehacer de sus negocios y los hombres relacionadas al rubro de su emprendimiento. Es por eso que en las preguntas planteadas acerca de las percepciones de las mujeres y de si tienen o no los programas necesarios para apoyar este factor a organizaciones, se dividen en estos dos tipos de redes de contacto.

Por otro lado, a las organizaciones se incluye si incorporan acercamientos con entidades financieras ya que se plantea en la literatura que mujeres se encuentran con problemas o barreras cuando desean pedir, por ejemplo, un préstamo en un banco.

Por último, se observó en las entrevistas realizadas por el GEM Mujer 2017, que las emprendedoras mencionan en más de una ocasión el apoyo a través de ferias de emprendimiento, por lo que se les preguntó si personalmente requieren de estas instancias de difusión y a las organizaciones si las realizan, ya que es una forma importante de dar a conocer sus productos.

Modelos a Seguir

Los modelos a seguir tienen que ver con el nivel de inspiración que poseen las mujeres a la hora de decidir trabajar por cuenta propia y someterse a responsabilidades que en un trabajo con un empleador no se considerarían como prioridad. Para las mujeres, la literatura indica que, fuentes de inspiración pueden ser su familia, conocidos o casos exitosos de emprendedoras, entre otros. La pregunta para ellas se dirige a conocer si consideran estar completamente inspiradas y a las organizaciones, si generan espacios que busquen potenciar esta inspiración o generarla.

7.2.3. Factores asociados al contexto

Estereotipos

Los estereotipos que existen hoy en la sociedad influyen directamente en factores como el rol familiar que se le asigna a la mujer, barreras que se pueden presentar cuando una mujer desea solicitar financiamiento, la confianza que siente el género femenino de sus propias habilidades y la estigmatización de su participación en el mundo laboral.

Se busca en las preguntas de la encuesta, hacer opinar a las mujeres emprendedoras acerca de esta mirada que la sociedad tiene de ellas y sus negocios, de esta manera encontrar si ellas se han visto involucradas en un contexto estereotipado que las ha perjudicado o no. Además, se pregunta directamente si se sienten mujeres empoderadas. Siguiendo con eso, de las empresas se quiere saber si cuentan con espacios que fomenten a mujeres confiadas de sus capacidades y rol en esta sociedad y si generan ayuda a aquellas emprendedoras que quieren optar por un rubro que generalmente este asociado al género masculino.

Financiamiento

El financiamiento al momento de querer emprender se ve en el común de la literatura como una de las barreras más frecuentes en la actividad emprendedora femenina. Existen diferentes formas de ayudar en este sentido, puede ser con préstamos, subsidios o fondos concursables, o

generar relaciones entre entidades bancarias u potenciales inversores. De las mujeres encuestas se busca conocer si cuentan o no con una base económica que sustente sus negocios, de esta manera relacionarlo con las entidades, a las cuales se les preguntó acerca del tipo de apoyo financiero que brindan y hacer un análisis coherente entre ambos resultados.

La tercera sección de la Encuesta a Emprendedoras realiza preguntas con el fin de conocer la percepción que tienen las mujeres que tienen su propio negocio sobre los programas de fomento en general que hoy se ofrecen por instituciones públicas y privadas. Para ello, se realizan preguntas que:

- Buscan conocer si la emprendedora cree que el apoyo externo es importante, si ha buscado ayuda y si cree que es fácil o no encontrar lo que necesita, con el fin de analizar la eficiencia de las instituciones al querer dar a conocer sus programas.
- Buscan saber si las mujeres confían en los programas de fomento y si los conocen. Se pregunta de manera diferenciada entre programas de gobierno y programas de instituciones públicas, así poder observar si existe diferencia entre ellas.
- Además, se agrega una última sección donde al preguntar si conoce diferentes programas propuestos, se busca complementar el punto anterior.

8. RESULTADOS

8.1. Análisis Descriptivo de encuestas

8.1.1. Análisis descriptivo univariado de Encuesta a Emprendedoras

8.1.1.1. Análisis Demográfico

8.1.1.1.1. Edad Emprendedora

Tabla 1: *Estadísticos Edad de Emprendedoras*

Estadísticos		
N	Válidos	139
	Perdidos	0
Media		31.12
Mediana		30.00
Moda		27
Desv. típ.		7.808
Mínimo		18
Máximo		58
Percentiles	25	25.00
	50	30.00
	75	36.00

Fuente: Elaboración propia

La edad de las emprendedoras encuestadas se caracteriza por tener un rango de 40 años, donde la menor mujer con negocio propio tiene 18 años y 58 años la mayor. El promedio de las edades es de 31 años y aquella que más se repitió fueron los 27 años.

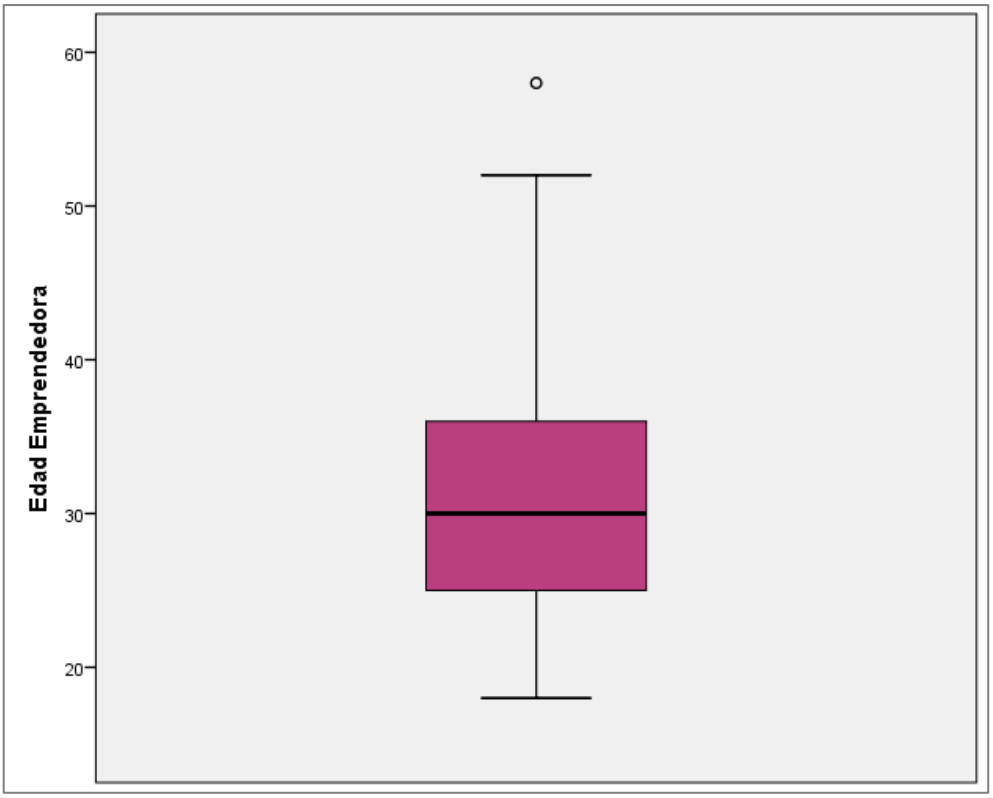

Figura 9: Diagrama de Cajas Edad Emprendedoras. (Fuente: Elaboración propia)

De la figura 9 se extrae que las edades comprendidas entre el 25% y el 50% de la muestra, las cuales van entre los 25 y 30 años, están prácticamente igual de dispersas que aquellas que van entre el 50% y el 75%, las cuales están entre los 30 y 36 años. Entonces, el 50% de los datos está entre los 25 y los 36 años.

Por otro lado, los datos entre los 18 y 25 años se encuentran bastante más concentrados que los datos del bigote superior, el cual separa dos datos de mujeres que tienen 58 años, considerándolos atípicos. Dado el diagrama de cajas, se considera como edad máxima de la muestra, los 53 años aproximadamente.

8.1.1.1.2. Nivel Educativo de las Emprendedoras

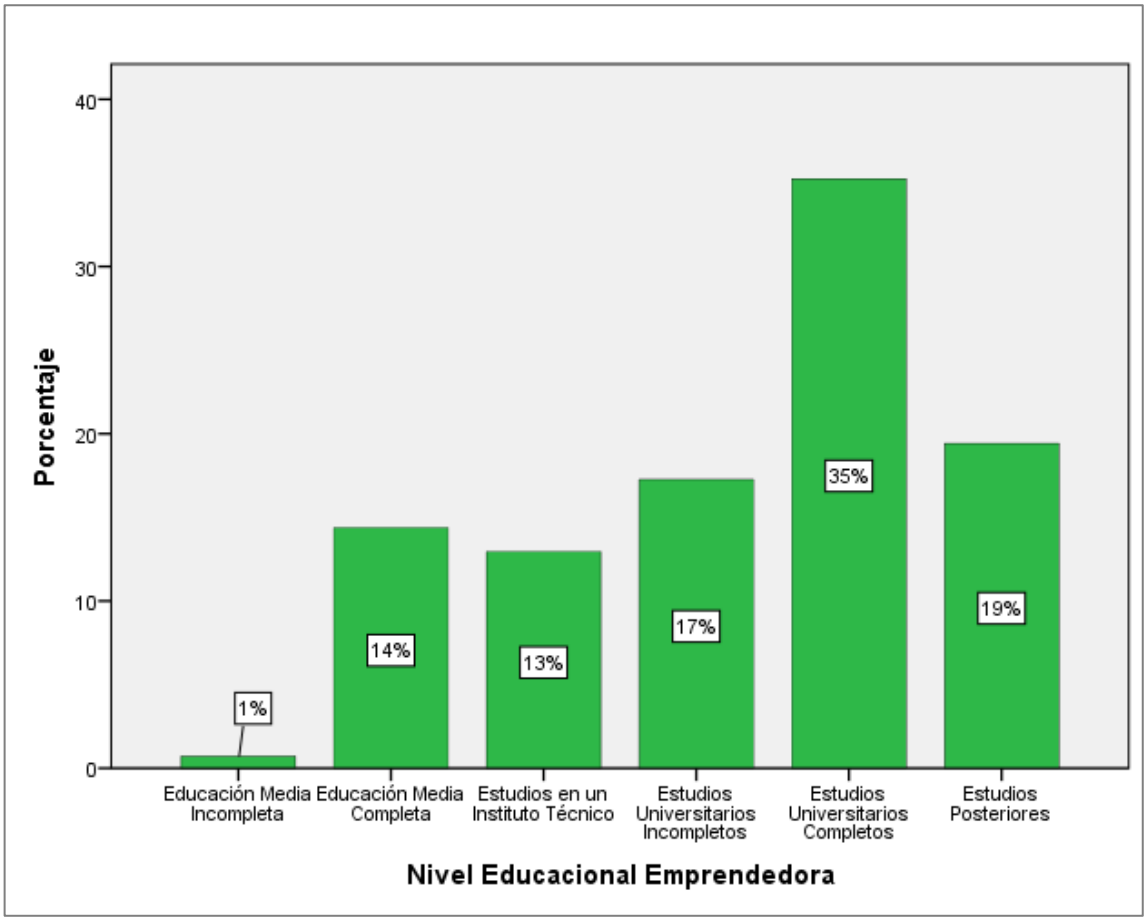

Figura 10. Composición Nivel Educacional Emprendedoras. (Fuente: Elaboración propia)

El nivel educativo de las 139 encuestadas se repartió en 6 en vez de 8 categorías. Ya que no se presentaron resultados en las alternativas de "Educación básica incompleta" ni "Educación básica completa", siendo entonces el menor nivel de estudios "Educación Media Incompleta" con solo una emprendedora.

El nivel educativo de mayor recurrencia fue "Universitario Completo" con un 35%, muy por arriba de los valores que le siguen. Un 19% de las emprendedoras declara poseer Estudios Posteriores a los universitarios, seguido muy de cerca los Estudios Universitarios incompletos con un 17%. Sin mucha diferencia porcentual siguen la Educación Media Completa y Estudios Técnicos con 14% y 13% respectivamente.

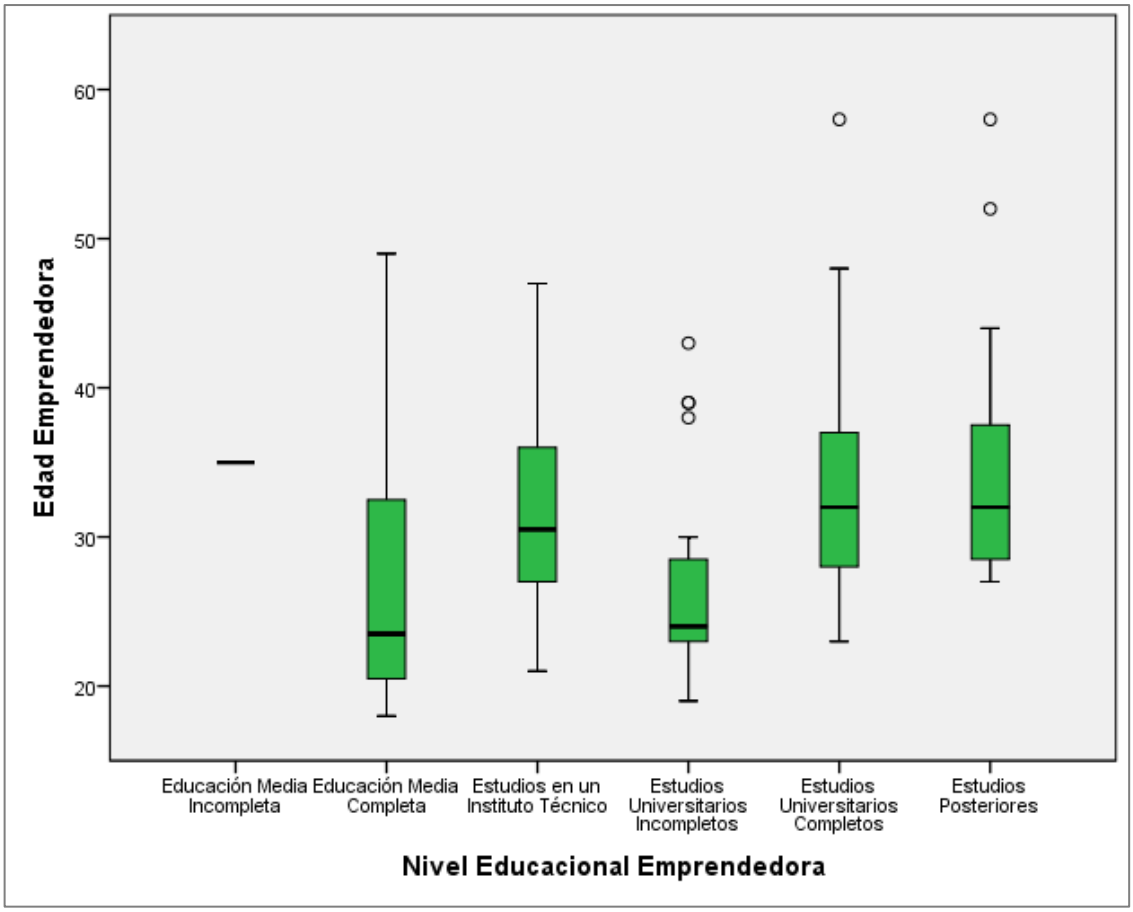

Figura 11. Diagrama de Cajas. Nivel Educacional Según Edad Emprendedoras. (Fuente: Elaboración propia)

Para hacer un análisis en conjunto a la edad de las emprendedoras, se tienen los siguientes hallazgos:

- De aquellas emprendedoras que llegan a tener educación media completa, la mitad de los datos tienen entre 21 y 33 años aproximadamente. Este grupo alcanza el 14% de la muestra, y posee el rango más amplio (18 y 50 años), demostrando que sus datos se encuentran de manera más dispersa que los otros niveles de educación.
- De aquellas que poseen estudios técnicos, las edades del 50% de grupo de emprendedoras van entre los 27 y 36 años aproximadamente.
- Aquellas que declaran poseer estudios universitarios incompletos, la mitad de las encuestadas tienen entre 23 y 28 años aproximadamente, y se encuentran casos atípicos

emprendedoras de 33, 37 y 44 años. Si bien aquellas mujeres con estudios universitarios incompletos alcanzan el 17% de la muestra, el rango es muy pequeño, por lo que, en él, los datos se encuentran muy concentrados.

- Para aquellas que poseen estudios completos universitarios, las edades del 50% suben desde los 28 años hasta los 37 años. Hallándose como caso atípico a aquella encuestada de 58 años.
- Por último, aquellas mujeres que declaran poseer estudios posteriores, el rango total de encuestadas esta entre los 28 y 43 años aproximadamente, con casos atípicos de 52 y 58 años. Este grupo alcanza un 19% de la muestra, lo que muestra que los datos se encuentran más concentrados que otros niveles de educación alcanzados.
- La distribución de los datos de mujeres con estudios técnicos y universitarios completos son muy similares, a pesar de que el segundo grupo es prácticamente el triple del primero en número de encuestadas.

8.1.1.1.3. Rubro de los Emprendimientos

Tabla 2: *Rubro de los emprendimientos de Mujeres Encuestadas*

Rubro del Emprendimiento			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Elaboración y venta de productos hechos a mano	53	38.1	38.1
Prestación de servicios	43	30.9	69.1
Venta productos	39	28.1	97.1
Elaboración de productos y talleres	4	2.9	100.0
Total	139	100.0	

(Fuente: Elaboración propia)

De las emprendedoras encuestadas, resultó que el rubro se divide de la siguiente manera. Un 38% de las mujeres declara que el rubro de su emprendimiento tiene que ver con la venta de productos hechos a mano, tales como artesanías, productos naturales, productos de pastelería, etc. Luego, un 31% presta servicios, algunos de ellos fueron arriendo de máquinas para cumpleaños, servicios asociados a la salud o spa, asesorías de alimentación o decoración, entre otras. Sigue un 28% que vende productos que ellas compran para revender a sus clientes y, por

último, solo un 3% de las encuestadas declara que aparte de vender productos, realiza talleres asociados a esos productos elaborados por ella en el mayor de los casos.

8.1.1.1.4. Tiempo que lleva el emprendimiento en el mercado

Tabla 3: *Tiempo que lleva el emprendimiento de la Mujer Emprendedora en el Mercado*

	Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje acumulado**
0 - 3 meses	16	11.5	11.5
3 - 12 meses	46	33.1	44.6
1 - 3 años	50	36.0	80.6
Más de 3 años	27	19.4	100.0
Total	139	100.0	

(Fuente: Elaboración propia)

El tiempo que llevan en el mercado las mujeres con sus emprendimientos se distribuye de la siguiente manera: un 11,5% de las encuestadas lleva menos de 3 meses, recordar que hasta el tercer mes aún se consideran “emprendedor naciente”. Una segunda categoría agrupa a aquellas que llevan entre 3 meses a 1 año de funcionamiento, las cuales corresponden a un 33%. Entre 1 y 3 años de tiempo en el mercado hay 50 emprendedoras de la muestra que llegan al 36%, siendo este el grupo de mayo frecuencia. Y, por último, el 19,4% restante agrupa a las emprendedoras de más de 3 años, es importante mencionar que ellas aún no logran pasar el “valle de la muerte”, punto que es alcanzado en los 42 meses de funcionamiento. Por lo tanto, las últimas tres categorías aún se conocen como “nueva empresaria”.

8.1.1.1.5. Emprendimiento como Fuente principal de Ingresos

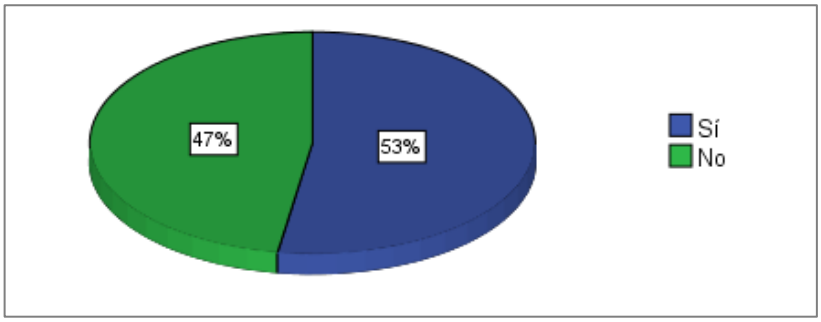

Figura 12. Resultados Encuesta Mujeres Emprendedoras - ¿Es tu emprendimiento tu mayor fuente de ingresos? (Fuente: Elaboración propia)

Los resultados de si el emprendimiento actualmente es la mayor fuente de ingresos para las mujeres encuestadas está bastante parejo. Un 53% declara que, si lo es, mientras que un 48% dice que no. Eso es, 73 emprendedoras que, si dependen de los ingresos que generan con su negocio, versus 66 que no.

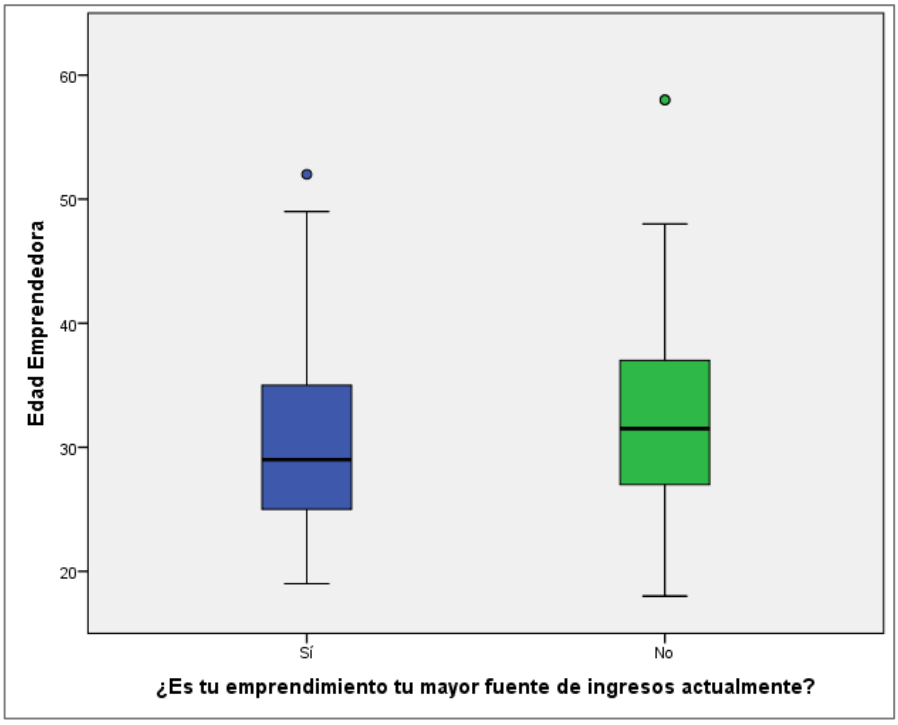

Figura 13. Diagrama de Cajas – Fuente Ingresos según Edad Emprendedoras. (Fuente: Elaboración propia)

Para hacer un análisis en conjunto con la edad, se puede apreciar de la figura recién mostrada que aquellas mujeres que declaran que, si es su mayor fuente de ingresos y aquellas que no, se comportan de manera muy similar en cuanto a la edad. Ya que, el 50% de los datos se mueve aproximadamente entre los 27 y 35, y el rango este entre los 19 y 48 años para ambos casos.

Existe una leve diferencia entre los grupos, pues aquellas que respondieron que sí, muestran que, desde los 29 años hacia abajo, los datos se encuentran más concentrados que aquellas mayores de esa edad. Mientras que aquellas que declararon que no, se dispersan de manera más pareja.

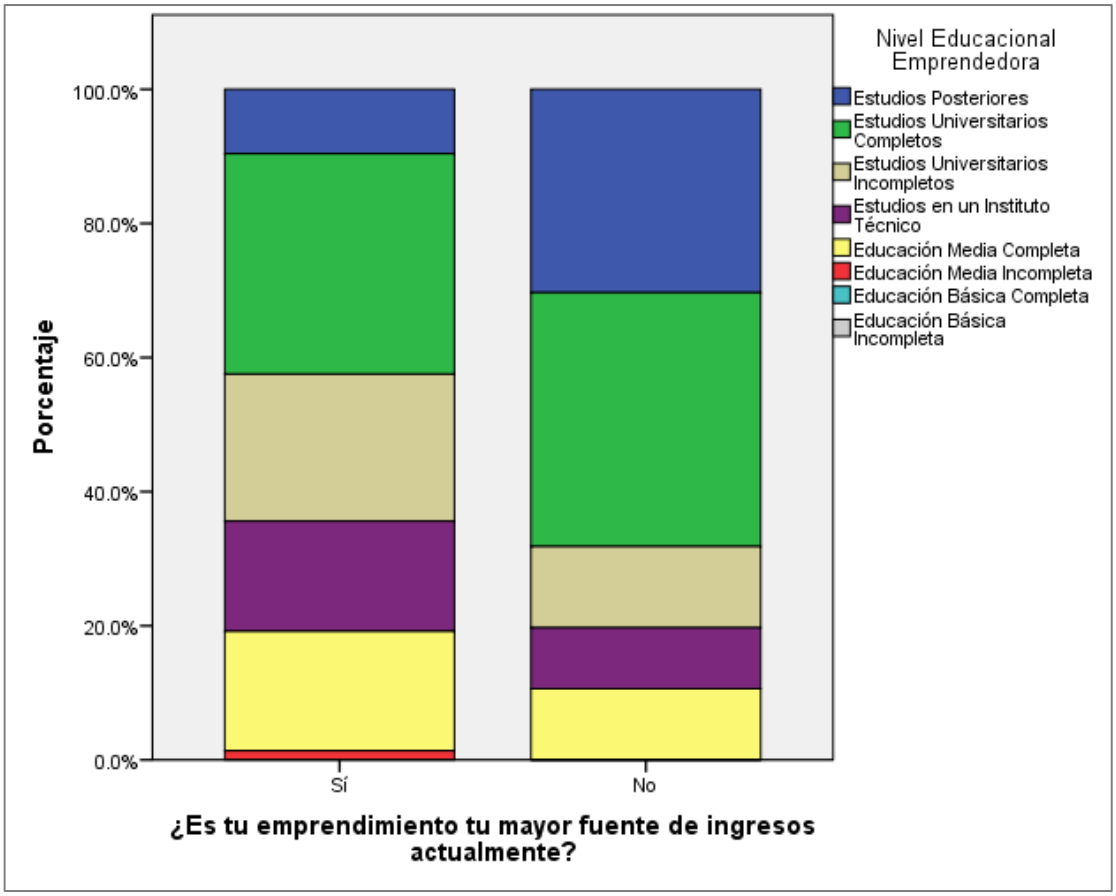

Figura 14. Fuente de Ingresos según Nivel Educacional alcanzado por las emprendedoras. (Fuente: Elaboración propia)

De la Figura 14, se extrae que aquellas que declaran que, si es la mayor fuente de ingresos actualmente su emprendimiento, alcanzan menores niveles de educación que aquellas que declara que no lo es. La mayoría de las mujeres emprendedoras que poseen estudios posteriores, no se mantienen económicamente de su negocio.

8.1.1.1.6. Tiempo dedicado al negocio antes de llevarlo al mercado

Tabla 4: *Tiempo dedicado a planear el negocio antes de llevarlo al mercado*

	Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje acumulado**
0 - 7 días	16	11.5	11.5
1 - 4 semanas	29	20.9	32.4
1 - 3 meses	38	27.3	59.7
Más de 3 meses	56	40.3	100.0
Total	139	100.0	

(Fuente: Elaboración propia)

El tiempo que cada mujer dedicó a su idea de negocio antes de llevarlo al mercado es un indicador de la motivación que tienen para emprender. Los resultados indican que un 40% declara haber dedicado más de 3 meses al desarrollo de su proyecto, y tan solo un 11,5% menos de una semana. Por otro lado, un 21% dedicó un mes aproximadamente y un 27% entre 1 a 3 meses.

8.1.1.1.7. Motivaciones para emprender de las mujeres encuestadas

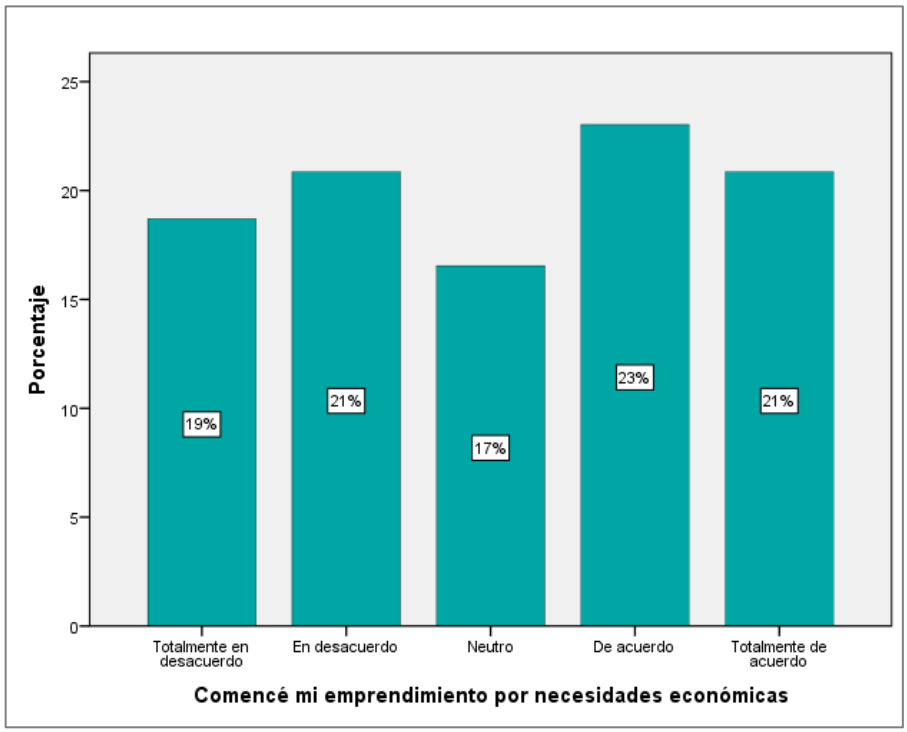

Figura 15. Motivación para iniciar el emprendimiento por necesidades económicas. (Fuente: Elaboración propia)

Para preguntar a las emprendedoras por la motivación de iniciar un negocio, se hizo la distinción entre necesidades económicas y oportunidades en el mercado. Para la primera, se hallaron respuestas distribuidas de forma más bien pareja, ya que un 19% declara que está totalmente en desacuerdo con la afirmación y un 21% totalmente de acuerdo. En las respuestas que se encuentran al centro, un 21% está en desacuerdo y un 23% de acuerdo. Si se agrupan las respuestas en dos secciones, hay más emprendedoras que perciben la necesidad como motivación relevante.

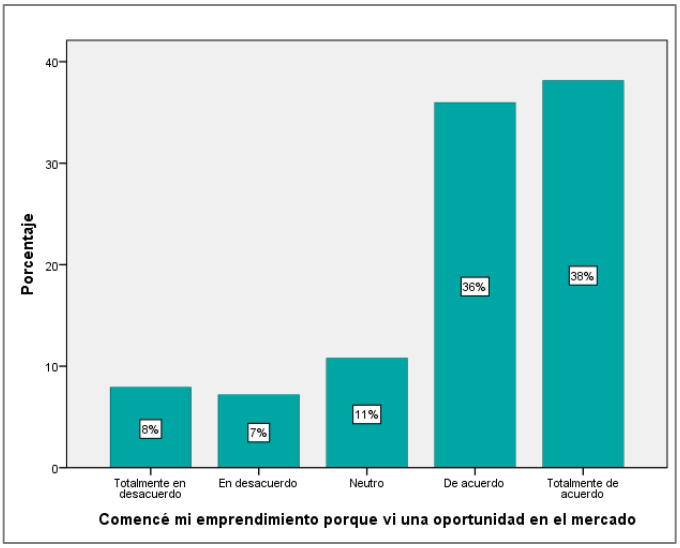

Figura 16. Motivación para iniciar el emprendimiento por oportunidades en el mercado. (Fuente: Elaboración propia)

Por otro lado, y muy en contraste con el gráfico anterior, un 74% de las emprendedoras están de acuerdo con que encontraron oportunidades en el mercado y por eso emprendieron. Solo un 8% de ellas declara estar totalmente en desacuerdo y un 7% en desacuerdo.

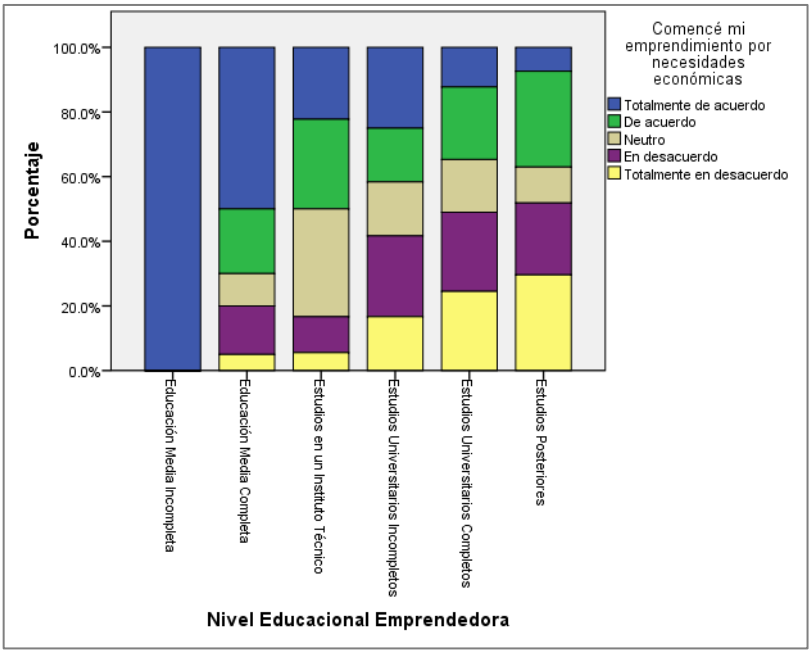

Figura 17. Nivel Educacional de la Emprendedora según Motivación por Necesidades Económicas. (Fuente: Elaboración propia)

El gráfico donde se compara el nivel de educación y la motivación por necesidad, entrega una observación interesante, pues a mayor nivel de educación alcanzado por la emprendedora, se muestra más en desacuerdo con que comenzó su emprendimiento por necesidades económicas. Mientras que aquellas que poseen hasta la media completa, grupo que alcanza un 14% de la muestra, está más convencida de lo que hizo por esa razón, llegando hasta un 70% que demuestra eso.

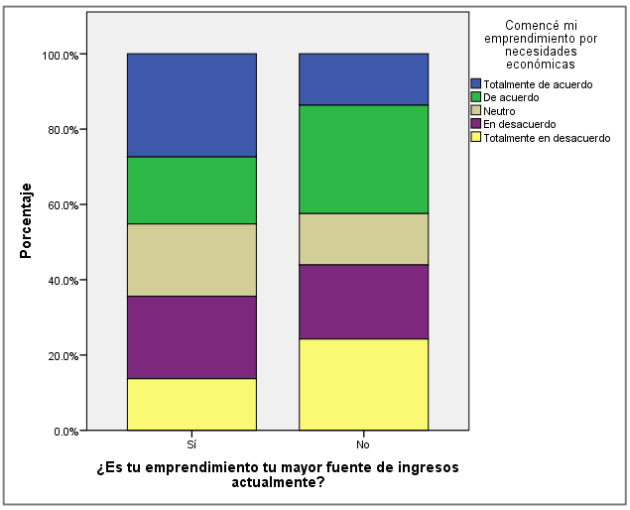

Figura 18. Fuente de Ingresos según Motivación por Necesidades Económicas. (Fuente: Elaboración propia)

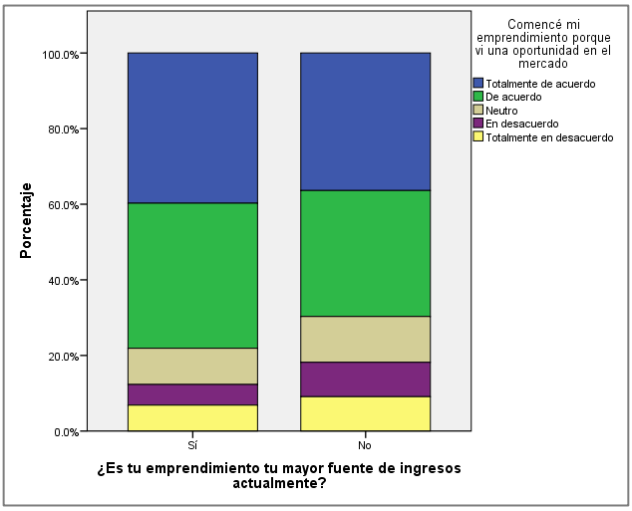

Figura 19. Fuente de Ingresos según Motivación por Oportunidades en el Mercado. (Fuente: Elaboración propia)

Para hacer una distinción entre los grupos que respondieron que sus emprendimientos si eran su mayor fuente de ingresos y aquel que declaró que no lo era, se realizó el cruce entre esa variable y las motivaciones para emprender. Representado por los dos gráficos recién propuestos. Los hallazgos fueron los siguientes:

- A pesar de que se comportan de maneras similares, aquellas que declaran que su negocio si es su mayor fuente de ingresos, están más convencidas de que es por necesidades económicas que comenzaron a emprender, mientras que las declararon que no, están más certeras a responder que están totalmente en desacuerdo con esa afirmación.
- Al preguntar si vieron una oportunidad en el mercado, nuevamente, mujeres que, si tienen como mayor fuente de ingresos sus emprendimientos, están de acuerdo con la afirmación al respecto.

8.1.1.2. Análisis de Factores Incidentes en el Emprendimiento Femenino

Autoeficacia

Pregunta 1: *Confío en mis habilidades para realizar tareas de forma exitosa*

Pregunta 2: *Soy capaz de proponerme y aceptar desafíos*

Pregunta 3: *Soy capaz de mantener la motivación para así lograr los objetivos que me propongo*

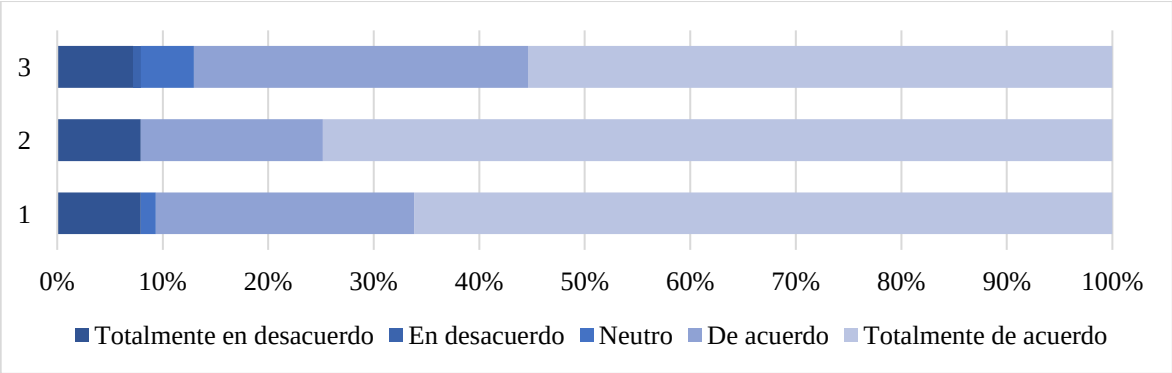

Figura 20. Resultados Encuesta Emprendedoras – Autoeficacia. (Fuente: Elaboración propia)

En cuanto a las preguntas asociadas al factor de autoeficacia de las mujeres emprendedoras, los resultados arrojan que más del 90% de las encuestadas perciben altos niveles de autoeficacia, esto quiere decir que confían en sus habilidades personales para emprender, son capaces de proponerse desafíos en el tiempo y lograrlos. De este porcentaje, cabe destacar que por lo menos la mitad de las mujeres que hicieron la encuesta se encuentra totalmente de acuerdo con las tres afirmaciones anteriores, demostrando plena confianza en ellas mismas y sus metas. Es relevante ver que, se encontraron muy pocas respuestas neutras en estas preguntas, valores menores al 5%.

Sesgos Cognitivos (Percepción de Riesgo)

Pregunta: *Estoy dispuesta a tomar riesgos para el crecimiento de mi negocio*

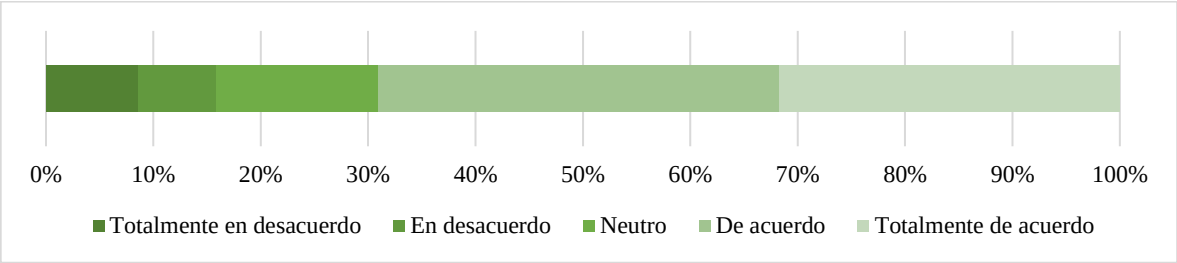

Figura 21. Resultados Encuesta Emprendedoras – Sesgos Cognitivos. (Fuente: Elaboración propia)

En cuanto a la percepción de los riesgos, la pregunta dirigida a ver si las mujeres encuestadas están dispuestas a tomar riesgos, un tercio de la muestra declara está totalmente de acuerdo y un 37% está de acuerdo. Eso deja, que solo un 16% de ellas no lo está. Se destaca que un 15% de las encuestadas no poseen una opinión clara al respecto.

Creatividad

Pregunta 1: *Mi emprendimiento es creativo (innovador)*

Pregunta 2: *Mi emprendimiento tiene una propuesta de valor sustentable en el tiempo*

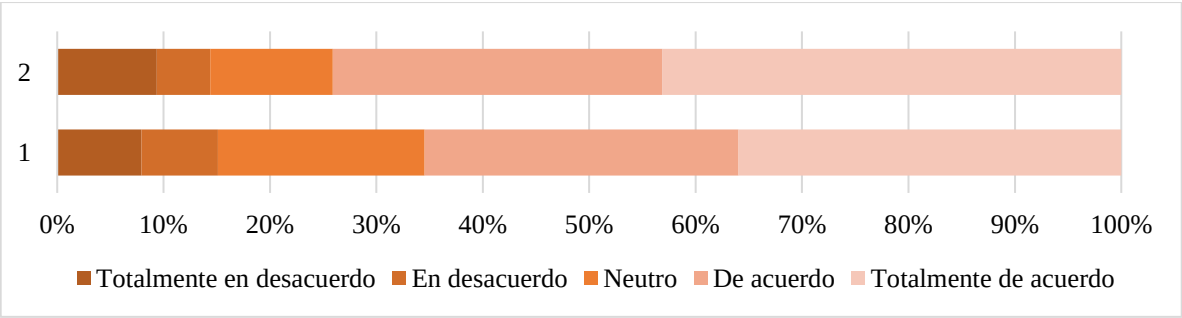

Figura 22. Resultados Encuesta Emprendedoras – Creatividad. (Fuente: Elaboración propia)

El factor de creatividad resulta positivo para la mayoría de las mujeres, más del 30% de las encuestadas creen que su emprendimiento es innovador y más de un 40% cree que es sustentable en el tiempo, respondiendo totalmente de acuerdo con las afirmaciones propuestas. Luego, el 30% está de acuerdo con ambas afirmaciones. Se destaca la presencia de mayor numero de respuestas neutras, alcanzando un 19% para la afirmación sobre la innovación del emprendimiento, sugiriendo mayor duda ante la pregunta, y un 12% al pensar en la sustentabilidad del negocio.

Inteligencia Emocional

Pregunta: *Soy capaz de controlar mis emociones (manejo del estrés, tolerancia a la frustración, apertura a los cambios, manejo de la incertidumbre, etc.)*

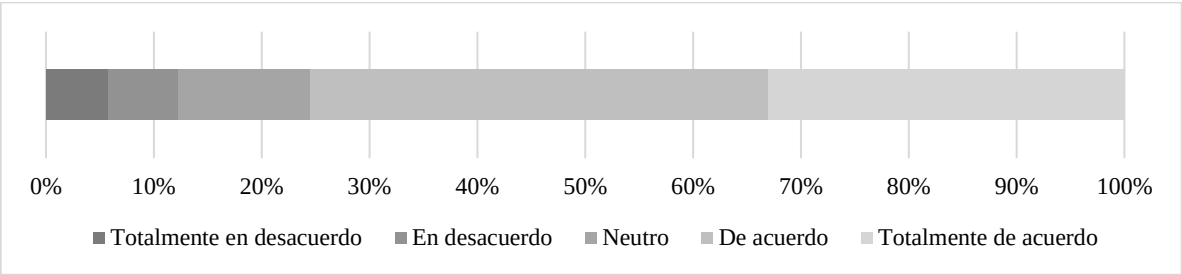

Figura 23. Resultados Encuesta Emprendedoras – Inteligencia Emocional. (Fuente: Elaboración propia)

Ante la capacidad de controlar las emociones que la actividad emprendedora puede provocar, el 75% está totalmente o de acuerdo con ello, esto quiere decir que mujeres perciben ser capaces de actuar ante el estrés, la frustración y la incertidumbre de emprender. Solo 17 encuestas no están de acuerdo con la afirmación propuesta, alcanzando un 12%.

Motivaciones

Pregunta 1: *Emprender está bien posicionado y valorado por la sociedad*

Pregunta 2: *Conozco las recompensas y beneficios que conlleva emprender*

Pregunta 3: *Con mi emprendimiento satisfago una necesidad de los usuarios que es real*

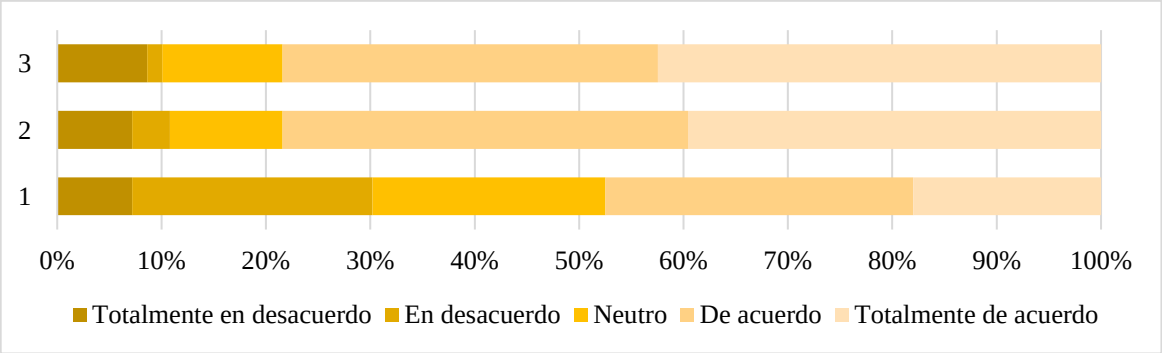

Figura 24. Resultados Encuesta Emprendedoras – Motivaciones. (Fuente: Elaboración propia)

El factor "motivaciones" muestra dos comportamientos diferentes, para la primera pregunta, asociada a la valoración que tiene la sociedad acerca de la actividad emprendedora, se encontraron resultados que demuestran las diferentes opiniones de las encuestas. Por un lado, un lado un 18% está totalmente de acuerdo con que ser emprendedor está bien valorado por los demás, seguido de un 29% que está de acuerdo. Si bien esa agrupación da prácticamente la mitad de las encuestadas, existe un 30% que no está de acuerdo con la afirmación y un 22% no tiene una opinión dirigida a alguno de los extremos.

Para las preguntas 2 y 3 se obtienen resultados muy similares, casi un 80% de las mujeres encuestadas está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que tiene claro las recompensas que la

actividad emprendedora puede traer y que cree que su negocio satisface una necesidad real en los consumidores. El porcentaje de mujeres que no están de acuerdo con las afirmaciones no alcanza el 10% de la muestra.

Educación

Pregunta 1: *Tengo los conocimientos necesarios del área comercial (marketing, plan de negocios, comunicación, etc.)*

Pregunta 2: *Tengo los conocimientos necesarios en materia financiera (contabilidad, ahorros, manejo de dinero)*

Pregunta 3: *Tengo los conocimientos necesarios en tecnologías e innovación*

Pregunta 4: *Conozco todos los programas de fomento de emprendimiento femenino*

Pregunta 5: *Tengo los conocimientos que se requieren para llevar mi negocio al comercio internacional*

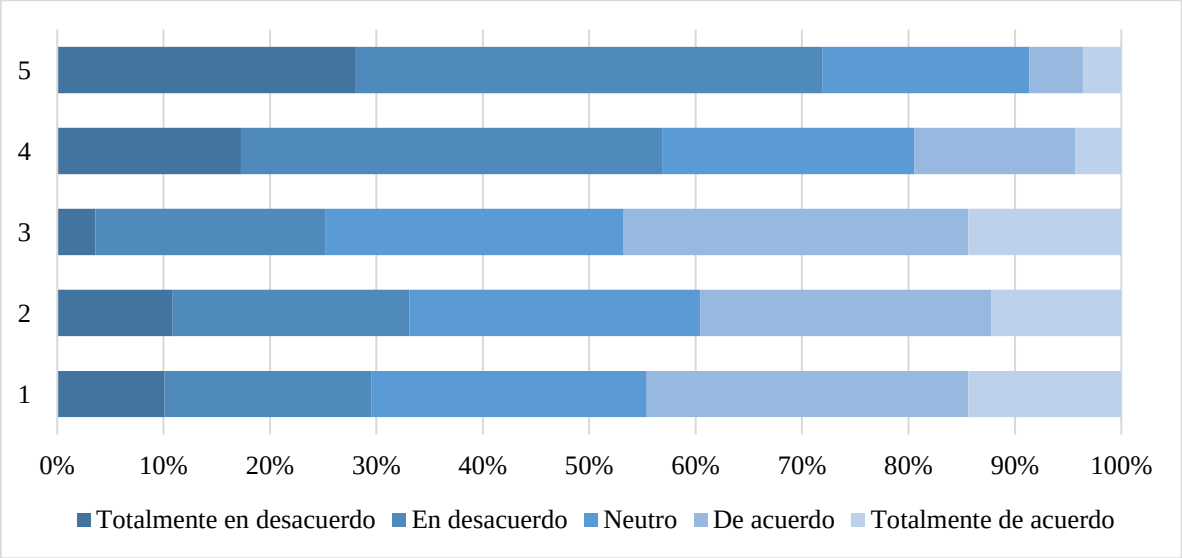

Figura 25. Resultados Encuesta Emprendedoras – Educación. (Fuente: Elaboración propia)

El factor Educación muestra los siguientes resultados:

- Para la pregunta referida a los conocimientos en el área comercial, un 14% está totalmente de acuerdo con que los tiene y otro 30% está de acuerdo. Siendo esta el área donde las mujeres declaran tener mayor nivel de educación junto al área de innovación. Por otro lado, un 10% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 19% en desacuerdo con la afirmación.
- Con respecto a la afirmación que está dirigida a los conocimientos en materia financiera, se obtuvieron resultados muy similares al punto anterior, donde entre las respuestas de totalmente de acuerdo y de acuerdo alcanzan un 40% aproximadamente y por el otro extremo, un 33% opina lo contrario. Es relevante notar que, los porcentajes no distan demasiado uno de otro, pensando en los extremos de las opciones para responder.
- En cuanto al manejo de conocimientos de tecnologías e innovación, la tercera pregunta arroja resultados que indican que es esta materia en que las mujeres perciben mayores niveles de educación, pues un 46% percibe un buen nivel y un 26% lo contrario.
- Resultados diferente se obtienen para la pregunta 4, la cual se dirige a que tan de acuerdo están las encuestadas con que tienen los conocimientos sobre los programas de fomento de emprendimiento femenino. Al contrario de las otras áreas en las que se puede educar, esta muestra que un 17% está totalmente en desacuerdo con la afirmación y un 40% está en desacuerdo, versus un 19% que está de acuerdo o totalmente de acuerdo.
- La pregunta 5, dirigida a la educación en comercio internacional muestra resultados que indican una clara debilidad, un 72% de las encuestadas opinan que no tienen conocimientos en esta materia y solo un 9% si lo tiene.

Es importante destacar que, todas las preguntas cuentan con aproximadamente un 25% de mujeres que han respondido “neutro” en las preguntas, indicando que hay un alto porcentaje de encuestadas que no tienen clara su opinión acerca de los conocimientos en áreas que son indispensables en el desarrollo de un emprendimiento. Además, si bien en las primeras tres preguntas se demuestra un nivel alto de mujeres que creen tener los conocimientos, sigue existiendo un tercio de las encuestadas que opinan lo contrario.

Familia

Pregunta 1: *Mis decisiones con respecto a mi negocio, **no** se ven limitadas por las responsabilidades familiares*

Pregunta 2: *Se compatibilizar mi trabajo en mi emprendimiento con el tiempo dedicado a mi familia*

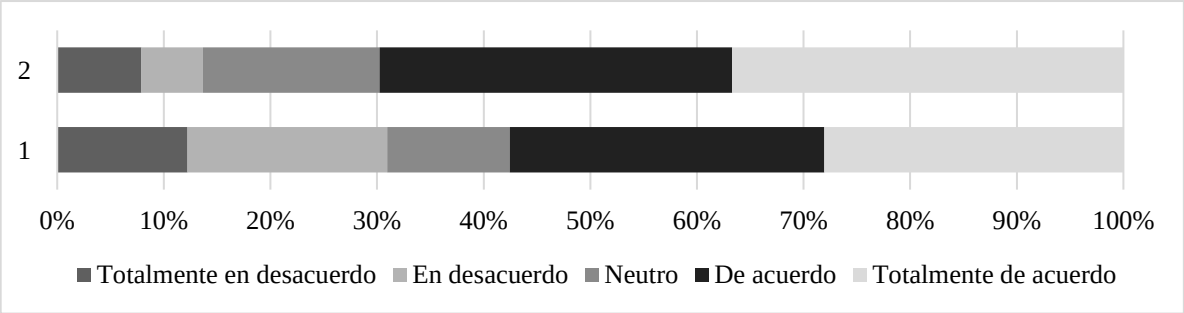

Figura 26. Resultados Encuesta Emprendedoras – Familia. (Fuente: Elaboración propia)

Los resultados para el factor Familia son los siguientes, por un lado, aquella pregunta que iba dirigida a los limites o restricciones que el rol familiar pueden traer, un 28% de las encuestas declara que están totalmente de acuerdo con que no se ven limitadas por la familia y un 29% está de acuerdo con ello también, siendo un poco más de la mitad el total de esas respuestas. El otro extremo tiene que un 31% de las encuestas declara que, si han visto limitadas sus decisiones por las responsabilidades familiares, siendo un porcentaje no menos importante.

Por otro lado, al preguntar si han sido capaces de hacer compatible su trabajo en el emprendimiento con la dedicación por sus familias, un 70% declara que sí, y tan solo un 14% que no.

Experiencia Laboral

Pregunta 1: *Tener experiencia laboral me da confianza para emprender*

Pregunta 2: *La sociedad valora mi experiencia laboral previa al emprendimiento*

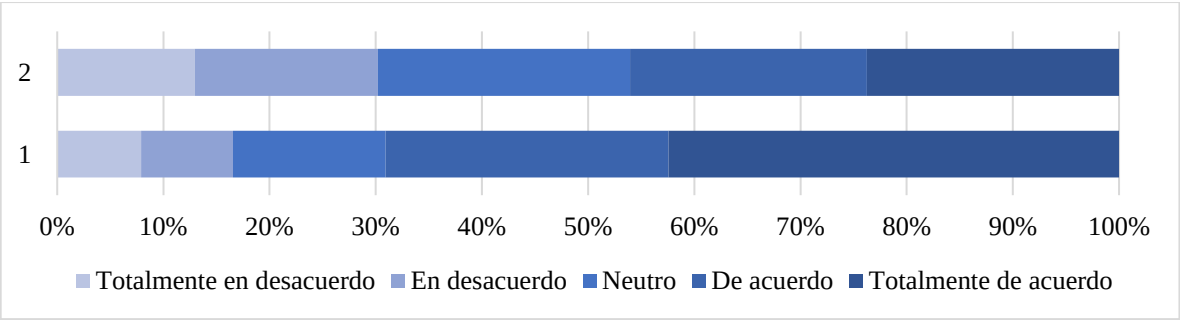

Figura 27. Resultados Encuesta Emprendedoras – Experiencia Laboral. (Fuente: Elaboración propia)

Los resultados para aquellas preguntas que fueron dirigidas a la experiencia laboral arrojan que, en cuanto a si la experiencia previa otorga o genera mayoro confianza al dirigir un emprendimiento, casi un 70% opina que la sociedad si lo hace versus el 17% que no está de acuerdo con la afirmación.

Por otro lado, en cuanto a si la sociedad valora que una emprendedora cuente con experiencia laboral previa, las opiniones de las encuestadas cambian. Un 56% dice que sí, la sociedad lo valora, y un 30% que no está de acuerdo con lo dicho. Existe una diferencia considerable en cuanto a las respuestas neutras, si bien en la primera pregunta no alcanzo el 15%, en esta segunda pregunta, un cuarto de las encuestadas no declara tener una opinión acerca de la afirmación.

Redes

Pregunta 1: *Tengo una red de contactos importante relacionada con el quehacer de mi emprendimiento*

Pregunta 2: *Tengo una red de contactos importante que es externa al quehacer de mi emprendimiento*

Pregunta 3: ***No** requiero de instancias de difusión de mi emprendimiento*

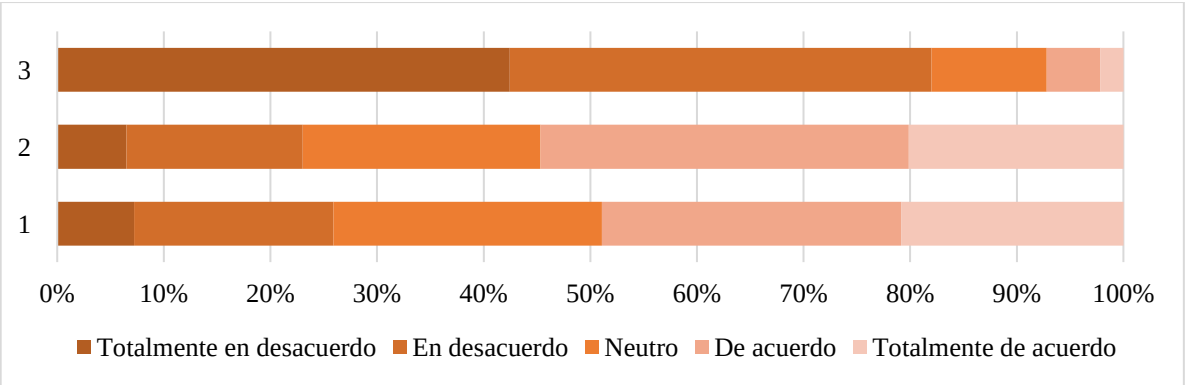

Figura 28. Resultados Encuesta Emprendedoras – Redes. (Fuente: Elaboración propia)

Las redes de un emprendedor cumplen un papel fundamental. Los resultados que arrojan las encuestas sobre este punto son las siguiente:

Las preguntas 1 y 2, referidas a si las emprendedoras tienen o no redes ya sean relacionadas al quehacer del negocio como las que no, tuvieron resultados similares. Alrededor de la mitad de las encuestas opina que si las posee. Siendo más respuestas “de acuerdo” que “totalmente de acuerdo”, por otro lado, alrededor de un cuarto de las mujeres que respondieron, opinan que no poseen estas redes.

La pregunta 3 está relacionada a la difusión de sus emprendimientos, donde existe una clara opinión referida a que si requieren de instancias donde puedan exhibir sus productos. Un 82% de las encuestadas no está de acuerdo con decir que **no** requieren de este tipo de apoyo.

Modelos a Seguir

Pregunta: *Tengo la inspiración necesaria para seguir con mi emprendimiento*

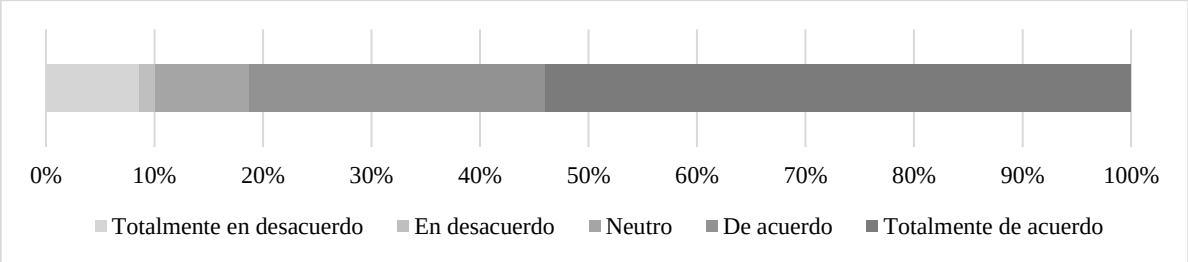

Figura 29. Resultados Encuesta Emprendedoras – Modelos a Seguir. (Fuente: Elaboración propia)

La afirmación que busca determinar si las mujeres tienen la inspiración necesaria, tiene resultados positivos, ya que un 80% dice tenerla. De hecho, más de la mitad de las encuestadas dice estar totalmente de acuerdo con ello.

Estereotipos

Pregunta 1: *Mi emprendimiento* ***no*** *se ha visto perjudicado por los estereotipos existentes a lo que un hombre o una mujer es capaz de hacer*

Pregunta 2: *El rubro de mi emprendimiento está valorado de la misma manera si lo sostiene una mujer a un hombre*

Pregunta 3: *Estoy empoderada en sacar adelante mi emprendimiento*

Pregunta 4: ***No*** *existen diferencias entre un emprendimiento femenino y uno masculino*

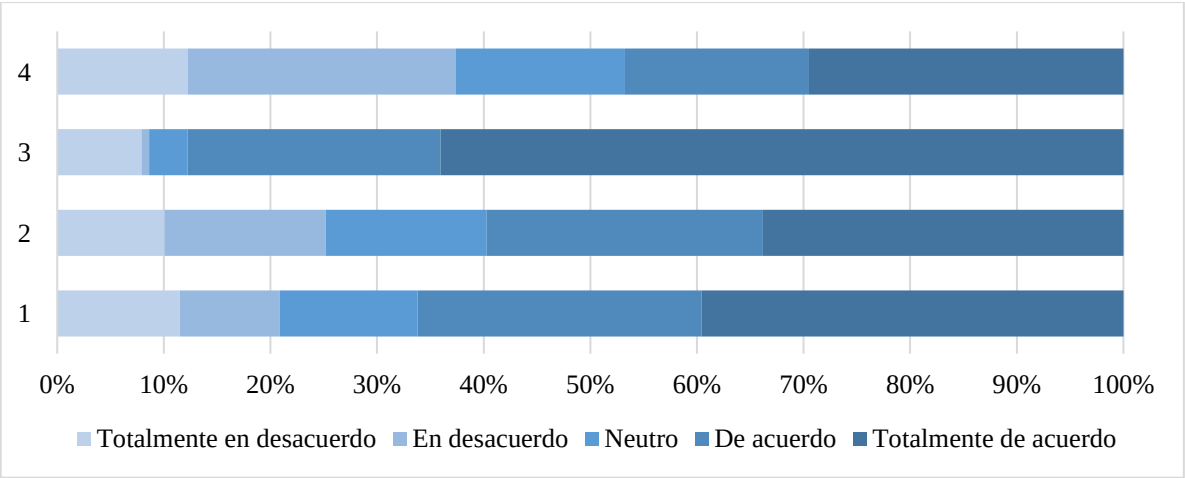

Figura 30. Resultados Encuesta Emprendedoras – Estereotipos. (Fuente: Elaboración propia)

Para estudiar los estereotipos de género que existen en cuanto a los emprendimientos, se realizaron cuatro preguntas diferentes:

- La pregunta 1, está referida a, si como mujer emprendedora se ha visto perjudicada por lo que los estereotipos sugieren sobre las capacidades de un hombre o una mujer. Los resultados indican que el 67% de las encuestadas no se ha visto castigada, un 13% responde neutro y un 21% si siente que existen estigmas.
- La pregunta 2, sobre si la mujer cree que el rubro del emprendimiento está valorado de la misma manera independiente del género de quien lo lleve a cabo. De los resultados se obtiene que un 60% opina que, si es igual la valoración, un 15% se muestra indiferente a optar por un lado y un cuarto de las encuestadas opina que no, pues existen estigmas de si lo desarrolla un hombre o una mujer según el rubro.
- La pregunta 3 pregunta si es que están empoderadas para emprender, obteniendo que casi un 90% de las encuestadas si posee esa confianza en su género.
- Por último, la pregunta 4, referida a si opinan que existes diferencias entre un emprendimiento femenino y uno masculino, resultando que, el 46% declara no percibir diferencias, y un 37% declara tenerlas, con una separación de 16% de respuestas neutras.

Financiamiento

Pregunta: *Cuento con el sustento económico para sostener mi emprendimiento en el tiempo*

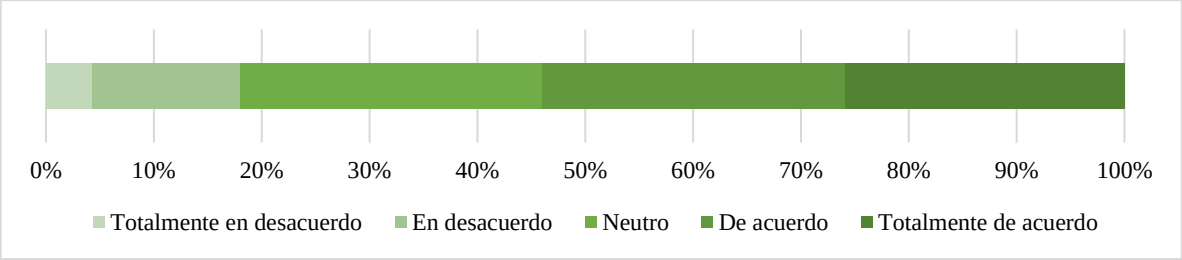

Figura 31. Resultados Encuesta Emprendedoras – Financiamiento. (Fuente: Elaboración propia)

El financiamiento se ve como una de las barreras más importantes del emprendimiento femenino. En este caso, la muestra de 139 mujeres sugiere que más de la mitad cuenta con el sustento económico necesario, y solo un 18% dice no tenerlo. Es destacable que más del 25% de las mujeres encuestadas no tiene una opinión sobre esto y marcaron la opción “neutro”.

8.1.1.3. Análisis Percepción Organizaciones

Pregunta 1: *Es esencial el apoyo de entidades externas para el desarrollo de mi emprendimiento*

Pregunta 2: *He buscado apoyo de entidades externas para el desarrollo de mi emprendimiento*

Pregunta 3: *Es fácil encontrar información sobre apoyo de organizaciones a mi emprendimiento*

Pregunta 4: *Conozco todas las opciones de apoyo por parte del* ***gobierno*** *a mi emprendimiento*

Pregunta 5: *Confío en el apoyo del* ***gobierno*** *en cuanto a la mujer emprendedora*

Pregunta 6: *Conozco todas las opciones de apoyo por parte de* ***organizaciones privadas*** *a mi emprendimiento*

Pregunta 7: *Confío en el apoyo de* ***organizaciones privadas*** *en cuanto a la mujer emprendedora*

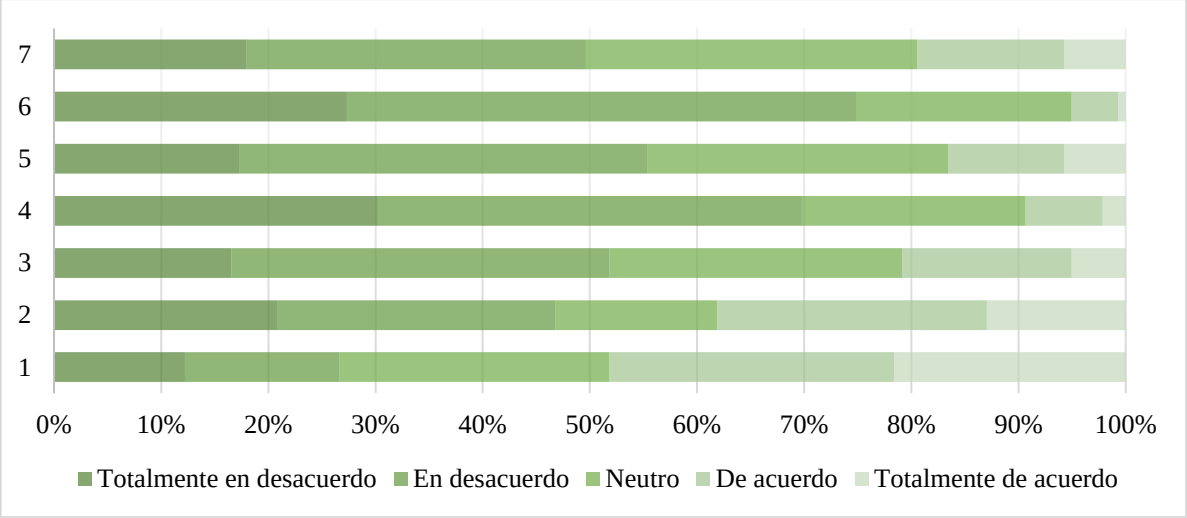

Figura 32. Resultados Encuesta Emprendedoras – Percepción apoyo entidades externas. (Fuente: Elaboración propia)

En esta sección de la encuesta, se busca saber que percepción tienen las mujeres emprendedoras sobre la ayuda o apoyo que brindan las instituciones ya sean del Gobierno u organizaciones privadas. Los resultados fueron los siguientes:

- Pregunta 1: Afirmación dirigida al apoyo en general, de ella se desprende que la mitad de las encuestadas opinan que es esencial. Por otro lado, un 25% de la muestra se

mantiene neutra al dar su opinión. Luego, el otro cuarto de las mujeres opina que no es esencial el apoyo externo, este porcentaje se divide en un 12% que está totalmente en desacuerdo y un 14% que no está de acuerdo.

- Pregunta 2: Esta afirmación busca conocer si las emprendedoras que responden la encuesta han buscado apoyo en entidades, de esta se recauda que solo el 13% está totalmente de acuerdo y un 25% está de acuerdo, sumando eso, más del tercio de la muestra. En contraste, sumando aquellas que se encuentran totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, un 47% dice que no ha buscado. Es importante notar la diferencia entre los valores, ya que demuestra que no optar por apoyo, es más común que buscar.
- Pregunta 3: De esta se busca encontrar que opinan las mujeres emprendedoras de la facilidad hallar la ayuda que necesitan, los resultados indican que solo un 20% aproximadamente opina que es fácil encontrar información sobre organizaciones que tengan este fin, versus un 52% que cree que es difícil hacerlo. Además, hay un 27% que se mantiene neutra, una interpretación de esto es que hay un cuarto de la muestra que no ha realizado búsquedas de apoyo.
- Pregunta 4: En cuanto a qué tanto conoce la emprendedora acerca del apoyo que se brinda por parte del gobierno, solo un 9% declara saber de todas las alternativas, mientras que un 70% afirma no conocerlos.
- Pregunta 5: Relacionada a la pregunta anterior, esta afirmación busca encontrar la confianza que tienen las mujeres con los programas del gobierno, resultando que un 17% confía en ellos y un 55% no lo hace. Hay que destacar que un 28% no tiene opinión clara al respecto.
- Pregunta 6: Tal como en la pregunta 4, se busca establecer si se conocen los programas de instituciones privadas en pos del desarrollo de la actividad emprendedora, resulta que un 5% declara conocer las alternativas que existen y un 74% dice que no. Una quinta parte de la muestra responde “neutro”.
- Pregunta 7: Igual que el cago de los programas de gobierno, se quiere conocer la confianza que se tiene del apoyo de organizaciones privadas. Un 20% declara confiar en ellos, y un 50 declara que no. Existe un 31% de la muestra que se muestra “neutra” al contestar esta pregunta.

Pregunta: *Marque aquellas instituciones de las cuales conoce los programas de apoyo específicos a mujeres emprendedoras que ofrecen:*

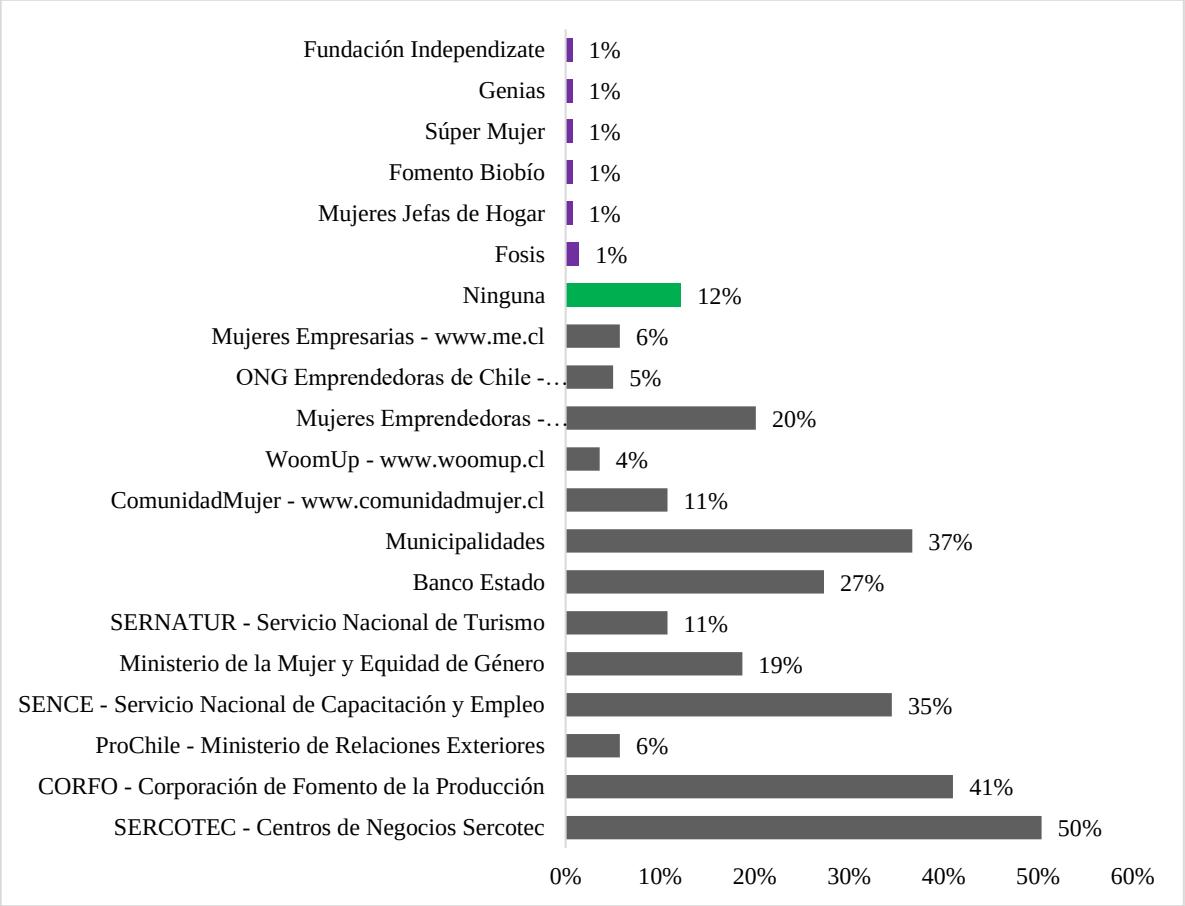

Figura 33. Organizaciones Que Brindan Apoyo a Emprendedores – Cuáles son conocidas por mujeres emprendedoras encuestadas. (Fuente: Elaboración Propia)

De esta última figura, se puede apreciar que al momento de preguntarle a las emprendedoras acerca de algunas organizaciones que brindan apoyo a emprendedores. De esta se puede observar que aquella organización más reconocida es SERCOTEC con un 50% de reconocimiento. Le sigue el apoyo de CORFO con un 37% de emprendedoras que lo conocen. El tercer valor lo consiguen las municipalidades y sus iniciativas y programas que colaboran al desarrollo del negocio.

8.1.2. Análisis descriptivo univariado de Encuesta a Organizaciones

8.1.2.1. Análisis de las Organizaciones encuestadas

La muestra de organizaciones encuestadas estuvo conformada por 45 respuestas. De ese resultado, se segmentaron en tres grupos.

8.1.2.1.1. Tipo de Organización

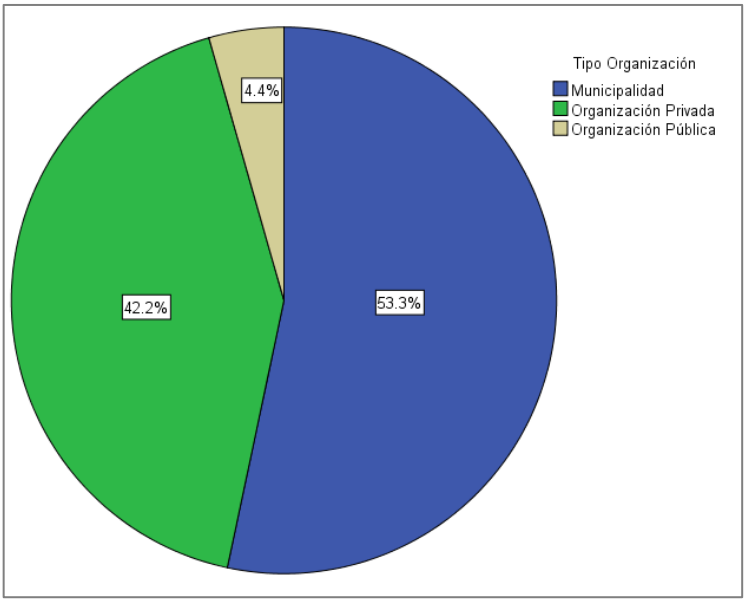

Figura 34. Tipo de Organizaciones que respondieron la Encuesta. (Fuente: Elaboración propia)

Donde un 53% de la muestra, es decir 24 respuestas, fueron de diferentes municipalidades de la Región Metropolitana. Por otro lado, el 42% de las encuestas fueron de organizaciones privadas, entre ellas se consideraron comunidades, fundaciones, ONG, entre otras. Por último, el 5% corresponden a instituciones del gobierno, tales como Sercotec y SernamEG.

8.1.2.1.2. Apoyo Exclusivo a Mujeres

¿Posee la organización programas destinados al apoyo exclusivo de mujeres emprendedoras?

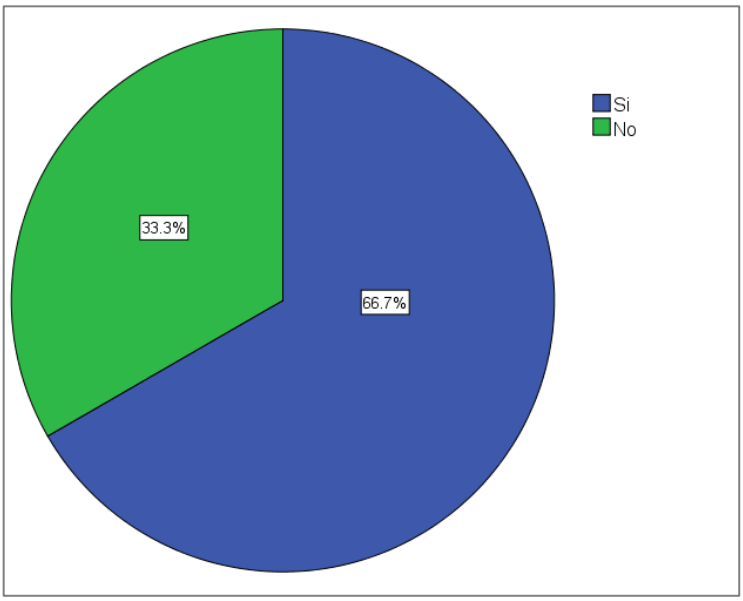

Figura 35. Resultados Encuesta de Organizaciones a la Pregunta Si Poseen Programas Exclusivos a Mujeres Emprendedoras. (Fuente: Elaboración propia)

Se les preguntó a las organizaciones si poseen apoyo destinado exclusivamente a mujeres emprendedoras, de las cuales el 67% de la muestra respondió que sí y un 33% que no. Demostrando así que la más de la mitad es consciente de factores que inciden de mayor manera o de diferente manera en las mujeres.

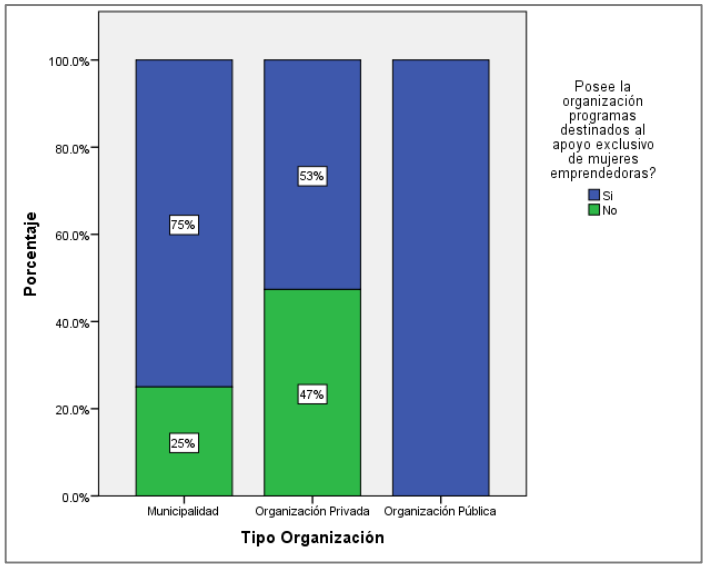

Figura 36. Resultados de Tipos de Organización según los Resultados de Si Poseen Programas Exclusivos a Mujeres Emprendedoras. (Fuente: Elaboración propia)

Con el fin de diferenciar a las organizaciones, se realizó el gráfico recién propuesto. De este se encontró que:

- De las municipalidades, una cuarta parte declara no poseer programas exclusivos para mujeres.
- De las organizaciones privadas, casi la mitad posee programas sin diferenciación de género.
- Ambas unidades del gobierno que fueron encuestadas tienen programas exclusivos para mujeres.

8.1.2.1.3. Foco Apoyo a Emprendedoras

Según el conocimiento de que existen dos tipos de emprendedores, por oportunidad y necesidad, ¿tiene la organización un foco con la ayuda que brinda a las mujeres emprendedoras?

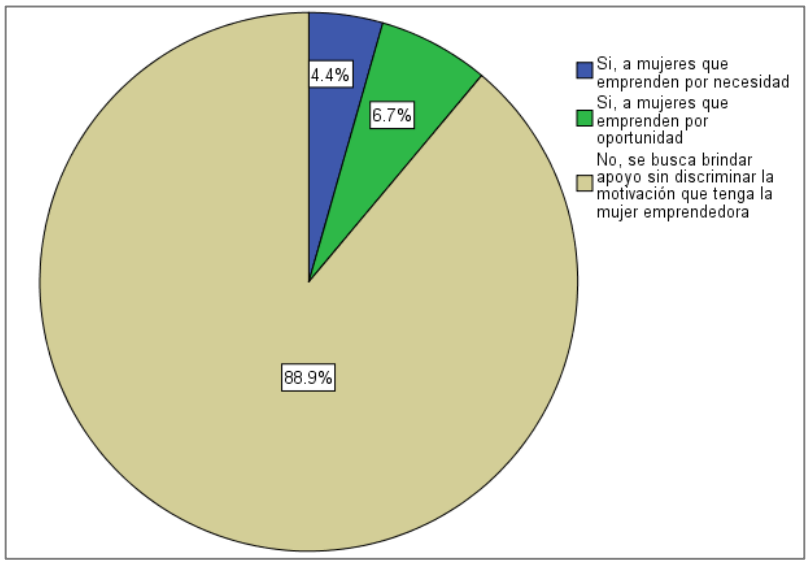

Figura 37. Resultado Encuesta Organizaciones Al Preguntar Si Poseen Programas Con Foco en Mujeres Emprendedoras Con Alguna Motivación en Especial. (Fuente: Elaboración propia)

Según la motivación que autores han diferenciado en la literatura tradicional, los resultados de si las empresas buscan ofrecer apoyo a aquellas que emprenden por necesidad u oportunidad son los siguientes: un 89% de las organizaciones declara no segmentar por motivación, mientras que un 4% lo hace con el foco puesto en emprendimientos por necesidad y el 7% restante por oportunidad.

8.1.2.2. Análisis de Factores Incidentes en el Emprendimiento Femenino

Autoeficacia

Pregunta 1: *¿Se realiza un trabajo respecto a la confianza que debiesen tener las mujeres de habilidades personales para emprender?*

Pregunta 2: *¿Existen acciones destinadas al fortalecimiento de capacidades emprendedoras de la mujer, tales como liderazgo, oratoria, poder de negociación, perseverancia, compromiso, entre otras?*

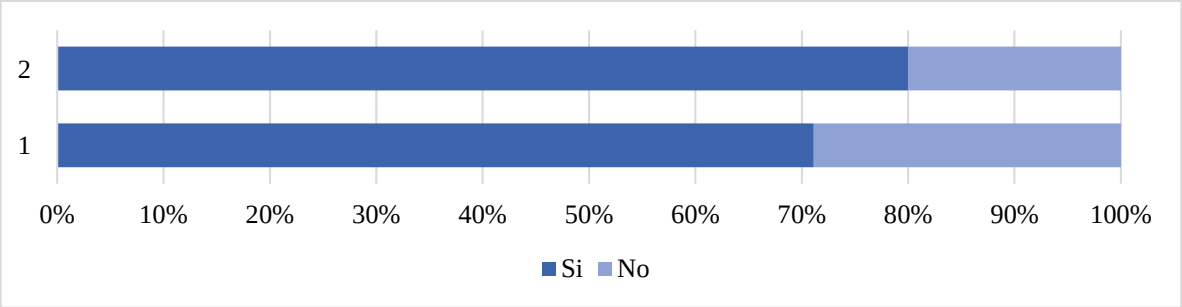

Figura 38. Resultados Encuesta Organizaciones – Autoeficacia. (Fuente: Elaboración propia)

El trabajo de la autoeficacia esta resulta de la siguiente manera, en primer lugar, el 71% de las organizaciones afirma que trabaja en la confianza de las propias habilidades de las mujeres emprendedoras y en segundo, el 80% realiza acciones que trabajen en fortalecer esas habilidades.

Sesgos Cognitivos (Percepción de Riesgos)

Pregunta: *¿Cuentan con un espacio donde la mujer comparta los riesgos que ella percibe en su emprendimiento, y la organización responda con una asesoría?*

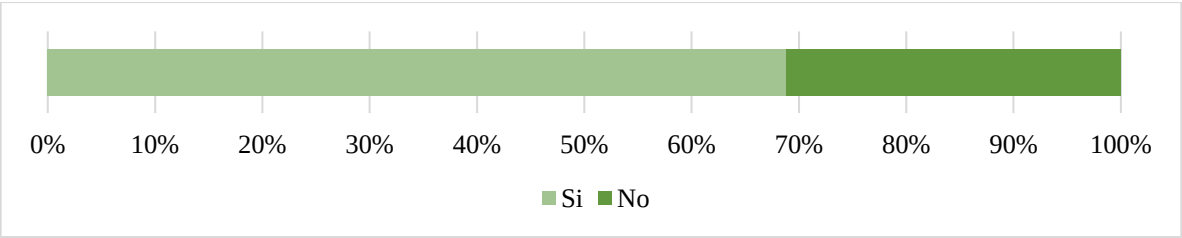

Figura 39. Resultados Encuesta Organizaciones – Sesgos Cognitivos. (Fuente: Elaboración propia)

Otro de los factores que se ve menos tratado por las organizaciones es el apoyo en la percepción de riesgos de las emprendedoras. Los resultados arrojan que solo un 69% de los encuestados presenta este tipo de apoyo.

Creatividad

Pregunta: *¿Cuentan con un sistema que guíe a las mujeres emprendedoras en el proceso de creatividad como generador de una propuesta de valor sustentable en el tiempo?*

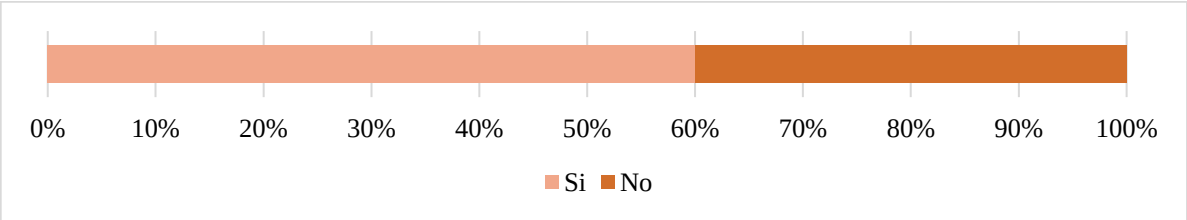

Figura 40. Resultados Encuesta Organizaciones – Creatividad. (Fuente: Elaboración propia)

La creatividad de las ideas de emprendedoras es un tema importante ya que en parte es un factor indispensable en la sustentabilidad del negocio. Del total de los encuestados, el 60% afirma acompañar y guiarlas en el proceso creativo de sus emprendimientos.

Inteligencia Emocional

Pregunta: *¿Entregan herramientas adecuadas para afrontar respuestas emocionales que puedan surgir en el proceso de emprender? (Ejemplo, manejo del estrés, tolerancia a la frustración, apertura a los cambios, manejo de la incertidumbre, etc.)*

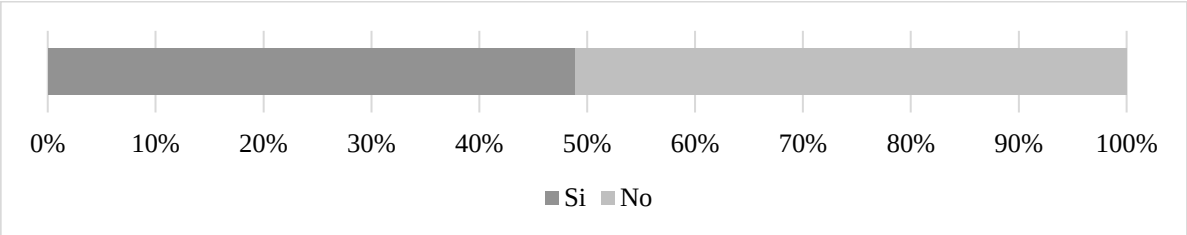

Figura 41. Resultados Encuesta Organizaciones – Inteligencia Emocional. (Fuente: Elaboración propia)

El control de las emociones puede ser clave a la hora de sostener un emprendimiento. Para este factor los resultados son que el 49% de las organizaciones trabaja en la inteligencia emocional de las mujeres que están emprendiendo. Siendo esta una de las variables menos abarcadas por los encuestados.

Motivaciones

Pregunta: *¿Tienen espacios para incentivar el espíritu emprendedor?*

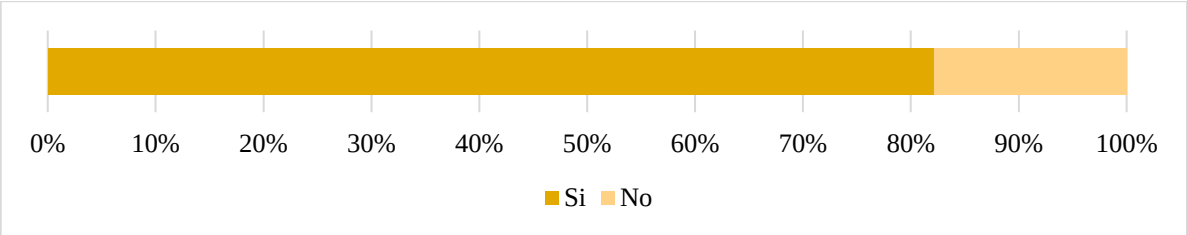

Figura 42. Resultados Encuesta Organizaciones – Motivaciones. (Fuente: Elaboración propia)

La motivación es parte de la base de los emprendimientos, en este factor, el 82% de las organizaciones declara que genera espacios que buscan incentivar el emprendimiento.

Educación

Pregunta 1: *¿Cuentan con un sistema que eduque en el área comercial que pueda ser de utilidad para la mujer emprendedora?*

Pregunta 2: *¿Cuentan con un sistema que eduque en materia financiera que pueda ser de utilidad para la mujer emprendedora?*

Pregunta 3: *¿Cuentan con un sistema que eduque en tecnologías e innovación que pueda ser de utilidad para la mujer emprendedora?*

Pregunta 4: *¿Cuentan con un sistema que eduque en programas de fomento al emprendimiento femenino?*

Pregunta 5: *¿Cuentan con un sistema que eduque en materia de internacionalización que pueda ser de utilidad para la mujer emprendedora?*

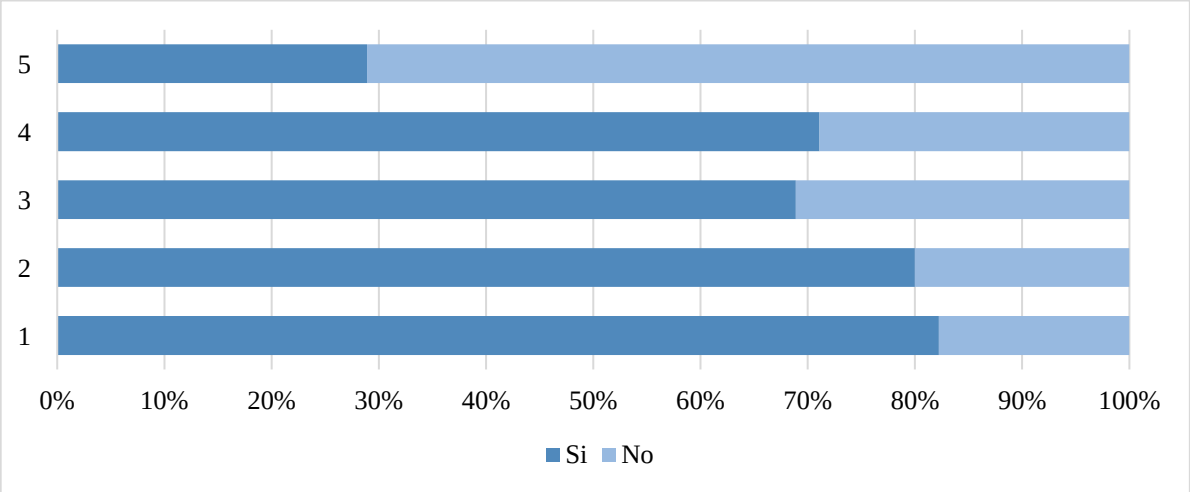

Figura 43. Resultados Encuesta Organizaciones – Educación. (Fuente: Elaboración propia)

En cuanto al factor de Educación, se encuentran los siguientes resultados: tanto el área comercial como financiera está siendo abarcada por el 80% de las organizaciones, luego, con

un 70% de los encuestados, existe apoyo en educación en materia de tecnologías e innovación y programas de fomento al emprendimiento. Muy distante, con un 29% de las organizaciones, existe apoyo en cuanto a materia relacionada con la internacionalización de los negocios.

Familia

Pregunta 1: *¿Cuentan con una instancia que asesore a las mujeres que son cabeza de hogar con la detección de oportunidades de un emprendimiento?*

Pregunta 2: *¿Tienen un espacio de diálogo donde se presente a mujeres emprendedoras los derechos de la mujer y maternidad?*

Pregunta 3: *¿Entregan instancias o herramientas que favorezcan la conciliación laboral y familiar de las mujeres emprendedoras?*

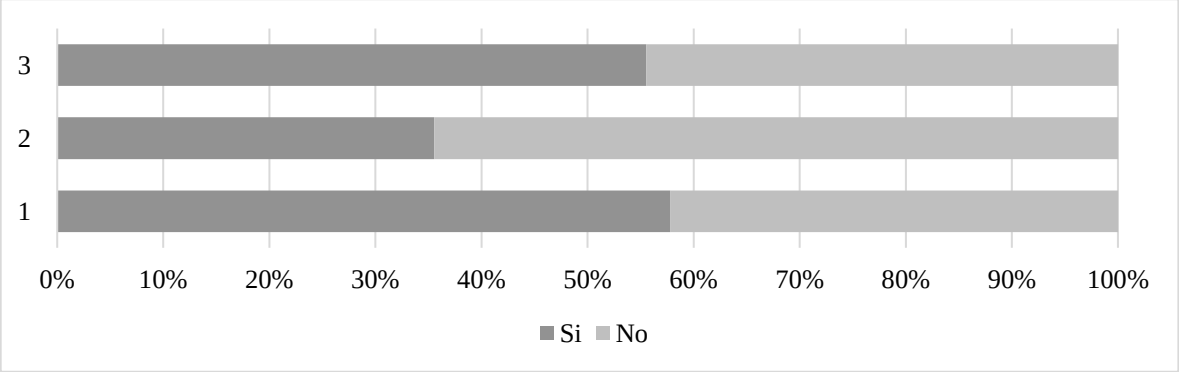

Figura 44. Resultados Encuesta Organizaciones – Familia. (Fuente: Elaboración propia)

El rol que cumple la familia dentro de la actividad emprendedora de una mujer es un factor que desde la literatura se establece como clave. Para éste, los resultados que arrojó la encuesta son los siguientes: para la primera pregunta, dirigida a saber si existe apoyo en la búsqueda de oportunidades para mujeres que son cabeza de hogar, solo un 58% afirma que tiene programas con ese fin. Por otro lado, la segunda pregunta busca encontrar el porcentaje de organizaciones que ayudan a informarse y comprender a las mujeres acerca de sus derechos como mujer y como madre, contando con solo un 36% de encuestados que lo hacen. Por último, un 56% de las

organizaciones afirma contar con apoyo dirigido a la conciliación entre el trabajo y las responsabilidades familiares con las que carga la mujer.

Experiencia Laboral

Pregunta 1: *Una vez existe un emprendimiento femenino en marcha, ¿cuentan con un monitoreo de éstos?*

Pregunta 2: *Una vez existe un emprendimiento femenino en marcha, ¿entregan asesoría en cuanto a estrategias de crecimiento del emprendimiento?*

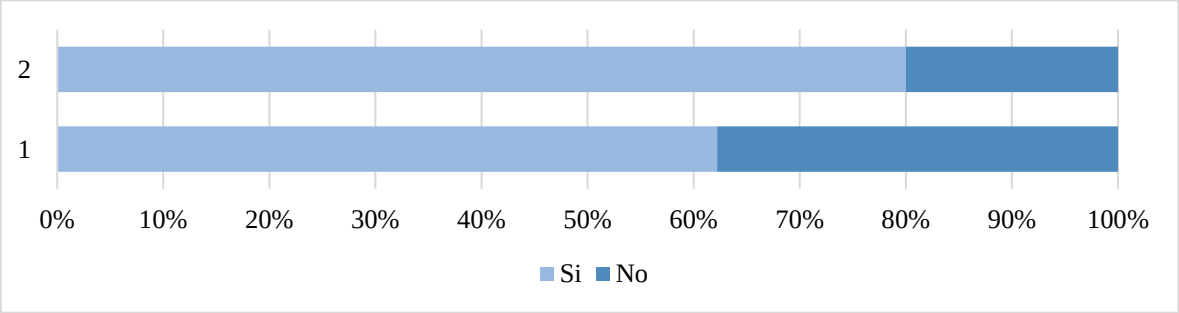

Figura 45. Resultados Encuesta Organizaciones – Experiencia Laboral. (Fuente: Elaboración propia)

En cuanto a la experiencia laboral, se preguntó en primer lugar si cuentan con monitoreo de aquellos emprendimientos a los que apoyan, resultando un 62%. Por otro lado, la segunda pregunta va enfocada a la ayuda que se brinda a las emprendedoras en lo materia de estrategias de crecimiento de sus negocios, habiendo un 80% de organizaciones que si tienen ese tipo de apoyo.

Redes

Pregunta 1: *¿Cuentan con instancias de generación de redes ligadas al quehacer del negocio de la mujer emprendedora?*

Pregunta 2: *¿Cuentan con instancias de generación de redes de apoyo externas al negocio de la mujer emprendedora?*

Pregunta 3: *¿Crean instancias de difusión de los emprendimientos femeninos?*

Pregunta 4: *¿Fomentan la participación de las mujeres emprendedoras en Redes de Negocio?*

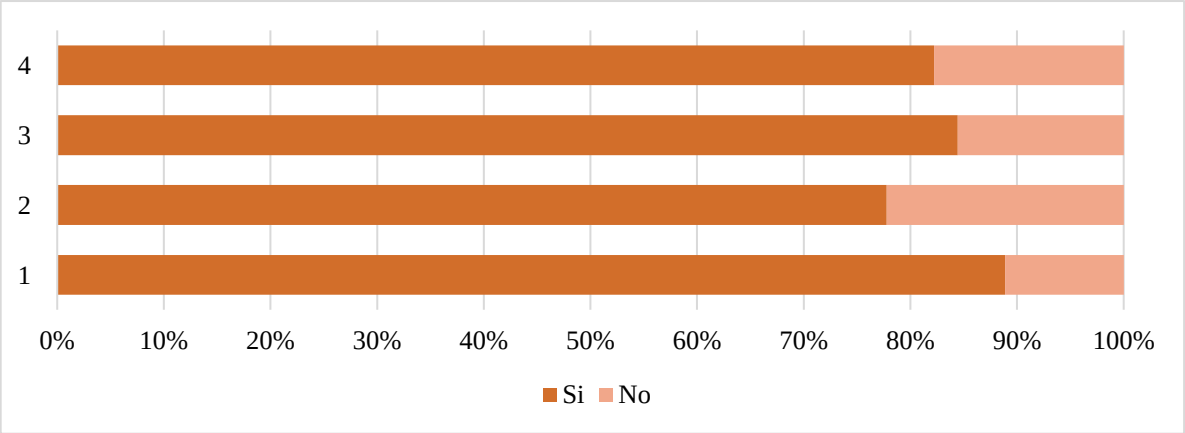

Figura 46. Resultados Encuesta Organizaciones – Redes. (Fuente: Elaboración propia)

El apoyo en lo que es la generación de redes, se ve ofrecido por las organizaciones. Casi el 90% de los encuestados afirma generar instancias de creación de redes relacionadas con el quehacer de sus negocios para las emprendedoras, luego, un 78% genera estas instancias, pero con redes que no necesariamente están directamente relacionadas con el rubro.

Otro punto por observar es que el 84% de las organizaciones afirma generar instancias de difusión para los emprendimientos y un 82% fomenta la participación de emprendedoras en redes de negocio.

Modelos a Seguir

Pregunta: *¿Cuentan con instancias donde se busque dar inspiración a las mujeres emprendedoras?*

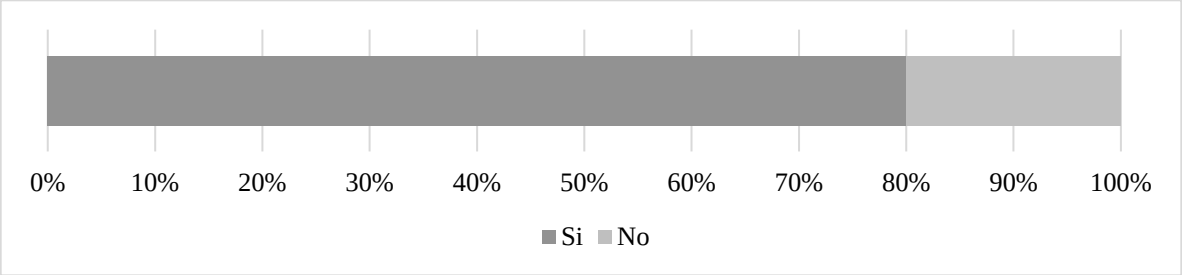

Figura 47. Resultados Encuesta Organizaciones – Modelos a Seguir. (Fuente: Elaboración propia)

En cuanto a tener instancias en que las mujeres puedan ser inspiradas por referentes del emprendimiento o casos exitosos u otras mujeres sean vistas por otras como modelos a seguir, un 80% de las organizaciones declara tener estos espacios dentro de sus programas u iniciativas.

Estereotipos

Pregunta 1: *¿Tienen una instancia dónde se busque empoderar a las mujeres emprendedoras?*

Pregunta 2: *¿Cuentan con una instancia que asesore a las mujeres en la detección de oportunidades en áreas o sectores donde principalmente operen los hombres?*

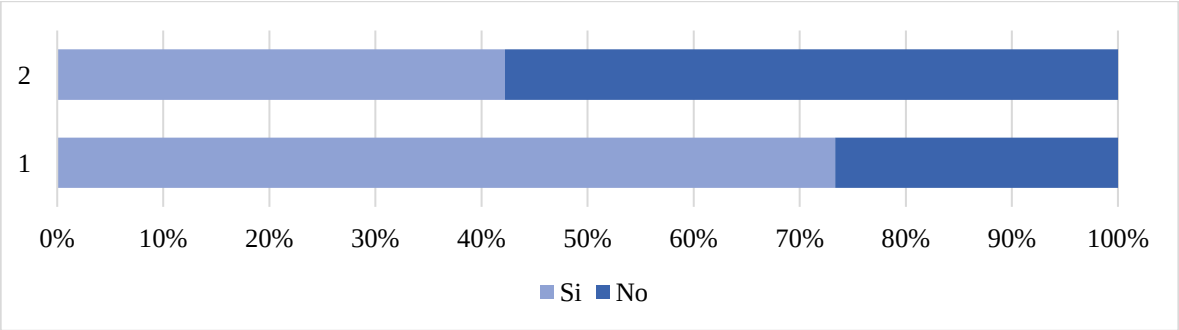

Figura 48. Resultados Encuesta Organizaciones – Estereotipos. (Fuente: Elaboración propia)

Otro de los factores más nombrados por la literatura, muy ligado a las responsabilidades y roles que se le otorga a la mujer, son los estereotipos de géneros. La primera pregunta es si cuentan con apoyo para lograr el empoderamiento de la mujer, el resultado fue que un 73% de las organizaciones si cuenta con ese tipo de programas o iniciativas. En segundo lugar, se preguntó por la asesoría en la búsqueda de oportunidades en áreas que generalmente están asociadas al emprendimiento masculino, donde solo un 42% responde que sí las tiene.

Financiamiento

Pregunta 1: *¿Generan instancias con bancos o instituciones inversoras en pos de crear vínculos con las mujeres emprendedoras?*

Pregunta 2: *¿Cuentan con apoyo a través de fondos concursables para mujeres emprendedoras?*

Pregunta 3: *¿Cuentan con apoyo a través de préstamos para mujeres emprendedoras?*

Pregunta 4: *¿Cuentan con apoyo a través subsidios para mujeres emprendedoras?*

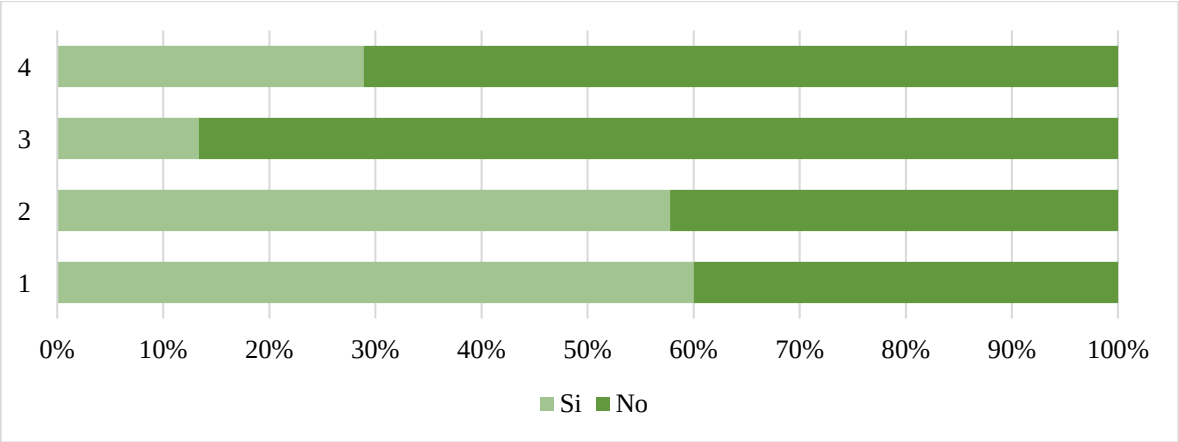

Figura 49. Resultados Encuesta Organizaciones – Financiamiento. (Fuente: Elaboración propia)

Los resultados de las preguntas dirigidas al factor de Financiamiento fueron los siguientes: en la pregunta 1 se pregunta por instancias de acercamiento entre emprendedoras e instituciones

bancarias como son los bancos, donde el 60% de la muestra afirma que sí, prácticamente el mismo porcentaje de instituciones afirma que si posee apoyos a través de fondos concursables. Por otro lado, en la pregunta 3, solo el 13% de las organizaciones da apoyo a través de préstamos y, por último, el 30% declara ayudar a través de subsidios.

Por último, se realizó una pregunta abierta, la cual invita a dejar cualquier tipo de comentarios. De esta sección el principal hallazgo es que existen muchos municipios que, dentro de sus apoyos, contemplan el programa "Mujeres Jefas de Hogar", el cual está directamente gestionado por el Ministerio de la Mujer y a Equidad de Género.

8.2. Comparación encuesta a Emprendedoras y Organizaciones

El análisis en conjunto de ambas encuestas se hará según el orden que se les dio a los factores que inciden en el emprendimiento femenino, ya que las preguntas están enfocadas, para ambas, en esos 12 puntos.

8.2.1. Factores Personales

8.2.1.1. Autoeficacia

Al ver ambas encuestas, se puede apreciar que por un lado la mayoría de las mujeres que respondieron las preguntas perciben un alto nivel de autoeficacia, sintiéndose confiadas y hábiles. Al mismo tiempo, las organizaciones declaran en su gran mayoría que brindan apoyo en lo que es la autoeficacia, ya sea trabajar en la confianza en las propias habilidades como el reforzamiento de esas habilidades que se requieren para emprender. Esto indica que el factor estudiado se encuentra bien tratado a primera instancia por las organizaciones que hacen esfuerzos por apoyar a las emprendedoras.

La creatividad, es un factor que afecta indirectamente a la autoeficacia percibida por la mujer, una idea que tiene características innovadoras y tiene potencial de sustentarse en el

tiempo genera confianza en el emprendedor. El nivel de éste ha resultado alto por parte de las mujeres encuestadas.

8.2.1.2. Sesgos Cognitivos (Percepción de Riesgos)

Según el modelo propuesto por el informe del OEAP, la percepción de riesgo es un factor que influye directamente en la actividad emprendedora de las mujeres, además, este se ve afectada directamente su vez por la autoeficacia que las mujeres emprendedoras perciben. El nivel de este factor se consideró alto por la mayoría de las mujeres, pero aun así existe un 30% de ellas que no se manifiesta segura acerca de su disposición a tomar riesgos en pos de su crecimiento. A su vez, un 30% de las entidades encuestadas no manejan ese tipo de apoyo, destacando una brecha que puede ser potenciada, dada la importancia que este factor toma a la hora de analizar la actividad emprendedora femenina.

8.2.1.3. Creatividad

La creatividad percibida por las mujeres encuestadas resultó ser alta y el apoyo existe por parte de más de la mitad de las organizaciones encuestadas. De todas maneras, aún existe un alto porcentaje de organizaciones que no lo tienen dentro de su cartera de programas o iniciativas.

La creatividad es un punto que se ve relacionado con la educación de las emprendedoras y su motivación por emprender. En este caso, las percepciones de la motivación se traducen en valores altos y en cuanto a la educación, hay varios espacios en los que se puede mejorar y potenciar a través de entidades. Sobre todo, en materia de innovación e información.

8.2.1.4. Inteligencia Emocional

Si bien la percepción que tienen las mujeres encuestadas sobre el autocontrol de sus emociones es alta, las organizaciones que declararon que brindan apoyo este sentido fueron menos de la mitad.

La inteligencia emocional se segmenta en el control de las propias emociones y la interpretación de las emocionas ajenas. Esta diferenciación que se hace es clave para entender por qué este factor está relacionado directamente con la creación de redes. Es por eso, que se ve un punto que es importante potenciar gracias a instituciones que desean apoyar a las emprendedoras.

8.2.1.5. Motivaciones

Si bien las mujeres perciben que su emprendimiento satisface una necesidad real en sus clientes y que conocen y se sienten motivadas por los beneficios que se pueden obtener de tener un negocio propio, existe un punto que no está del todo bien evaluado, el cual tiene que ver con la valoración que los demás le dan a la actividad emprendedora. Si bien las organizaciones declaran tener espacios que buscan incentivar el espíritu emprendedor, viéndose los resultados en la buena percepción que las mujeres tiene de los dos primeros puntos mencionados, no se destaca un trabajo en la valoración que la sociedad tiene.

Las motivaciones son clave a la hora de examinar la creatividad de sus ideas, y el trabajo que hay detrás para lograr una idea que se sostenga en el tiempo, por lo que la mejora del aspecto mal percibido ya mencionado se hace relevante. Lo que actúa como actor clave en los niveles de motivación de una emprendedora, son su familia, los conocimientos en materias relacionadas al emprendimiento, la experiencia laboral y la percepción de riesgos.

8.2.1.6. Educación

La educación es uno de los factores que más brechas genera entre lo que mujeres perciben y organizaciones declaran hacer. Por un lado, las encuestadas no se ven de acuerdo, en altos porcentajes, con que tienen las capacidades y conocimientos en áreas como los son comercial, financiera, tecnologías e innovación y por sobre todo en materia internacional. Por el otro, más del 70% de las organizaciones declaran tener en sus programas e iniciativas, acciones para apoyar en las primeras cuatro áreas mencionadas. Esto hace pensar que aquello que las entidades hacen se está perdiendo por falta de información o no están siendo eficaces en contenido o forma de enseñar.

Esto es relevante ya que la educación es un factor que influye directamente en la autoeficacia percibida de las mujeres, la creatividad, la motivación y en la experiencia laboral, la cual a su vez afecta directamente en la decisión de emprender.

Una forma subir los niveles de educación percibida por las mujeres, es fijarse en qué factores son aquellos que inciden en esto. Según la OEAP, este se ve influenciado por los estereotipos existentes y la familia.

8.2.2. Factores Interpersonales

8.2.2.1. Familia

La familia es un factor que influye de manera importante en otros que fueron estudiados, como por ejemplo en el financiamiento, la autoeficacia, la educación, las motivaciones y las redes.

A pesar de que las mujeres opinan que, si saben compatibilizar su trabajo con la familia, los resultados muestran brechas que deben ser trabajadas desde las instituciones, ya que mujeres perciben en mayor porcentaje que otros casos que sus decisiones si se ven limitadas por el rol familiar que deben cumplir. Por otro lado, las organizaciones encuestadas muestran porcentajes bajos en cuanto a la tenencia de apoyo en este ámbito. Más de un 40% declara que no entregan herramientas para favorecer la conciliación laboral y familiar ni la búsqueda de oportunidades para aquellas mujeres que son jefas de hogar. Y también, más de un 60% no posee instancias que informen acerca de derechos de la mujer y madre.

8.2.2.2. Experiencia Laboral

La experiencia laboral muestra dos caras para ser analizadas. Por un lado, las mujeres encuestadas han declarado estar de acuerdo con que este factor entrega una base de confianza a la hora de emprender, por lo que generar esta base de conocimientos que un trabajo previo, se torna muy relevante. Es por eso por lo que a las instituciones se les pregunta acerca del monitoreo y entrega de herramientas de estrategias de expansión a los emprendimientos ya

establecidos, punto que, según las respuestas de las encuestas, se encuentra disponible en su apoyo a emprendedores.

Este factor incide directamente en la decisión de emprender o no de una mujer, así como en la motivación de desarrollarlo. Por otro lado, hay que recordar que la experiencia laboral se ve influenciada por los estereotipos existentes en la sociedad y la educación que tiene una mujer emprendedora.

8.2.2.3. Redes

La generación o fortalecimiento de redes suele ser una de las ayudas más recurrentes en las organizaciones, quedando demostrada en las encuestas, las cuales se observa que más del 80% declara tener apoyo en los puntos indagados. En comparación a lo que dicen las emprendedoras, se generan nuevamente brechas entre una y otra encuesta, ya que al preguntar si poseen redes importantes para sus emprendimientos, ya sean o no directamente relacionadas con el rubro, más del 40% no perciben claramente que si las poseen. En ese contexto, se puede potenciar la generación de contactos por parte de las entidades.

Por otro lado, y coherente con las organizaciones, casi la totalidad de las respuestas hace referencia a que, si precisan de instancias de difusión, las cuales están brindadas por las entidades. Tal es la necesidad de las mujeres por apoyo en dar a conocer sus negocios, que se piensa que debe existir el análisis sobre que formas de difusión son las más efectivas, ya que una instancia de difusión puede ser solo de un día o incluso un par de horas, sin dar pie para que la emprendedora no requiera más de estas oportunidades.

8.2.2.4. Modelos a Seguir

Los modelos a seguir al parecer es un factor que se encuentra resuelto por parte de las mujeres y organizaciones. Ellas perciben poseer la inspiración para ser emprendedoras y las instituciones declaran poseer las instancias necesarias para inspirarlas. Si bien puede ser que mujeres no requieran de una base que las haga seguir adelante, podría ser que necesitaran una opinión que muestre el camino que ellas siguen, pero mirado desde otra perspectiva.

Es importante estar constantemente llena de miradas de personas que se consideran modelos a seguir, ya que el que una mujer tenga o no estos ideales, impacta directamente en la decisión de emprender o no del género femenino según la OEAP.

8.2.3. Factores asociados al contexto

8.2.3.1. Estereotipos

En cuanto a los estereotipos y su incidencia en los emprendimientos femeninos, al comparar las encuestas salen a la luz diferentes brechas que hay entre emprendedoras y entidades. Los roles que la sociedad se ha formado sobre las habilidades y roles de género influencian de manera importante a la autoeficacia percibida de las mujeres, a la educación y formación, por ello a la experiencia laboral y también al financiamiento.

Si bien las mujeres se sienten empoderadas a emprender y no se han visto, la mayoría, envueltas en estigmas de la sociedad por ser mujer y no hombre emprendedor, no se muestran claramente de acuerdo con que sus rubros se valoran de igual manera si en el participa un hombre, esto también se demuestra en las respuestas en que al preguntar si creen que existe diferencia entre un emprendimiento femenino y uno masculino.

Por parte de las instituciones, declaran tener apoyo para empoderar a mujeres, pero no se muestran participe con apoyo a mujeres que buscan emprender en mercados que usualmente son liderados por hombres. Este último punto muestra que las entidades no buscan generar como prioridad un cambio en la sociedad que hoy si diferencia rubros por género.

8.2.3.2. Financiamiento

El financiamiento es un factor que influye directamente sobre la decisión de emprender o no de una mujer. Hoy en día es una de las ayudas más comunes ya sea con subsidios, préstamos o concursos que entreguen diferentes sumas de dinero para dar el paso inicial de una persona que desea comenzar un negocio propio.

Las encuestas de mujeres tienen como resultado que la mas de la mitad considera que tiene la base económica para que su emprendimiento se sostenga. Existe otro 40% que no lo tiene o no está segura de la respuesta. Por otro lado, más de la mitad de las entidades declaran que si apoyan con fondos concursables y en la creación de relaciones con entidades financieras. Los préstamos y subsidios son la forma menos utilizada por las entidades. El reconocer si la mujer que decide emprender tiene o no el sustento económico para desarrollar su idea, puede ser considerado un factor que diferencie a aquellas que lo hacen por necesidad u oportunidad. De esta se puede deducir que gran parte de las mujeres encuestadas lo hacen porque hallaron una oportunidad en el mercado. Además, gran porcentaje lo declara así al comienzo de la encuesta y cuando se les preguntó el tiempo que dedicaron previo al inicio de las actividades de su negocio.

8.3. Factores más importantes que inciden en el emprendimiento femenino según mujeres emprendedoras.

Con el fin de encontrar los factores, que la literatura propone como aquellos que son incidentes en el emprendimiento femenino, que son más relevantes para las mujeres que fueron encuestadas, se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) gracias al programa SPSS Statistics.

Las preguntas que fueron incluidas en este análisis son las que en la Encuesta a Emprendedoras estaban dirigidas a conocer la percepción de habilidades, los conocimientos o contexto de las mujeres encuestadas, es decir, la sección dos, desde la pregunta 9 a la 36 (ver encuesta en Anexos 12.1).

Los resultados del análisis se muestran a continuación:

Tabla 5. *Indicadores Análisis Factorial Exploratorio*

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.924
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	3107.228
	gl	378
	Sig.	.000

(Fuente: Elaboración propia)

En primer lugar, se debe saber si es posible hacer el AFE, en este sentido:

- Ya que por un lado el valor de la Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin es mayor a 0.5, se puede realizar el análisis.
- Ya que el nivel crítico (Sig.) es menor que 0.05, se puede decir que el modelo factorial es el adecuado para explicar los datos obtenidos (Yañez, 2019).

A continuación, se obtiene la tabla de varianza total explicada, la cual entrega el número de factores relevantes que el programa encontró:

Tabla 6. *Varianza Total Explicada*

Factor	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acum	Total	% de la varianza	% acum	Total	% de la varianza	% acum
1	13.003	46.439	46.439	13.003	46.439	46.439	9.733	34.760	34.760
2	2.673	9.545	55.984	2.673	9.545	55.984	2.954	10.551	45.312
3	1.444	5.156	61.140	1.444	5.156	61.140	2.636	9.415	54.727
4	1.165	4.162	65.302	1.165	4.162	65.302	2.103	7.511	62.238
5	1.008	3.600	**68.902**	1.008	3.600	68.902	1.866	6.664	68.902
6	.904	3.230	72.131						
7	.883	3.155	75.286						
8	.776	2.770	78.056						
9	.689	2.461	80.517						
10	.622	2.220	82.737						
11	.513	1.833	84.570						
12	.469	1.677	86.247						
13	.463	1.652	87.899						
14	.394	1.406	89.305						
15	.375	1.339	90.644						
16	.371	1.326	91.969						
17	.345	1.232	93.202						
18	.300	1.072	94.273						
19	.266	.949	95.222						
20	.244	.873	96.095						
21	.227	.810	96.906						
22	.188	.670	97.575						
23	.182	.651	98.226						
24	.161	.573	98.800						
25	.128	.455	99.255						
26	.095	.340	99.595						
27	.076	.270	99.865						
28	.038	.135	100.000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

(Fuente: Elaboración propia)

De esta tabla se extrae que según un análisis factorial exploratorio existen 5 factores relevantes, los cuales en conjunto explican el 68,9% de la varianza de los datos originales.

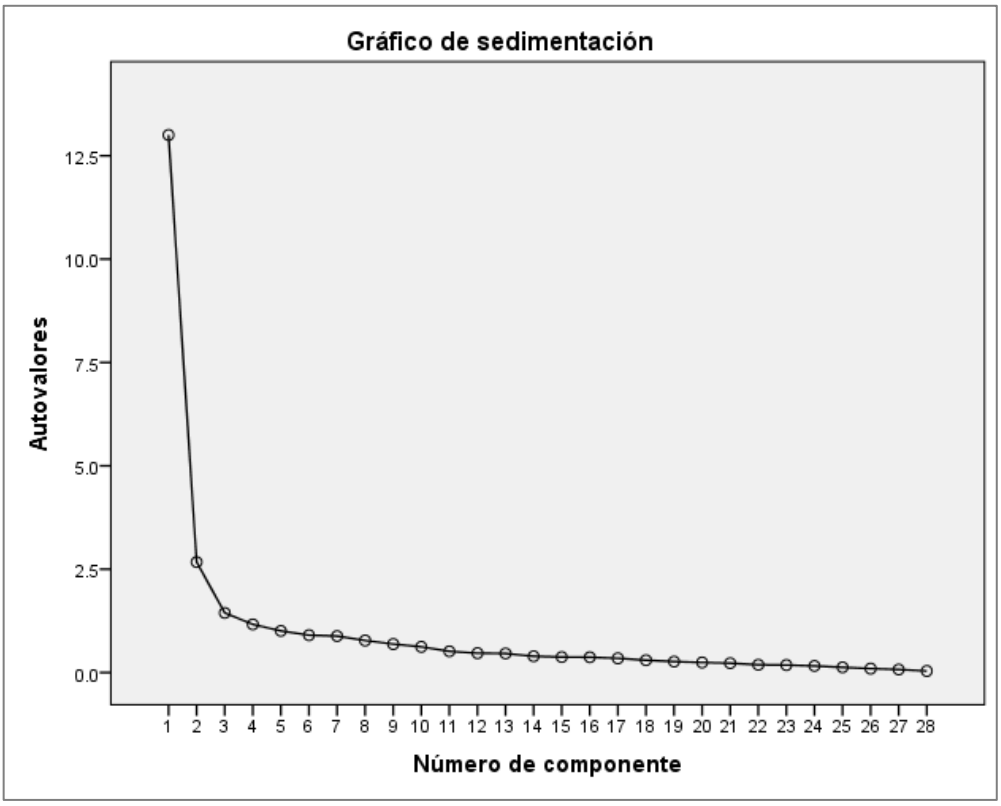

Figura 50. Gráfico de Sedimentación – Resultados Análisis Factorial Exploratorio. (Fuente: Elaboración propia)

En el gráfico de sedimentación, se puede apreciar claramente que las mediciones al agruparse en estos 5 factores explican de manera significativa la pendiente de los resultados. Además, el primer factor explica muy por sobre los otros está curva, el 46%. El segundo un 10%, el tercero un 5% y el cuarto y quinto un 4% aproximadamente cada uno.

A continuación, para saber que variable está considerada en cada uno de los 5 grupos, se tiene la matriz de componentes rotados:

Tabla 7. Matriz de componentes rotados

	Componente				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Soy capaz de proponerme y aceptar desafíos	.886	.037	.236	.158	.162
Estoy empoderada en sacar adelante mi emprendimiento	.871	.086	.236	.144	.079
Soy capaz de mantener la motivación para así lograr los objetivos que me propongo	.866	.033	.233	.207	.110
Confío en mis habilidades para realizar tareas de forma exitosa	.841	.031	.297	.159	.142
Tengo la inspiración necesaria para seguir con mi emprendimiento	.793	.106	.329	.201	-.014
Estoy dispuesta a tomar riesgos para el crecimiento de mi negocio	.786	.258	-.019	.080	.091
Mi emprendimiento tiene una propuesta de valor sustentable en el tiempo	.780	.052	.080	.080	.141
Mi emprendimiento es creativo (innovador)	.769	.123	.056	.091	.208
Con mi emprendimiento satisfago una necesidad de los usuarios real	.752	.138	.160	.134	.287
Conozco las recompensas y beneficios que conlleva emprender	.750	.178	.265	.097	.142
Se compatibilizar mi trabajo en mi emprendimiento con el tiempo dedicado a mi familia	.720	.239	.090	.149	.070
Soy capaz de controlar mis emociones (manejo del estrés, tolerancia a la frustración, apertura a los cambios, manejo de la incertidumbre, etc.)	.682	.090	.334	.213	.160
Tener experiencia laboral me da confianza para emprender	.582	.132	.123	.043	.519
Mis decisiones con respecto a mi negocio, no se ven limitadas por las responsabilidades familiares	.518	.310	.128	.291	-.064
Emprender está bien posicionado y valorado por la sociedad	.465	.211	.136	.103	.242
Tengo los conocimientos que se requieren para llevar mi negocio al comercio internacional	.002	.818	-.054	-.003	.086
Conozco todos los programas de fomento de emprendimiento femenino	.143	.808	.048	.128	.184
Tengo los conocimientos necesarios del área comercial (marketing, plan de negocios, comunicación, etc.)	.297	.578	.459	-.089	.204
Tengo los conocimientos necesarios en tecnologías e innovación	.361	.564	.352	.055	.110
Tengo los conocimientos necesarios en materia financiera (contabilidad, ahorros, manejo de dinero)	.248	.548	.529	.007	.018
Tengo una red de contactos importante que es externa al quehacer de mi emprendimiento	.275	.105	.675	.105	.389
Cuento con el sustento económico para sostener mi emprendimiento en el tiempo	.486	.003	.663	.135	-.026
Tengo una red de contactos importante relacionada con el quehacer de mi emprendimiento	.332	.259	.566	.077	.512
No existen diferencias entre un emprendimiento femenino y uno masculino	.353	.081	.106	.694	-.224

El rubro de mi emprendimiento está valorado de la misma manera si lo sostiene una mujer a un hombre	.410	-.081	-.028	.687	.264
Mi emprendimiento no se ha visto perjudicado por los estereotipos existentes a lo que un hombre o una mujer es capaz de hacer	.469	-.026	-.009	.664	.255
No requiero de instancias de difusión de mi emprendimiento	-.259	.315	.346	.527	-.054
La sociedad valora mi experiencia laboral previa al emprendimiento	.222	.331	.176	.021	.753

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.
La rotación ha convergido en 8 iteraciones.

(Fuente: Elaboración propia)

En ella se muestra por color, las variables que forman parte de los cinco grupos (ver Anexo 12.3 para ver más detalles de cada pregunta). Los cuales se detallan a continuación:

Habilidades propias y confianza sí misma	• Soy capaz de proponerme y aceptar desafíos. • Estoy empoderada en sacar adelante mi emprendimiento. • Soy capaz de mantener la motivación para así lograr los objetivos que me propongo. • Confío en mis habilidades para realizar tareas de forma exitosa. • Tengo la inspiración necesaria para seguir con mi emprendimiento. • Estoy dispuesta a tomar riesgos para el crecimiento de mi negocio. • Mi emprendimiento tiene una propuesta de valor sustentable en el tiempo. • Mi emprendimiento es creativo (innovador). • Con mi emprendimiento satisfago una necesidad de los usuarios real. • Conozco las recompensas y beneficios que conlleva emprender. • Se compatibilizar mi trabajo en mi emprendimiento con el tiempo dedicado a mi familia. • Soy capaz de controlar mis emociones (manejo del estrés, tolerancia a la frustración, apertura a los cambios, manejo de la incertidumbre, etc.). • Tener experiencia laboral me da confianza para emprender. • Mis decisiones con respecto a mi negocio, no se ven limitadas por las responsabilidades familiares. • Emprender está bien posicionado y valorado por la sociedad.
Conocimientos "teóricos" y en programas de fomento al emprendimiento	• Tengo los conocimientos que se requieren para llevar mi negocio al comercio internacional. • Conozco todos los programas de fomento de emprendimiento femenino. • Tengo los conocimientos necesarios del área comercial (marketing, plan de negocios, comunicación, etc.). • Tengo los conocimientos necesarios en tecnologías e innovación. • Tengo los conocimientos necesarios en materia financiera (contabilidad, ahorros, manejo de dinero).
Redes de Contacto	• Tengo una red de contactos importante que es externa al quehacer de mi emprendimiento. • Cuento con el sustento económico para sostener mi emprendimiento en el tiempo. • Tengo una red de contactos importante relacionada con el quehacer de mi emprendimiento.
Estereotipos	• No existen diferencias entre un emprendimiento femenino y uno masculino. • El rubro de mi emprendimiento está valorado de la misma manera si lo sostiene una mujer a un hombre. • Mi emprendimiento no se ha visto perjudicado por los estereotipos existentes a lo que un hombre o una mujer es capaz de hacer. • No requiero de instancias de difusión de mi emprendimiento.
Valoración experiencia laboral previa	• La sociedad valora mi experiencia laboral previa al emprendimiento.

Figura 51. Resultados Análisis Factorial Exploratorio – Factores que explican los resultados. (Fuente: Elaboración propia)

- Factor 1: **Habilidades propias y confianza en sí misma**

  Los componentes de este factor son principalmente aquellos que la literatura define como *personales*. Dentro de estos se encuentra la autoeficacia, la creatividad, la inteligencia emocional, la motivación y los sesgos cognitivos (percepción de riesgo), los cuales buscan determinar la confianza en las propias habilidades y la seguridad de la propuesta que tienen. El resultado del AFE también incluye una pregunta relacionada a los estereotipos que, si bien es un factor dado por el *contexto*, la pregunta está dirigida a que tan empoderada se siente la encuestada. Por lo que calza perfectamente con el grupo resultante. Lo mismo ocurre con las preguntas que están relacionadas a factores *interpersonales* como modelos a seguir, la familia y la experiencia laboral. Todas ellas fueron preguntas que tenían como fin, conocer la percepción de su capacidad para sentirse inspirada, saber compatibilizar tiempos o tomar decisiones, los cuales calzan perfectamente con la agrupación que realizó el programa. Es el último factor nombrado, la experiencia laboral, que se cuestionó dados su coeficiente de relación. Se decide dejarlo en este primer grupo ya que hace referencia a la confianza de la mujer en su trabajo previo.

- Factor 2: **Conocimientos "teóricos" y en programas de fomento al emprendimiento**

  Reúne las cinco variables que se trataron como "educación". Estas forman parte de los factores que la literatura define como *personales*. En este caso es coherente ya que, según los resultados de las encuestas a las mujeres, las cinco preguntas que se realizaron para conocer la percepción de sus conocimientos en área comercial, financiera, tecnología e innovación, internacionalización y programas de fomento al emprendimiento, fueron agrupadas en un mismo conjunto. Es importante dejar claro que este factor es diferente del nivel educacional alcanzado por la mujer encuestada. Pues este hace referencia a conocimientos teóricos en materias que son importantes y específicas para emprender de forma exitosa.

- Factor 3: **Redes de contacto**

  Reúne variables relacionadas a la tenencia o no de redes de contactos importantes para el desarrollo del negocio, tanto relacionadas como externas al negocio. Además, si se

posee el financiamiento para desarrollar el emprendimiento. Si bien las redes son consideradas un factor *interpersonal* y el financiamiento uno dado por el *contexto*, es importante recordar que la literatura establece que existe una relación importante entre estas dos, sobre todo para las mujeres emprendedoras, quienes al tener más barreras o dificultades para acceder a apoyo económico de entidades bancarias, por ejemplo, optan por pedir este apoyo a su red de cercanos. Es por eso, que se encuentra sentido al grupo resultante del AFE.

- Factor 4: **Estereotipos**

  Considera variables asociadas al *contexto* en el que se mueve la mujer emprendedora, contexto llevado a los estigmas que posee la sociedad sobre el rol que tiene la mujer, capacidades del género femenino o áreas a las que se puede o no dedicar una mujer al entrar al mundo laboral. En este grupo se encuentran 4 de las 5 preguntas que se plantean para saber la opinión de las encuestadas sobre el factor estereotipos.

- Factor 5: **Valoración Experiencia Laboral Previa**

  Este contempla solo una pregunta planteada en el cuestionario a las mujeres emprendedoras y corresponde a aquella que busca determinar la percepción que poseen sobre si la sociedad valora o no su experiencia laboral previa. El que se encuentre en grupo aparte tiene sentido, ya que este estaba dirigido a lo que la sociedad le ha demostrado a la mujer emprendedora.

La agrupación que entrega el AFE es coherente con la base teórica. Ya que se puede decir que existe una necesidad por parte de la mujer de sentirse confiada a la hora de emprender y segura de sus capacidades. Esto está muy ligado a la teoría de acción planificada (TAP), la cual plantea que, para optar por una decisión, antes pasa por tres puntos importantes para una persona. Dentro de las cuales se encuentra la percepción de que se tiene las habilidades necesarias para desarrollar tareas exitosas. Es importante mencionar que, si bien el programa detecta grupos, la base de esta encuesta está realizada según el modelo de relaciones entre los factores de la OEAP, el cual muestra que existe muchos factores que influyen de manera importante en otros, generando una red entre todos los puntos que ellos detectan. Es por eso

que, si bien existe un grupo con mucho peso en el AFE, no se deben excluir aquellos que vienen después.

8.4. Análisis Percepción Programas de Fomento al Emprendimiento

Se realiza un análisis de conglomerados para entender la percepción de las mujeres emprendedoras acerca de las diferentes opciones de programas de fomento que hoy se ofrecen. Para ello, se tomaron las preguntas de la tercera sección de la Encuesta a Emprendedoras, la cual está compuesta de 7 preguntas sobre estos programas.

Se iteró con distintas cantidades de conglomerados de manera de encontrar uno que fuese posible analizar y hacer diferencias entre los grupos resultantes. Gracias a una clasificación no jerárquica, se hallaron tres clústers importantes:

Tabla 8. *Composición Clústers – Percepción Programas de Fomento al Emprendimiento*

Número de casos en cada conglomerado		
Conglomerado	1	65
	2	47
	3	27
Válidos		139
Perdidos		0

(Fuente: Elaboración propia)

Considerando que el total de encuestadas fue de 139 mujeres, el primer grupo alcanza un 47%, el segundo un 34% y el último un 19% del total.

Los clústers encontrados se presentan a continuación:

Tabla 9. *Análisis de Clústers – Percepción Programas de Fomento al Emprendimiento*

Centros de los conglomerados finales			
	Conglomerado		
	1	**2**	**3**
37. Es esencial el apoyo de entidades externas para el desarrollo de mi emprendimiento	3.9	2.0	4.0
38. He buscado apoyo de entidades externas para el desarrollo de mi emprendimiento	3.3	1.4	4.1
39. Es fácil encontrar información sobre apoyo de organizaciones a mi emprendimiento	2.5	1.9	3.8
40. Conozco todas las opciones de apoyo por parte del gobierno a mi emprendimiento	1.9	1.6	3.4
41. Confío en el apoyo del gobierno en cuanto a la mujer emprendedora	2.2	2.2	3.9
42. Conozco todas las opciones de apoyo por parte de organizaciones privadas a mi emprendimiento	2.0	1.7	2.9
43. Confío en el apoyo de organizaciones privadas en cuanto a la mujer emprendedora	2.4	2.1	3.9

(Fuente: Elaboración propia)

Los grupos que se encontraron se definen entonces de la siguiente manera:

Clúster 1: "Mujeres con actitud pasiva frente a los programas de apoyo al emprendimiento"

Esta agrupación se compone de mujeres que en primer lugar se encuentran de acuerdo con que el apoyo de instituciones es esencial, pero asumen una actitud pasiva en lo que es la búsqueda de estos programas, pero si demuestran mayor claridad al declarar que no es fácil encontrar esta información. De esta manera se interpreta que, si bien la creen importante, no han buscado algún apoyo específico. Además, se muestran escépticas ante el posible apoyo, ya que conocen pocos programas tanto públicos como privados, además de declarar poca confianza en la ayuda brindada.

Clúster 2: "Mujeres desinteresadas en los programas de apoyo al emprendimiento"

Este segundo grupo se compone de mujeres que muestran una clara posición ante las preguntas sobre la percepción del apoyo de entidades externas al emprendimiento. No creen que la ayuda sea importante, no la han buscado y creen que es difícil de encontrar la información.

Esto se refleja en los bajos niveles de conocimiento de programas tanto públicos como privados y la muy baja confianza en ellos. De estos resultados se lee que, este grupo se manifiesta con total desinterés en el apoyo que ofrecen diferentes organizaciones.

Clúster 3: "Mujeres interesadas e involucradas con los programas de apoyo al emprendimiento"

Este grupo se compone de mujeres que, en primer lugar, manifiestan que el apoyo a la actividad emprendedora es esencial, muestran altos niveles en cuanto a si han buscado apoyo y creen que la información se puede encontrar fácilmente. Además, demuestran poseer, a diferencia de los otros dos grupos, conocimientos de las distintas opciones que se ofrecen, más de instituciones públicas que privadas. Por último, sin diferenciar entre organizaciones, manifiestan tener confianza en este apoyo. Quedando en evidencia, que este grupo está interesado en optar por esta ayuda para desarrollar sus negocios.

A continuación, se busca caracterizar estos tres grupos encontrados gracias al análisis de clúster según los cinco factores resultantes del AFE y según características demográficas de la muestra de tal manera de entender mejor a cada grupo, ambos cuadros completos se encuentran en Anexo 12.4.

"Mujeres con actitud pasiva frente a los programas de apoyo al emprendimiento"

Con respecto al factor *habilidades propias y confianza en sí misma*, este grupo posee valores altos, demostrando que las mujeres se perciben empoderadas, confiadas tanto de sus capacidades como su propuesta de negocio. Existen dos componentes de este grupo que muestran inseguridad, la valoración que le da la sociedad al emprendimiento y la limitación que puede ser la familia a la hora de tomar decisiones. afectando en parte la motivación de la emprendedora. En segundo lugar, con respecto a los *conocimientos teóricos*, los resultados muestran valores menores. El área más fuerte es el de tecnologías en innovación, comercial y finanzas muestran valores que manifiestan inseguridad en ellas. Por otro lado, no saben sobre la internacionalización de su negocio, y muy acorde a lo encontrado en el análisis de clúster,

poseen niveles bajísimos en lo que es el conocimiento de programas de fomento. En tercer lugar, demuestran mayores niveles de tenencia de *redes de contacto,* siendo más importante las que son externas al negocio y aún más altos niveles en cuanto al sustento económico para desarrollar sus negocios. Al analizar los *estereotipos,* si bien demuestran que no han sido discriminadas por estigmas que pueden existir, manifiestan con menos seguridad la existencia de diferencias entre un emprendimiento femenino y masculino. Por último, están de acuerdo con que la sociedad valora su experiencia laboral previa.

Demográficamente, es el grupo que posee menor nivel educacional alcanzado, siendo el promedio *universitario incompleto,* se encuentran divididas en prácticamente la mitad al preguntar si su emprendimiento es su *mayor fuente de ingresos* a pesar de que señalan que si existen motivaciones por necesidades económicas. Al igual que declaran haber encontrado una oportunidad en el mercado. Entre los grupos, es aquel que menor tiempo lleva en el mercado y el que menos tiempo de planificación previa tuvo antes de lanzarlo.

"Mujeres desinteresadas en los programas de apoyo al emprendimiento"

Para el primer factor, *habilidades propias y confianza en sí misma,* el grupo posee niveles considerablemente más bajos que el grupo anterior, demuestra mayor inseguridad en cada uno de los componentes. Aquellos en demuestra menores niveles de percepción, son la valoración que posee la sociedad, alcanzando este el valor más bajo de todos los grupos en cuanto a este factor, la limitación que puede ser la familia y a estos se suma el convencimiento de si la idea de negocio es creativa (innovadora). Los *conocimientos teóricos* también alcanzan los valores más bajos percibidos, pasando incluso a la valoración "estoy en desacuerdo con que tengo los conocimientos". Los de mayor criticidad son la internacionalización y los programas de fomento al emprendimiento. No demuestran tener *redes de contacto* importantes ni el sustento económico para desarrollar el emprendimiento. Con respecto al grupo anterior, demuestran en mayor nivel haber sido afectadas por los *estereotipos* y, por último, declaran que la sociedad no *valora la experiencia laboral previa.*

Demográficamente poseen los mayores niveles educacionales alcanzados, siendo el promedio *universitario completa*, si consideran en mayor medida su emprendimiento como

mayor fuente de ingresos, pero, no consideran su motivación como necesidades económicas ni tampoco el haber hallado una oportunidad en el mercado.

"Mujeres interesadas e involucradas con los programas de apoyo al emprendimiento"

Las mujeres que más interés muestran en los programas de apoyo poseen los más altos niveles percibidos de *habilidades propias y confianza en sí misma*, considerándose a ellas mismas capaces totalmente de llevar a cabo sus negocios dadas sus capacidades como emprendedoras. Al igual que el resto de los grupos, el componente más débil es la percepción que tienen de la limitación que la familia puede provocar al desarrollar el negocio. Por otro lado, en cuanto a los *conocimientos teóricos,* también muestran los niveles más altos percibidos, siendo el más débil la internacionalización. A diferencia de los otros grupos, indican poseer mayores niveles de conocimiento de los programas de fomento al emprendimiento, lo cual es coherente con el resultado del análisis de clúster. Declaran poseer *redes de contactos,* mayores las que son externas al negocio, pero un menor nivel de sustento económico. No se muestra segura de su percepción de los estereotipos, pero demuestra que no se ha visto perjudicada por ellos. Por último, cree en mayor medida que su *experiencia laboral previa* es valorada por la sociedad.

Demográficamente, el promedio se mueve entre el nivel educacional *universitaria incompleta y completa*, muestra mayor tendencia a que su emprendimiento sea su *mayor fuente de ingresos*, muestra los mayores niveles percibidos de necesidades económicas y al mismo tiempo el hallazgo de oportunidades en el mercado.

8.5. Apoyo brindado por las organizaciones encuestadas

Dado más de la mitad de las organizaciones que respondieron esta encuesta corresponden a Municipalidades de la Región Metropolitana, se genera una tabla y un diagrama que muestra las diferencias entre ellas.

Tabla 10. *Respuestas de Encuesta Organizaciones, Tipo Municipalidades.*

Nombre Organización	**Porcentaje**
Lo Barnechea	85%
Providencia	78%
San Bernardo	74%
Santiago	89%
Talagante	81%
Las Condes	85%
El Bosque	89%
Peñalolén	11%
Renca	48%
La Reina	93%
Puente Alto	74%
La Cisterna	89%
San Ramón	37%
Maipú	85%
La Florida	44%
Vitacura	67%
Cerro Navia	70%
Ñuñoa	22%
Recoleta	74%
La Cisterna	74%
Huechuraba	85%
Estación Central	63%
El Monte	96%
Macul	78%

(Fuente: Elaboración propia)

En primer lugar, se tiene que el total de preguntas que se le realizó a las organizaciones en base a si tenían programas destinados a los distintos factores incidentes en el emprendimiento femenino, fueron 27. La tabla anterior muestra un recuento de la cantidad de respuestas “Si” a las diferentes preguntas (de la 4 a la 30 en la Encuesta a Organizaciones en Anexo 12.2). Esto

con el fin de tener un indicador que demuestre la diferencia entre las municipalidades y el contenido de sus programas de apoyo.

A continuación, se genera un gráfico de red con los resultados obtenidos:

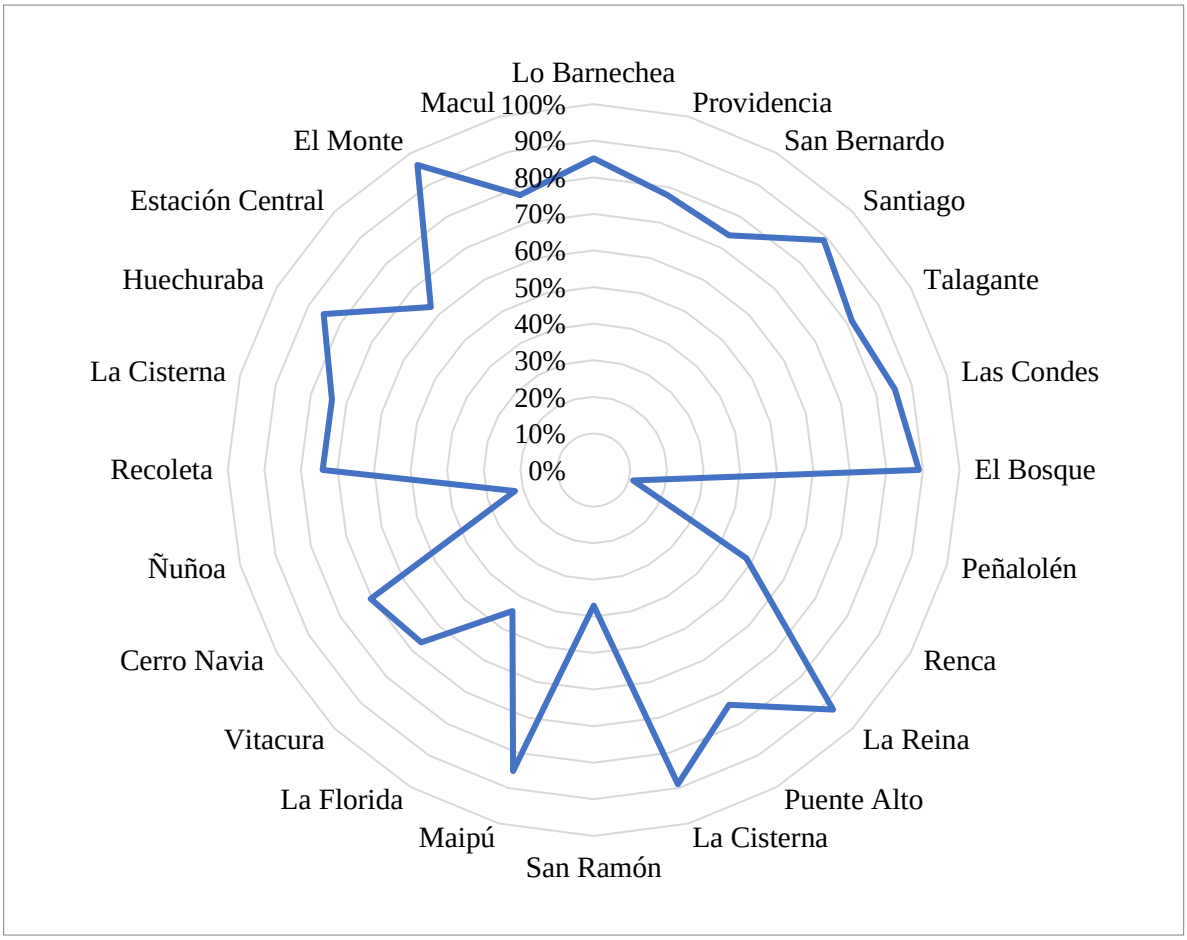

Figura 52. Gráfico de Red – Resultados Respuestas Totales “Si” a Factores Incidentes en el Emprendimiento Femenino. (Fuente: Elaboración propia)

De éste se puede observar que las municipalidades se comportan de manera diferente unas de otras. Algunas observaciones son:

- Las únicas municipalidades que dicen contener en sus programas más del 90% de las variables son La Reina y El Monte. Es importante destacar de ellas que, en la primera existe un trabajo más intenso como municipalidad teniendo un propio departamento de

Emprendimiento e Innovación. Por otro lado, la municipalidad de El Monte trabaja en conjunto con el Centro de Desarrollo de Negocios (Sercotec).

- Aquellas que poseen menos de la mitad de las variables en sus programas de fomento al emprendimiento son Renca, La Florida, San Ramón, Ñuñoa y Peñalolén, ordenadas de mayor a menor. Esta última alcanza tan solo un 11%.
- Existen municipalidades que poseen departamentos especializados en el apoyo a emprendedores, por ejemplo:
    - Lo Barnechea – Lo Barnechea Emprende
    - Providencia – Departamento de Emprendimiento
    - Santiago – Santiago Emprende
    - Vitacura – Vita emprende
    - Estación Central – Centro Ideactiva
    - Las Condes – Departamento de Emprendimiento

  Estos casos se sacaron de las respuestas libres de la Encuesta a Organizaciones. El resto de las municipalidades, apoyan a través del departamento de fomento productivo o de desarrollo económico local principalmente.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Varias son las caracterizaciones, definiciones y atribuciones que se le dan a los emprendedores y emprendedoras. Este estudio entrega información que, si bien está acorde a la literatura, también posee conclusiones independientes.

En primer lugar, se propuso realizar una caracterización de la mujer emprendedora en base a los resultados de las encuestas realizadas. Éstos indicaron que la emprendedora tiene la edad promedio que la literatura dice, esto es entre los 25 y 36 años principalmente y el nivel educacional alcanzado es de universitaria completa. Es decir, coherente con distintos autores, las mujeres tienden a tener una base teórica para adentrarse en el mundo del emprendimiento.

Por otro lado, el rubro coincide perfectamente con lo que otros estudios, por ejemplo, la Encuesta de Microemprendimiento, sugiere. En general, las mujeres encuestadas se dedican a la comercialización de productos, tanto comprados para luego ser revendidos como fabricados a mano por las mismas encuestadas, o a la prestación de servicios, por ejemplo, a través de talleres realizados por ellas o asesorías en diferentes áreas. Estos rubros pertenecen a ramas económicas donde la mujer posee una mayor participación que los hombres, aún existe una estigmatización de que el género femenino no puede desarrollarse de la misma manera que el masculino, lo que lleva a las mujeres a desenvolverse en áreas de menor rentabilidad económica como lo son la industria manufacturera a menor escala, el comercio y los servicios, en vez de adentrarse en la construcción, actividades inmobiliarias, transporte, entre otras lideradas por hombres.

Con respecto a las motivaciones de las emprendedoras, si bien la literatura propone que las mujeres se caracterizan por iniciar negocios principalmente por necesidades económicas antes que, por oportunidades encontradas en el mercado, los resultados de las encuestas realizadas en este caso no demuestran ese mismo comportamiento. En este estudio, al preguntar por la principal motivación se tuvo que la mitad de la muestra declara que lo hizo por necesidad de sustento económico y la otra no. Para aquellas que lo hicieron por la primera razón, señalan además que, para la mayoría su emprendimiento es su principal fuente de ingresos actualmente y poseen un menor nivel de educación alcanzado, mientras que el resto no declara que sea su primera fuente de ingresos y poseen mayores niveles educacionales.

Si bien estos resultados fueron bastante parejos entre una mitad y la otra de la muestra, existen otros resultados que dieron indicio de una motivación principal. Dentro de ellos, los tiempos que dedicaron las emprendedoras a planear y desarrollar sus ideas antes de sacarlas al mercado, revelan que la mayoría de las encuestadas se preparó por más de tres meses, indicando que, si bien existen mujeres que dicen haber iniciado actividades emprendedoras por necesidades económicas, el nivel de urgencia no fue tal como para lanzar la idea al mercado precipitadamente. Hubo tiempo de desarrollo del negocio. Esto lo reafirma también, el resultado de aquella pregunta dirigida a reconocer las motivaciones por oportunidad, donde tres cuartos de la muestra señalan que si fue por la detección de una importante oportunidad que decidió emprender.

El segundo objetivo de este estudio es determinar los factores que más peso tienen para las mujeres emprendedoras. En primer lugar, se escogieron 13 factores que la literatura considera como incidentes en el emprendimiento femenino. Estos se dividirán en tres grupos diferentes: personales, interpersonales y de contexto. En el primero se encuentran la autoeficacia, los sesgos cognitivos y percepción de riesgo, la creatividad, la inteligencia emocional, la motivación y la educación. En el segundo, la familia, la experiencia laboral, las redes y los modelos a seguir. Y, por último, los factores asociados al contexto son el financiamiento y los estereotipos. En base a estos se realizaron las encuestas y se les preguntó a las mujeres emprendedoras su percepción de cada uno de ellos. De esta forma, gracias a un análisis factorial exploratorio, se pudo determinar cuáles son los más relevantes.

El primer grupo, el cual posee el peso más importante en el total de las respuestas de las mujeres, fue el llamado *habilidades propias y confianza en sí misma*, el cual se compone de aquellos factores que la literatura define como “personales” principalmente. Entre ellos se encuentra la autoeficacia, los cuales muestran el mayor índice de relación y lideran el grupo. Entonces, para la mujer emprendedora es clave el sentimiento de ser capaz de proponerse metas, ser perseverante para lograrlas y confiar en las capacidades propias. Este resultado, además, se ve potenciado en que el segundo componente más importante, es el sentimiento de sentirse empoderada para sacar adelante el negocio, factor que, si bien es considerado como “de contexto”, la pregunta se dirigió a una percepción personal de la mujer emprendedora.

A continuación en el grupo, se hacen relevantes los factores de motivación, entendido como tener la inspiración suficiente para emprender y conocer personalmente el valor de la actividad emprendedora; la percepción del riesgo, la creatividad, la inteligencia emocional y la familia, que al igual que el empoderamiento si bien pertenece a factores "interpersonales", en la encuesta se dirigió la pregunta a la capacidad de la mujer de saber distribuir sus tiempos entre el trabajo y su familia y si ésta última le genera limitaciones a la hora de tomar decisiones en pos de su negocio.

Entonces, en base a lo anterior, se puede concluir que el foco de principal de todos los factores que la literatura indica como incidentes en el emprendimiento femenino, es aquel que se refiere a las capacidades de la mujer, sobre todo la confianza que ella tiene de éstas. Trabajar en la seguridad de lo que hace y en sus decisiones se hace clave de desarrollar por parte de las instituciones que buscan apoyar a las mujeres emprendedoras.

La segunda agrupación que entrega el análisis factorial exploratorio, se llamó *conocimientos teóricos y en programas de fomento* al emprendimiento. En él se encuentran los componentes referidos a la tenencia de conocimientos en el área comercial, financiera, tecnologías e innovación y en materia de internacionalización. Áreas claves a la hora de pensar en el desarrollo exitoso de un emprendimiento. Y, por otro lado, el conocimiento de los programas de fomento al emprendimiento que existen y que las emprendedoras pueden buscar con el propósito de fortalecer aspectos que puedan mostrarse más débiles.

El tercero, corresponde a las *redes de contacto*, factor importante ya que generar lazos y relaciones con agentes relacionados al rubro del negocio y externos a él, potencia el crecimiento de los negocios y la detección de nuevas oportunidades. En este grupo además se encuentra el financiamiento, factor que, si bien pertenece a la distinción "de contexto", se mantiene muy relacionado sobre todo para las mujeres ya que ellas tienden, según la literatura, a optar por ayuda económica de su círculo cercano dadas las barreras y dificultades que se presentan al querer solicitar apoyo en una entidad bancaria.

El cuarto grupo corresponde a los *estereotipos*, este grupo incluye afirmaciones que buscan conocer la percepción de las mujeres ante los estigmas que la sociedad ha creado a lo largo de los años sobre el rol de una mujer o su diferencia en el mundo laboral con respecto al hombre.

Y, por último, el factor *valoración de la experiencia laboral previa* por parte de la sociedad incluye solo una pregunta la cual está dirigida a identificar la percepción que tiene la mujer emprendedora sobre la valoración que posee su alrededor acerca su experiencia previa en el mundo laboral.

El Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP) al definir sus 13 factores incidentes en el emprendimiento femenino, lo hace en conjunto a un mapa que muestra las relaciones entre ellos, estableciendo que existen factores que influyen directamente en otros.

Los factores que son considerados como personales se muestran muy conectados entre ellos por lo que trabajar todos a la vez puede ser considerado redundante. Es importante identificar cuáles son aquellos más influyentes para tratar como prioridad.

Uno de ellos es la percepción de riesgo, la cual incide directamente en la actividad emprendedora y la familia, factor que a su vez demuestra gran importancia en lo que es la autoeficacia y la motivación. Y, también, dentro de los factores personales de las mujeres encuestadas presentó una de las percepciones más bajas al igual que las entidades que declaran ofrecer ayuda en ese aspecto. Además, considerando que la autoeficacia es el componente más relevante del grupo de mayor peso para la emprendedora, es muy importante saber cómo enfocar la ayuda para aumentar los niveles percibidos. Esto es a través del trabajo de la creatividad, los conocimientos teóricos, los modelos a seguir, los estereotipos o la familia. Así se debe buscar la dirección más eficiente para, por ejemplo, aumentar los niveles de algún punto débil encontrado.

El tercer objetivo de la investigación es identificar la percepción que tienen las mujeres emprendedoras de los programas de fomento hacia el emprendimiento que hoy se ofrecen. Las encuestas revelan valores importantes a destacar. Entre ellos están que solo la mitad de las encuestadas indica que la ayuda de estas instituciones es esencial, solo un 40% ha buscado esta ayuda y solo una quinta parte de ellas señala que es fácil encontrar información de estos programas. Además, aquellas que confían tanto en los programas de gobierno como privados, no superan el 20% de las emprendedoras y no superan el 10% al preguntar si conocen esta ayuda.

Lo cual indica que las instituciones no están haciendo un buen trabajo al dar a conocer sus programas o existen un grupo de emprendedoras a las que no les está llegando esta información.

Para identificar a las emprendedoras se realizó un análisis de clúster. En el cual se identificaron tres grupos diferentes, estos se definieron en base a su comportamiento ante los programas de fomento al emprendimiento.

El primer grupo, mujeres con actitud pasiva frente a los programas de apoyo al emprendimiento, el cual agrupa la mayor cantidad de mujeres encuestadas, declara que la ayuda de externos es esencial pero no se define con claridad si la ha buscado o no, demostrando una actitud pasiva frente a ellos. No siente que sea fácil encontrarla, no demuestra conocer los programas y tampoco confía en ellos, describiéndose como escépticas. Ellas son mujeres confiadas de sus capacidades propias, pero demuestran poseer menores niveles de educación teórica en materias importantes para tener un emprendimiento exitoso, sobre todo el área comercial y financiera. Además, poseen en promedio educación universitaria incompleta.

El segundo, mujeres desinteresadas en los programas de apoyo al emprendimiento, demuestra un comportamiento diferente, ya que no cree que la ayuda sea necesaria, dado eso no la ha buscado y percibe dificultades en encontrar información al respecto. Desconfía de y desconoce los programas de fomento al emprendimiento. Además, posee niveles considerablemente bajos en lo que es la percepción de habilidades propias y la confianza en sí mismas, siendo los más relevantes la confianza en que el emprendimiento es innovador, creer que la sociedad valora la actividad emprendedora y las limitaciones que la familia puede ser a la hora de tomar decisiones con respecto a su negocio. Posee además lo menores valores de conocimientos teóricos y la tenencia de redes de contactos importantes. Por otro lado, son el grupo con mayor nivel educacional alcanzado, siendo el promedio: universitaria completa, su negocio es su principal fuente de ingreso, pero no lo comenzó por necesidades económicas ni detección de oportunidades.

Por último, el tercer grupo, mujeres interesadas e involucradas con los programas de apoyo al emprendimiento, el cual posee la menor cantidad de mujeres emprendedoras cree que la ayuda es esencial, la ha buscado y siente que es fácil informarse de ella. Además, confía de los programas y declara conocerlos, en mayor magnitud los públicos que privados. Poseen las mujeres de este grupo, los más altos niveles de confianza en sí mismas y su idea de negocio,

aquel punto que más diferencia posee y más bajo nivel de percepción, es la limitante que es su familia al tener que tomar decisiones y la valoración que le da la sociedad a la actividad emprendedora. Poseen también los valores más altos de conocimientos teóricos, pero aun así existe una brecha que debe ser potenciada. Poseen redes de contacto importantes, pero bajo sustento económico para desarrollar sus negocios. Este grupo, además, cuenta con alto nivel educacional alcanzado, universitaria completa como promedio, el más alto promedio de edad con 34 años, son aquellas que más prepararon su propuesta antes de lanzarla al mercado y aquellas que señalaron tener mayores necesidades económicas para comenzar su negocio al igual que la detección de oportunidades.

Con respecto a estos resultados se ve que las instituciones deben diferenciar los grupos para enfocar su ayuda y su forma de darla a conocer. Para el primer grupo de mujeres, el menor nivel de educación alcanzado, el poseer necesidades económicas y altos niveles de detección de oportunidades, en conjunto a los altos niveles de confianza en sí mismas encontradas; indican que podrían ser un segmento que si bien poseen las características que un emprendedor debe tener para desarrollar un negocio exitoso, aún no ven la carrera del emprendimiento como una opción sustentable en el tiempo ya que no cuentan con formación teórica necesaria para emprender. Las instituciones deben aprovechar estas características del grupo, pues contar con mujeres seguras de sí mismas que han logrado establecer su negocio independiente de no tener una carrera universitaria completa, son potenciales mujeres exitosas. Por ello, se debe buscar la manera de hacerles llegar los programas de fomento y aumentar la participación en ellos, además de sensibilizar en instituciones educativas como universidades, que el emprendimiento si es una opción de carrera. También, aumentar sus conocimientos teóricos sería potenciar sus propuestas de negocio para hacerlas sustentables en el tiempo, además, sería un excelente segmento para adentrar en materias que están masculinizadas, pues poseen las condiciones para ser un buen emprendedor y potenciales emprendedoras exitosas en áreas de mayor rentabilidad.

El apoyo que pueden dar las instituciones al segundo grupo de mujeres debe ser en primer lugar, planteado de manera de entender al segmento. Este puede ser interpretado como mujeres que iniciaron un negocio por hobby, ésta surge de la neutralidad al responder su principal motivación para comenzar un negocio pero que a la vez tiende a ser su principal fuente de ingresos. El alto nivel educacional alcanzado, diría que este segmento posee los más altos

niveles de conocimientos teóricos lo cual no se presenta. Pueden ser mujeres que, si bien cuentan con una carrera universitaria, no la han desarrollado, dedicando tiempo a sus familias las cuales si interfieren en sus decisiones con respecto al negocio o su disposición a hacer crecer su proyecto. No se ven interesadas en la ayuda externa ya que son el grupo que percibe con menor valor que la actitud que presenta la sociedad hacia la actividad emprendedora, pudiendo ser este otro factor para no buscar apoyo. El desafío está, en generar instancias que busquen empoderar a estas mujeres de manera de hacerlas sentir capaces de llevar a cabo sus ideas, apoyarlas en sus proyectos de manera de buscar nuevas oportunidades y dar a conocer los beneficios que emprender tiene. Sobre todo, entregar herramientas para conciliar el trabajo en su negocio y sus responsabilidades familiares.

El tercer y último grupo, demuestra completo interés en su negocio. Por lo que el foco de la ayuda debe ser desarrollar sus ideas en busca de nuevas oportunidades. Si bien poseen redes, no manejan una base económica sólida que les permita crecer. Generar programas que apoyen económicamente a través de fondos en conjunto al desarrollo de un plan de expansión de su emprendimiento es una recomendación que por un lado aumentaría la percepción de financiamiento. Este plan de expansión a su vez debe ser complementado con conocimientos teóricos, ya que, si bien cuentan con los mayores niveles de éstos, aún existen brechas que deben ser tratadas, sobre todo el área financiera.

El cuarto objetivo planteado, busca identificar el foco de la ayuda de las organizaciones hoy. En primer lugar, se tiene casi el 70% de ellas posee ayuda enfocada netamente en mujeres emprendedoras lo cual indica que existe preocupación por este tema y que ya se dedican esfuerzos, los cuales pueden ser mejorados o profundizados y no se consideran como un tema distante de las preocupaciones que existen hoy. Además, un 90% de las organizaciones, declaran que no tienen un foco especial en mujeres que emprenden por necesidad u oportunidad, integrando en sus programas entonces, a todas aquellas que poseen una idea de negocio o un emprendimiento ya iniciado, sin discriminar por su motivación.

Para entender el foco de la ayuda de las instituciones, se hará en conjunto a la percepción de las mujeres. Al observar las encuestas realizadas y realizando un análisis según los grupos encontrados por el análisis factorial exploratorio, se tiene que, para el grupo *habilidades propias*

y confianza en sí misma aquellos componentes que poseen bajos niveles de percepción de las mujeres encuestadas son la creatividad, la familia y la experiencia laboral. Las organizaciones por otro lado demuestran poseer apoyo débil en creatividad y sobre todo en el ámbito familiar. Existiendo una brecha que debe ser desarrollada. Aquellos componentes que se ven mayormente incluidos en los programas son el fortalecimiento de las capacidades emprendedoras y el incentivo del espíritu emprendedor.

El segundo grupo, de *conocimientos teóricos y en programas de fomento* al emprendimiento posee los más bajos niveles de percepción según las mujeres que respondieron. Estos resultados demuestran que, si bien las instituciones declaran poseer apoyo en este sentido, sobre todo en el área comercial y financiero, este no está siendo eficaz. Puede ser que no se esté haciendo llegar de manera correcta en términos de información o que no se estén realizando con el enfoque correcto en las materias importantes para un desarrollo exitoso del negocio. Separando los conocimientos en lo que es internacionalización de los negocios, tanto mujeres como organizaciones declaran no saber y no apoyar en ese sentido. Este es un punto que debe enfocarse en aquellos emprendimientos que ya están posicionados y buscan expandirse, para ello las organizaciones deben demostrar tener un seguimiento de los negocios de las mujeres emprendedoras.

El tercer grupo, denominado *redes de contacto* posee resultados similares al anterior y aún más drásticos. Las mujeres perciben con bajos niveles el tener redes tanto relacionadas al quehacer del negocio y externas. Mientras que la mayoría de las instituciones, más de un 75% de ellas, declara tener este tipo de apoyo dentro de sus iniciativas. Se debe buscar la forma de hacer de mejor manera la generación de contactos, ya que este componente es indispensable en la detección de oportunidades e incluso el financiamiento de la idea.

El cuarto grupo, *estereotipos*, demuestra que las emprendedoras perciben inseguridad en aspectos relacionados a la diferencia entre hombres y mujeres y la actividad emprendedora. Además, las organizaciones no declaran, en su mayoría, poseer apoyo en este aspecto. Indicando así que es una materia que no se trabaja y no se ponen esfuerzos en ello. Probablemente porque, como ya se mencionó antes, la raíz se encuentra en la cultura y el trabajo puede verse en resultados a largo plazo. Deben existir pioneros en esta materia.

El único componente del grupo *valoración de la experiencia laboral previa* se manifiesta indecisa. Pues las mujeres no muestran un lado concreto. La mitad cree que, si es valorada y la otra no, por lo que no se puede establecer un comportamiento.

Del grupo de factores de mayor relevancia para las mujeres emprendedoras, destacan los bajos niveles percibidos en cuanto al componente familiar, hay que hacer énfasis en que, si la mujer manifiesta inseguridad en lo que es la compatibilización del trabajo con el tiempo dedicado a la familia y el que señale que sus responsabilidades familiares pueden ser una limitante a la hora de tomar decisiones, está en gran medida afectado por los estereotipos que la sociedad ha creado en torno al rol de la mujer.

Si bien las organizaciones han demostrado que generan espacios que incentiven el espíritu emprendedor, muestran debilidad en el trabajo del factor familia como la detección de oportunidades para mujeres que son jefas de hogar, manejo del tiempo entre trabajo y familia y no menos importante, demuestran que no promueven los derechos de la mujer y maternidad.

Para trabajar esto se requiere de enormes esfuerzos ya que la solución principalmente se trata de un cambio cultural. A pesar de que los roles se han ido equiparando con el tiempo, aún existe la relación del rol de la mujer como encargada de las tareas del hogar y cuidado de la familia y no del mantenimiento económico, tarea asignada socialmente al hombre. Esta generalización implica que las mujeres tiendan a verse como menos capaces de crecer laboralmente, acceder a grandes puestos o entrar en rubros científicos, de mayor exigencia física u otros.

Este cambio es entonces, uno de los mayores desafíos que tienen las instituciones. ¿Por qué no incluir a las mujeres en rubros que hoy están masculinizados? Demostrar que existen casos exitosos de mujeres podría ayudar a aumentar los niveles de autoeficacia, disminuir los sesgos cognitivos, aumentar la motivación y hacer germinar la inspiración no solo en las mujeres emprendedoras, sino también en aquellas que quieren serlo.

Dado el mapa de correlaciones entre estos factores que inciden en el emprendimiento femenino, se puede observar que posee un montón de alternativas y caminos para mejorarlos,

todas opciones igual de válidas, pero con distintos niveles de eficacia en el resultado, por eso, otra vez, es importante detectar que factor influye en los que son más débiles.

El último objetivo de esta investigación busca identificar la ayuda que hoy se brinda por parte de las municipalidades de la región metropolitana. Se pone énfasis en ellas ya que, del total de organizaciones encuestadas, alcanzaron el 53% y, por otro lado, casi un 40% de las mujeres declara conocer las iniciativas de este tipo de institución.

De los resultados, se logró captar que existe gran diferencia entre el contenido de los programas de las municipalidades. Solo existe una, La Reina, que declara poseer trabajar en prácticamente todos los factores ya mencionados. Tal como lo hace esta comuna, Vitacura, Lo Barnechea, Las Condes, Santiago, Providencia, Estación Central cuentan con un área especializada en Emprendimiento demostrando que existe un porcentaje mayor de su presupuesto que va destinado a estas actividades que otras comunas de la región metropolitana. De este grupo mencionado, Vitacura y Estación Central son aquellas que menor contenido en sus programas, pudiendo hacerse una mejora considerable de estos.

Por otro lado, existen 14 comunas que dentro de sus programas consideran el programa de Mujeres Jefa de Hogar del Ministerio de la Mujer y Equidad de Género. Esto implica que tienen mayores niveles de contenidos en sus programas. Esto demuestra que tal iniciativa tiene contenidos importantes y relevantes tanto para las mujeres y las organizaciones, tal como ya se mencionó, las mujeres no demuestran confiar más o menos en las organizaciones públicas que privadas, pero no las conocen, versus Sercotec, el cual más de la mitad de las mujeres declara conocerlo. Las municipalidades poseen el desafío de aumentar tanto sus contenidos y generar la información indicada para las mujeres emprendedoras pertenecientes a sus comunas, en primer lugar, con un área que se muestre especializada en la actividad emprendedora y segundo, poseer programas focalizados a sus necesidades y puntos reconocidos como más débiles.

10. REFERENCIAS

Álvarez, C., Noguera, M. & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. *Un estudio cuantitativo en España. Economía Industrial,* (383), 43-52. Recuperado de https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Claudia%20Alvarez.pdf.

Antolín-López, R., Martínez-del-Río, J. & Céspedes-Lorente, J. (2015). Fomentando la innovación de producto en las empresas nuevas: *¿Qué instrumentos públicos son más efectivos? European Research on Management and Business Economics.* 22, 38-46. DOI: http://dx.doi.org/10.1016/j.iedee.2015.05.002.

Arce, G. (07 de marzo de 2019). Las humillantes cifras de la brecha salarial en Chile: entre más estudian las mujeres, más las castigan. *El Publimetro.* Recuperado de https://www.publimetro.cl/cl/noticias/2019/03/07/laberinto-sin-salida-las-mujeres-trabajo-la-brecha-salarial-golpea-mas-fuerte-quienes-mas-estudian.html.

Berríos, J. & Espina, M. (2014). Factores Determinantes para el Desarrollo de la Actividad Emprendedora**.** *Esic Market Economics and Business Journal, 45*(1), 67-80. Recuperado de https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/140218_134009_E.pdf.

Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential. Women and risk. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 11*(2), 144-161. DOI: 10.1108/13552550510590554.

Brush, C., Ali, A., Kelley, D. & Greene, P. (2017). The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: *Which matters more? Journal of Business Venturing Insights.* (8), 105-113. DOI: http://dx.doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.08.001.

Bucardo Castro, M. A. A., Saavedra García, M. L. & Camarena Adame, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios. 6*(13), 98-107. DOI: http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009.

Carrillo Soto, A., Caballero Rico, F. C. & Roque Hernández, R. V. (2019). Formación en creatividad e innovación: *estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales. Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración.* 8(15). DOI: https://doi.org/10.23913/ricea.v8i15.122.

Castiblanco Moreno, S. E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada.* XXI (2), 53-66. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/909/90930501005.pdf.

Cheyre, H. (26 de mayo de 2015). Impulso emprendedor en Chile. *El Mercurio.* Recuperado de http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=148453.

Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (s.f.). *Glosario Boletín Regional del Empleo.* Recuperado de http://www.inebiobio.cl/archivos/files/pdf/empleo/GLOSARIO_EMPLEO.pdf.

Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Instituto Nacional de Estadísticas. (2015). *Síntesis de Resultados. Encuesta de Microemprendimiento 2015* [EME]. Recuperado de https://www.ine.cl/docs/default-source/laborales/eme/Hist%C3%B3ricos/resultados-2015/publicacion/sintesis_de_resultados_de_resultados_iv_eme_2015.pdf?sfvrsn=c55543d2_13.

Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Instituto Nacional de Estadísticas. (2017). *Síntesis de Resultados. Encuesta de Microemprendimiento 2017* [EME]. Recuperado de https://www.ine.cl/docs/default-source/laborales/eme/publicaciones/sintesis-de-resultados-v-eme.pdf.

Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2017a). *Brechas de Género en el Mercado Laboral Chileno a Nivel Nacional.* Recuperado de http://historico.ine.cl/genero/files/estadisticas/pdf/infografias/0_infografia_brecha_genero_mercado_laboral.pdf.

Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2017b). *Género y Empleo.* Recuperado de http://historico.ine.cl/genero/files/estadisticas/pdf/documentos/enfoque-estadistico-genero-y-empleo.pdf.

Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2017c). *Personas fuera de la fuerza de trabajo (personas inactivas) por sexo.* Recuperado de https://historico-amu.ine.cl/genero/files/estadisticas/pdf/infografias/infografria-fuera-de-la-fuerza-de-trabajo-marzo-06.pdf.

Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2018). *Síntesis de Resultados. CENSO 2017.* Recuperado de https://www.censo2017.cl/descargas/home/sintesis-de-resultados-censo2017.pdf.

Chile. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Unidad de Estudios Ministerio de Economía. (2014). *Motivación Emprendedora. Tercera Encuesta de Microemprendimiento 2013.* Recuperado de https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2014/03/Boletin-Motivacion-Emprendedora-EME-3.pdf.

Chile. Ministerio de Relaciones Exteriores [MINREL]. (2010). *Chile formalizó oficialmente su ingreso a la OCDE.* Recuperado de https://minrel.gob.cl/minrel/site/artic/20100507/pags/20100507170016.html.

ComunidadMujer. (2016). *Informe Género, Educación y Trabajo: la brecha persistente. Primer estudio sobre la desigualdad de género en el ciclo de vida. Una revisión de los últimos 25 años* [GET]. Recuperado de http://www.informeget.cl/wp-content/uploads/2016/06/Informe-GET.pdf.

Escandón Barbosa, D. M. & Arias Sandoval, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. *Cuadernos de Administración.* 24(42), 165-181. Recuperado en http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20520042008.

Fundación Sol. (2015). *Mujeres trabajando. Una exploración al valor del trabajo y la calidad de empleo en Chile*. Recuperado de http://www.fundacionsol.cl/wp-content/uploads/2015/03/Estudio-Mujeres-Trabajando-2015.pdf.

Fundación Sol. (2017). *Mujer, trabajo y previsión*. Recuperado de http://www.fundacionsol.cl/descargables/mujer-trabajo-prevision/.

Fundación Sol. (2018). *Los Verdaderos Sueldos de Chile. Panorama Actual del Valor de la Fuerza del Trabajo Usando la ESI 2017*. Recuperado de http://www.fundacionsol.cl/wp-content/uploads/2018/08/Los-Verdaderos-Salarios-NESI-2017-1.pdf.

García-Palma, M. B. & Sánchez-Mora Molina, M. I. (2016). Knowledge and female entrepreneurship: *A competence and social dimension. Suma de Negocios.* 7, 32-37 DOI: http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.005.

Global Entrepreneurship Monitor [GEM Chile]. (2010). *Reporte Nacional de Chile 2010*. Recuperado de https://negocios.udd.cl/gemchile/reportes/reportes-nacionales/.

Global Entrepreneurship Monitor [GEM Chile]. (2016). *Reporte Nacional de Chile 2016*. Recuperado de https://negocios.udd.cl/gemchile/reportes/reportes-nacionales/.

Global Entrepreneurship Monitor [GEM Chile-Mujer]. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Mujer. Aniversario 10 años*. Recuperado de https://negocios.udd.cl/gemchile/reportes/reporte-mujeres-y-actividad-emprendedora/.

Global Entrepreneurship Monitor [GEM Chile-Mujer]. (2017). *Mujeres y Actividad Emprendedora 2017*. Recuperado de https://negocios.udd.cl/gemchile/reportes/reporte-mujeres-y-actividad-emprendedora/.

Global Entrepreneurship Monitor [GEM Chile]. (2017). *Reporte Nacional de Chile 2017*. Recuperado de https://negocios.udd.cl/gemchile/reportes/reportes-nacionales/.

Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2019). *Global Report 2018/2019*. Recuperado de https://negocios.udd.cl/gemchile/reportes/reportes-globales/.

Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F. & Gámez, J. A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica.* 16(1), 1-14. DOI: http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie.

Larroulet V., C. & Ramírez S., M. (2007). Emprendimiento: *Factor clave para la nueva etapa de Chile. Estudios Públicos. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales,* (108), 93-116. Recuperado de https://www.cepchile.cl/cep/site/docs/20160304/20160304094401/rev108_larroulet.pdf.

López Puga, J. (2012). Modelos actitudinales y emprendimiento sostenible. *Cuaderno Interdisciplinar de Desarrollo Sostenible,* (8), 111-131. Recuperado de https://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/cuaderno-interdisciplinar-de-desarrollo-sostenible-cuides/8/8-446.pdf.

Lupiáñez Carrillo, L., López-Cózar Navarro, C. & Priede Bergamini, T. (2016). El capital intelectual y el capital emprendedor como impulsores del crecimiento económico regional. *Asociación Cuadernos de economía,* 40(114), 223-235. DOI: 10.1016/j.cesjef.2016.09.005.

Martínez, R. (09 de septiembre de 2018). Evolución de la participación laboral de las mujeres. *El Mercurio.* Recuperado de http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=503171.

Markussen, S. & Roed, K. (2016). The gender gap in entrepreneurship – *The role of peer effects. Journal of Economic Behavior & Organization.* 134, 356-373. DOI: http://dx.doi.org/doi:10.1016/j.jebo.2016.12.013.

Marulanda Valencia, F. A., Montoya Restrepo, I. A. & Vélez Restrepo J. M. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración, 30*(51), 89-99. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a10.pdf.

Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico [OEAP]. (2018). *Primer Informe. Programas de Apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza del Pacífico.* Recuperado de https://home.mujeresdelpacifico.org/uploads/library/5b96f4d0a1270_1er-Informe-MdP-ASELA-OAP.pdf.

Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2017). *El mercado laboral en Chile: Una mirada de mediano plazo.* Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_632360.pdf.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2017). *The pursuit of Gender Equality.* Recuperado de http://www.oecd.org/publications/the-pursuit-of-gender-equality-9789264281318-en.htm.

Pereira Laverde, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Economía Gestión y Desarrollo,* (1), 9-26. Recuperado de https://www.academia.edu/184050/Reflexi%C3%B3n_Sobre_Algunas_Caracter%C3%ADsticas_Del_Esp%C3%ADritu_Emprendedor_Colombiano.

PwC. (2019). *Women in Work Index 2019. Turning policies into effective action.* Recuperado de https://www.pwc.co.uk/economic-services/WIWI/pwc-women-in-work-2019-final-web.pdf.

Real Academia Española [RAE]. (2018). Emprender. Edición Tricentenario. *Rae.es.* Recuperado de https://dle.rae.es/?id=Esip2Nv.

Ribes-Giner, G., Moya-Clemente, I., Cervelló-Royo, R. & Perello-Marin, M.R. (2017). Domestic economic and social conditions empowering female entrepreneurship. *Journal of Business Research, 89*, 182-189. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.005.

Ríos Ríos, K. (2013). *Voces de emprendimiento femenino en Chile.* (Tesis de maestría, Universidad de Chile, Santiago, Chile). Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/133278.

Ruiz Arroyo, M. (2012). *Emprendedores con expectativas de alto crecimiento. Una perspectiva de género a nivel mundial.* (Tesis Doctoral, Universidad de Granada). Recuperado de https://hera.ugr.es/tesisugr/21789186.pdf.

Saavedra García, M. L. & Camarena Adame, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre.* 13(22), 129-152.

Thompson, K. E. (2012). La Brecha Salarial Entre Hombres y Mujeres: *La Situación y los Factores que Influyen en la Brecha en los Altos Cargos de Trabajo en Chile. Independent Study Project (ISP) Collection.* 1416. Recuperado de https://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=2436&context=isp_collection.

Toca Torres, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales, 26*(117), 41-60. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a03.pdf.

World Economic Forum. (2017). *The Global Gender Gap Report 2017*. Recuperado de https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017.

Yañez, D. (2019). Marketing II. *Guía de Análisis Factorial en SPSS. Universidad Técnica Federico Santa María.*

11. ANEXOS

11.1. Encuesta a Mujeres Emprendedoras

Esta encuesta busca determinar la percepción que tienen mujeres emprendedoras con respecto a diferentes factores que inciden en el éxito de su negocio y la opinión con respecto al apoyo que instituciones brindan hoy.

Nombre Emprendedora: _____

1. Edad Emprendedora
2. Nivel Educacional Emprendedora
    a. Educación Básica Incompleta
    b. Educación Básica Completa
    c. Educación Media Incompleta
    d. Educación Media Completa
    e. Estudios en un Instituto Técnico
    f. Estudios Universitarios Incompletos
    g. Estudios Universitarios Completos
    h. Estudios Posteriores

Nombre emprendimiento: _____

3. Rubro (¿De qué se trata tu emprendimiento?)
4. ¿Hace cuánto tiempo está tu emprendimiento en el mercado?
    a. 0 - 3 meses
    b. 3 - 12 meses
    c. 1 - 3 años
    d. Más de 3 años
5. ¿Es tu emprendimiento tu mayor fuente de ingresos hoy?
    a. Si
    b. No
6. ¿Cuánto tiempo dedicaste antes de sacar al mercado tu emprendimiento?

a. 0 - 7 días
b. 1 - 4 semanas
c. 1 - 3 meses
d. Más de 3 meses

Contestar que tan de acuerdo esta con las siguientes afirmaciones sobre los factores que inciden en el desarrollo exitoso de su emprendimiento

(ESCALA LIKERT con opciones: Totalmente en Desacuerdo, En Desacuerdo, Neutro, De Acuerdo, Totalmente de Acuerdo)

7. Comencé mi emprendimiento por necesidades económicas
8. Comencé mi emprendimiento porque vi una oportunidad en el mercado
9. Confío en mis habilidades para realizar tareas de forma exitosa
10. Soy capaz de proponerme y aceptar desafíos
11. Soy capaz de mantener la motivación para así lograr los objetivos que me propongo
12. Mi emprendimiento es creativo (innovador)
13. Mi emprendimiento tiene una propuesta de valor sustentable en el tiempo
14. Soy capaz de controlar mis emociones (manejo del estrés, tolerancia a la frustración, apertura a los cambios, manejo de la incertidumbre, etc.)
15. Emprender está bien posicionado y valorado por la sociedad
16. Conozco las recompensas y beneficios que conlleva emprender
17. Con mi emprendimiento satisfago una necesidad de los usuarios que es real
18. Tengo los conocimientos necesarios del área comercial (marketing, plan de negocios, comunicación, etc.)
19. Tengo los conocimientos necesarios en materia financiera (contabilidad, ahorros, manejo de dinero)
20. Tengo los conocimientos necesarios en tecnologías e innovación
21. Conozco todos los programas de fomento de emprendimiento femenino
22. Tengo los conocimientos que se requieren para llevar mi negocio al comercio internacional
23. Estoy dispuesta a tomar riesgos para el crecimiento de mi negocio

24. Mis decisiones con respecto a mi negocio, **no** se ven limitadas por las responsabilidades familiares
25. Se compatibilizar mi trabajo en mi emprendimiento con el tiempo dedicado a mi familia
26. Tener experiencia laboral me da confianza para emprender
27. La sociedad valora mi experiencia laboral previa al emprendimiento
28. Tengo una red de contactos importante relacionada con el quehacer de mi emprendimiento
29. Tengo una red de contactos importante que es externa al quehacer de mi emprendimiento
30. **No** requiero de instancias de difusión de mi emprendimiento
31. Tengo la inspiración necesaria para seguir con mi emprendimiento
32. Mi emprendimiento **no** se ha visto perjudicado por los estereotipos existentes a lo que un hombre o una mujer es capaz de hacer
33. El rubro de mi emprendimiento está valorado de la misma manera si lo sostiene una mujer a un hombre
34. Estoy empoderada en sacar adelante mi emprendimiento
35. Cuento con el sustento económico para sostener mi emprendimiento en el tiempo
36. **No** existen diferencias entre un emprendimiento femenino y uno masculino

Entendiendo que el "apoyo" a emprendedoras, considera cualquier tipo de colaboración ya sean talleres, iniciativas, programas o ayuda financiera, contestar que tan de acuerdo esta con las siguientes afirmaciones:

(ESCALA LIKERT con opciones: Totalmente en Desacuerdo, En Desacuerdo, Neutro, De Acuerdo, Totalmente de Acuerdo)

37. Es esencial el apoyo de entidades externas para el desarrollo de mi emprendimiento
38. He buscado apoyo de entidades externas para el desarrollo de mi emprendimiento
39. Es fácil encontrar información sobre apoyo de organizaciones a mi emprendimiento
40. Conozco todas las opciones de apoyo por parte del **gobierno** a mi emprendimiento
41. Confío en el apoyo del **gobierno** en cuanto a la mujer emprendedora
42. Conozco todas las opciones de apoyo por parte de **organizaciones privadas** a mi emprendimiento
43. Confío en el apoyo de **organizaciones privadas** en cuanto a la mujer emprendedora

Marque aquellas instituciones de las cuales conoce los programas de apoyo específicos a mujeres emprendedoras que ofrecen:

- ✓ SERCOTEC - Centros de Negocios Sercotec
- ✓ CORFO - Corporación de Fomento de la Producción
- ✓ ProChile - Ministerio de Relaciones Exteriores
- ✓ SENCE - Servicio Nacional de Capacitación y Empleo
- ✓ Ministerio de la Mujer y Equidad de Género
- ✓ SERNATUR - Servicio Nacional de Turismo
- ✓ Banco Estado
- ✓ Municipalidades
- ✓ ComunidadMujer - www.comunidadmujer.cl
- ✓ WoomUp - www.woomup.cl
- ✓ Mujeres Emprendedoras - www.mujeresemprendedoras.cl
- ✓ ONG Emprendedoras de Chile - www.emprendedorasdechile.cl
- ✓ Mujeres Empresarias - www.me.cl
- ✓ Ninguna

Otra (respuesta personalizada)

11.2. Encuesta a Organizaciones

Apoyo a Mujeres Emprendedoras: *Esta encuesta contiene preguntas sobre el apoyo a emprendedores. Mi tesis de ingeniería civil industrial consiste en hacer un recorrido por instituciones de la región metropolitana y averiguar si brindan o no apoyo a emprendedores ya sea con programas, fondos, capacitaciones, etc. Con el fin de hacer la comparación con las respuestas de más de 120 emprendedoras sobre lo que ellas opinan de la ayuda que se da hoy y sobre lo que ellas perciben de sus capacidades como emprendedoras. La respuesta de ustedes es muy importante, ya que juegan un papel fundamental en el emprendimiento femenino específicamente.*

1. Nombre Organización
2. ¿Posee la organización programas destinados al apoyo exclusivo de mujeres emprendedoras?
    a. Si
    b. No
3. Según el conocimiento de que existen dos tipos de emprendedores, por oportunidad y necesidad, ¿tiene la organización un foco con la ayuda que brinda a las mujeres emprendedoras?
    a. Si, a mujeres que emprenden por necesidad
    b. Si, a mujeres que emprenden por oportunidad
    c. No, se busca brindar colaboración sin separar la motivación que tenga la mujer emprendedora

Con el propósito de entender el foco del apoyo que buscan entregar a MUJERES EMPRENDEDORAS, responder las siguientes preguntas: (Sí o No)

4. ¿Generan instancias con bancos o instituciones inversoras en pos de crear vínculos con las mujeres emprendedoras?
5. ¿Cuentan con apoyo a través de fondos concursables para mujeres emprendedoras?
6. ¿Cuentan con apoyo a través de préstamos para mujeres emprendedoras?
7. ¿Cuentan con apoyo a través subsidios para mujeres emprendedoras?

8. ¿Cuentan con un sistema que eduque en el área comercial que pueda ser de utilidad para la mujer emprendedora?
9. ¿Cuentan con un sistema que eduque en materia financiera que pueda ser de utilidad para la mujer emprendedora?
10. ¿Cuentan con un sistema que eduque en tecnologías e innovación que pueda ser de utilidad para la mujer emprendedora?
11. ¿Cuentan con un sistema que eduque en programas de fomento al emprendimiento femenino?
12. ¿Cuentan con un sistema que eduque en materia de internacionalización que pueda ser de utilidad para la mujer emprendedora?
13. ¿Cuentan con instancias de generación de redes ligadas al quehacer del negocio de la mujer emprendedora?
14. ¿Cuentan con instancias de generación de redes de apoyo externas al negocio de la mujer emprendedora?
15. ¿Crean instancias de difusión de los emprendimientos femeninos?
16. ¿Fomentan la participación de las mujeres emprendedoras en Redes de Negocio?
17. ¿Se realiza un trabajo respecto a la confianza que debiesen tener las mujeres de habilidades personales para emprender?
18. ¿Existen acciones destinadas al fortalecimiento de capacidades emprendedoras de la mujer, tales como liderazgo, oratoria, poder de negociación, perseverancia, compromiso, entre otras?
19. ¿Cuentan con un sistema que guíe a las mujeres emprendedoras en el proceso de creatividad como generador de una propuesta de valor sustentable en el tiempo?
20. ¿Entregan herramientas adecuadas para afrontar respuestas emocionales que puedan surgir en el proceso de emprender? (Ejemplo, manejo del estrés, tolerancia a la frustración, apertura a los cambios, manejo de la incertidumbre, etc.)
21. ¿Tienen espacios para incentivar el espíritu emprendedor?
22. ¿Cuentan con instancias donde se busque dar inspiración a las mujeres emprendedoras?
23. ¿Cuentan con un espacio donde la mujer comparta los riesgos que ella percibe en su emprendimiento, y la organización responda con una asesoría?

24. ¿Cuentan con una instancia que asesore a las mujeres que son cabeza de hogar con la detección de oportunidades de un emprendimiento?
25. ¿Tienen un espacio de diálogo donde se presente a mujeres emprendedoras los derechos de la mujer y maternidad?
26. ¿Entregan instancias o herramientas que favorezcan la conciliación laboral y familiar de las mujeres emprendedoras?
27. Una vez existe un emprendimiento femenino en marcha, ¿cuentan con un monitoreo de éstos?
28. Una vez existe un emprendimiento femenino en marcha, ¿entregan asesoría en cuanto a estrategias de crecimiento del emprendimiento?
29. ¿Tienen una instancia dónde se busque empoderar a las mujeres emprendedoras?
30. ¿Cuentan con una instancia que asesore a las mujeres en la detección de oportunidades en áreas o sectores donde principalmente operen los hombres?

En el caso de haber marcado "Sí" en una o más casillas en la pregunta anterior. Nombre con que programa(s) o iniciativa(s) cuenta(n) (propias de la organización)

Si tienes algún comentario adicional, puedes dejarlo acá

11.3. Detalles Resultados Análisis Factorial Exploratorio

Tabla 11. *Factores Resultantes del Análisis Factorial Exploratorio*

Pregunta	FACTOR	Relación	Factor Literatura	Tipo de Factor
Soy capaz de proponerme y aceptar desafíos	1	0.886	Autoeficacia	Personal
Estoy empoderada en sacar adelante mi emprendimiento	1	0.871	Estereotipos	De Contexto
Soy capaz de mantener la motivación para así lograr los objetivos que me propongo	1	0.866	Autoeficacia	Personal
Confío en mis habilidades para realizar tareas de forma exitosa	1	0.841	Autoeficacia	Personal
Tengo la inspiración necesaria para seguir con mi emprendimiento	1	0.793	Modelos a Seguir	Interpersonal
Estoy dispuesta a tomar riesgos para el crecimiento de mi negocio	1	0.786	Perc. Riesgos	Personal
Mi emprendimiento tiene una propuesta de valor sustentable en el tiempo	1	0.780	Creatividad	Personal
Mi emprendimiento es creativo (innovador)	1	0.769	Creatividad	Personal
Con mi emprendimiento satisfago una necesidad de los usuarios real	1	0.752	Motivaciones	Personal
Conozco las recompensas y beneficios que conlleva emprender	1	0.750	Motivaciones	Personal
Se compatibilizar mi trabajo en mi emprendimiento con el tiempo dedicado a mi familia	1	0.720	Familia	Interpersonal
Soy capaz de controlar mis emociones (manejo del estrés, tolerancia a la frustración, apertura a los cambios, manejo de la incertidumbre, etc.)	1	0.682	Int. Emocional	Personal
Tener experiencia laboral me da confianza para emprender	1	0.582	Exp. Laboral	Interpersonal
Mis decisiones con respecto a mi negocio, no se ven limitadas por las responsabilidades familiares	1	0.518	Familia	Interpersonal
Emprender está bien posicionado y valorado por la sociedad	1	0.465	Motivaciones	Personal
Tengo los conocimientos que se requieren para llevar mi negocio al comercio internacional	2	0.818	Educación	Personal

Conozco todos los programas de fomento de emprendimiento femenino	2	0.808	Educación	Personal
Tengo los conocimientos necesarios del área comercial (marketing, plan de negocios, comunicación, etc.)	2	0.578	Educación	Personal
Tengo los conocimientos necesarios en tecnologías e innovación	2	0.564	Educación	Personal
Tengo los conocimientos necesarios en materia financiera (contabilidad, ahorros, manejo de dinero)	2	0.548	Educación	Personal
Tengo una red de contactos importante que es externa al quehacer de mi emprendimiento	3	0.675	Redes	Interpersonal
Cuento con el sustento económico para sostener mi emprendimiento en el tiempo	3	0.663	Financiam.	De Contexto
Tengo una red de contactos importante relacionada con el quehacer de mi emprendimiento	3	0.566	Redes	Interpersonal
No existen diferencias entre un emprendimiento femenino y uno masculino	4	0.694	Estereotipos	De Contexto
El rubro de mi emprendimiento está valorado de la misma manera si lo sostiene una mujer a un hombre	4	0.687	Estereotipos	De Contexto
Mi emprendimiento no se ha visto perjudicado por los estereotipos existentes a lo que un hombre o una mujer es capaz de hacer	4	0.664	Estereotipos	De Contexto
No requiero de instancias de difusión de mi emprendimiento	4	0.527	Redes	Interpersonal
La sociedad valora mi experiencia laboral previa al emprendimiento	5	0.753	Exp. Laboral	Interpersonal

(Fuente: Elaboración propia)

11.4. Clústers Percepción de Apoyo de Mujeres Emprendedoras

Tabla 12. *Caracterización según Factores relevantes para las Mujeres Emprendedoras de Clústers Percepción de Apoyo de Mujeres Emprendedoras. Parte 1*

Clústers Percepción apoyo		**9 Confío en mis habilidades para realizar tareas de forma exitosa**	**10 Soy capaz de proponerme y aceptar desafíos**	**11 Soy capaz de mantener la motivación para así lograr los objetivos que me propongo**	**12 Mi emprendimiento es creativo (innovador)**	**13 Mi emprendimiento tiene una propuesta de valor sustentable en el tiempo**	**14 Soy capaz de controlar mis emociones (manejo del estrés, tolerancia a la frustración, apertura a los cambios, manejo de la incertidumbre, etc.)**	**15 Emprender está bien posicionado y valorado por la sociedad**	**16 Conozco las recompensas y beneficios que conlleva emprender**	**17 Con mi emprendimiento satisfago una necesidad de los usuarios real**	**18 Tengo los conocimientos necesarios del área comercial (marketing, plan de negocios, comunicación, etc.)**	**19 Tengo los conocimientos necesarios en materia financiera (contabilidad, ahorros, manejo de dinero)**	**20 Tengo los conocimientos necesarios en tecnologías e innovación**	**21 Conozco todos los programas de fomento de emprendimiento femenino**	**22 Tengo los conocimientos que se requieren para llevar mi negocio al comercio internacional**
1	Media	4.63	4.75	4.52	4.08	4.20	4.14	3.38	4.28	4.32	3.25	3.03	3.55	2.51	2.05
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
	Desv. típ.	.547	.434	.562	.924	.987	.808	1.08	.718	.731	.969	.968	1.03	1.01	.926
2	Media	3.83	3.91	3.70	3.06	3.34	3.43	2.83	3.38	3.34	2.74	2.96	2.87	1.91	1.77
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
	Desv. típ.	1.63	1.66	1.58	1.46	1.57	1.45	1.27	1.43	1.56	1.35	1.41	1.09	.686	.698
3	Media	4.89	4.96	4.67	4.33	4.33	4.19	3.81	4.41	4.48	3.85	3.41	3.56	3.48	2.93
	N	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27
	Desv. típ.	.320	.192	.555	.832	.832	.736	1.14	1.01	.643	1.13	1.24	.934	1.08	1.17
Total	Media	4.41	4.51	4.27	3.78	3.94	3.91	3.28	4.00	4.02	3.19	3.08	3.32	2.50	2.12
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
	Desv. típ.	1.10	1.09	1.10	1.23	1.26	1.10	1.21	1.14	1.17	1.2	1.19	1.07	1.07	.996

(Fuente: Elaboración Propia)

Tabla 13. *Caracterización según Factores relevantes para las Mujeres Emprendedoras de Clústers Percepción de Apoyo de Mujeres Emprendedoras. Parte 2*

Clústers Percepción apoyo		**23 Estoy dispuesta a tomar riesgos para el crecimiento de mi negocio**	**24 Mis decisiones con respecto a mi negocio, no se ven limitadas por las responsabilidades familiares**	**25 Se compatibilizar mi trabajo en mi emprendimiento con el tiempo dedicado a mi familia**	**26 Tener experiencia laboral me da confianza para emprender**	**27 La sociedad valora mi experiencia laboral previa al emprendimiento**	**28 Tengo una red de contactos importante relacionada con el quehacer de mi emprendimiento**	**29 Tengo una red de contactos importante que es externa al quehacer de mi emprendimiento**	**30 No requiero de instancias de difusión de mi emprendimiento**	**31 Tengo la inspiración necesaria para seguir con mi emprendimiento**	**32 Mi emprendimiento no se ha visto perjudicado por los estereotipos existentes a lo que un hombre o una mujer es capaz de hacer**	**33 El rubro de mi emprendimiento está valorado de la misma manera si lo sostiene una mujer a un hombre**	**34 Estoy empoderada en sacar adelante mi emprendimiento**	**35 Cuento con el sustento económico para sostener mi emprendimiento en el tiempo**	**36 No existen diferencias entre un emprendimiento femenino y uno masculino**
1	Media	4.03	3.58	4.15	4.03	3.40	3.45	3.49	1.85	4.43	3.94	3.74	4.68	3.82	3.25
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
	Desv. típ.	.96	1.33	.93	1.00	1.27	1.09	1.07	.96	.74	1.24	1.20	.56	.96	1.42
2	Media	3.13	3.04	3.21	3.36	2.83	2.91	3.06	1.68	3.64	3.40	3.32	3.68	3.23	3.09
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
	Desv. típ.	1.45	1.51	1.47	1.59	1.29	1.31	1.27	.69	1.60	1.52	1.54	1.58	1.33	1.41
3	Media	4.22	3.70	4.22	4.37	3.70	3.96	4.04	2.15	4.44	3.81	3.67	4.74	3.59	3.63
	N	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27
	Desv. típ.	.84	1.17	.80	.92	1.43	1.01	.98	1.26	.97	1.30	1.33	.65	1.04	1.44
Total	Media	3.76	3.42	3.85	3.87	3.27	3.37	3.45	1.85	4.17	3.73	3.58	4.35	3.58	3.27
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
	Desv. típ.	1.219	1.388	1.209	1.273	1.344	1.211	1.175	.955	1.201	1.370	1.356	1.141	1.142	1.427

(Fuente: Elaboración Propia)

Tabla 14. *Caracterización Demográfica Clústers Percepción de Apoyo de Mujeres Emprendedoras*

Clústers Percepción apoyo		**1 Edad Emprendedora**	**2 Nivel Educacional Emprendedora**	**3 Rubro del Emprendimiento**	**4 ¿Hace cuánto tiempo está tu emprendimiento en el mercado?**	**5 ¿Es tu emprendimiento tu mayor fuente de ingresos actualmente?**	**6 ¿Cuánto tiempo dedicaste antes de sacar tu emprendimiento al mercado?**	**7 Comencé mi emprendimiento por necesidades económicas**	**8 Comencé mi emprendimiento porque vi una oportunidad en el mercado**
1	Media	30.46	6.00	1.97	2.58	1.55	2.85	3.23	4.17
	N	65	65	65	65	65	65	65	65
	Desv. típ.	7.569	1.392	.918	.983	.501	1.079	1.412	.993
2	Media	30.62	6.60	2.04	2.64	1.38	2.98	2.72	3.34
	N	47	47	47	47	47	47	47	47
	Desv. típ.	8.329	1.210	.884	.895	.491	1.032	1.425	1.536
3	Media	33.56	6.52	1.78	2.74	1.44	3.22	3.26	4.19
	N	27	27	27	27	27	27	27	27
	Desv. típ.	7.218	1.369	.801	.859	.506	.934	1.403	.681
Total	Media	31.12	6.30	1.96	2.63	1.47	2.96	3.06	3.89
	N	139	139	139	139	139	139	139	139
	Desv. típ.	7.808	1.349	.884	.926	.501	1.038	1.425	1.220

(Fuente: Elaboración Propia)

11.5. Resultados Encuesta Organizaciones, Preguntas Abiertas Municipalidades

Tabla 15. Respuestas Organizaciones a Preguntas Abiertas, Municipalidades

Municipalidad	Nombre con que programa(s) o iniciativa(s) cuenta(n) (propias de la organización)	Si tienes algún comentario adicional, puedes dejarlo acá
Lo Barnechea	El Programa Encúmbrate	El programa Encúmbrate las acompaña durante 4 meses con asesorías integrales y les da un fondo no reembolsable de $400.000 mil
Providencia	Programa Emprendimiento Femeninos Mujer Pro y Programa Mujeres Jefas de Hogar	
San Bernardo		La Municipalidad cuenta con un Programa de emprendimiento social, donde el 90% son mujeres que llegan por la necesidad de generan ingresos ya que la mayoría son jefas de hogar.
Santiago	Programa Mujeres jefas de Hogar, nuestra área de capacitaciones tiene ofertas específico para mujeres, en oficios y oficios que son específicos para hombre, esto por medio de otec y sence. También gestionamos capacitaciones direccionadas a grupos específicos como, mujeres que trabajan en la calle como manicuristas etc.	
Talagante	Realizamos un programa denominado Escuela Fortalecimiento Empresarial Femenino, donde se establecen varios temas y se estimula a emprender, por ejemplo: Fomento Productivo, Gestión de Negocios, Desarrollo Comunicacional, Asociatividad, Financiamiento, Uso de TIC'S, Medio ambiente y sustentabilidad, RR. HH, entre otros.	
Las Condes		Realizamos diferentes actividades tanto para el emprendimiento por oportunidad o necesidad, dinámico, tradicional, innovador etc., pero no diferenciamos en género. Charlas, talleres, cursos, ferias de comercio, torneos, apoyo en subsidios etc., son entregados en igualdad de condiciones, no existe un puntaje diferenciador a las mujeres.
El Bosque	Programa Mujeres Jefas de Hogar, Programa Capital Semilla Municipal	
Peñalolén	Nosotros como departamento contamos con las iniciativas descritas, pero orientado sin distinción de género. En ese sentido, asumimos un 80% de participación femenina, lo cual es una constante en las actividades que potencian las actividades emprendedoras.	Ante cualquier duda, puedes contactarnos.

Renca	Programa Mujer trabajadora jefa de hogar Programa de fomento productivo Programa de creación de cooperativas	
La Reina	Emprendimiento e innovación, OMIL y programa mujeres jefas de hogar	
Puente Alto		Las respuestas se basan en el ejercicio de los departamentos Fomento Productivo, programa social "Puente Mujer" y Programa Mujeres Jefas de Hogar y sus propias metodologías de trabajo y que promueven un apoyo integral las (os) emprendedores y sus familias.
La Cisterna	Nosotros contamos con una Casa de La Mujer y Equidad de Género la cual ayuda a todas las mujeres sin discriminación alguna a surgir, a emprender a empoderarse de sí mismas como también en otras materias, dando la oportunidad que ellas se certifiquen en algún taller y puedan trabajar el día de mañana, como también ayuda en diversas materias,	
San Ramón	Charlas de Educación Financiera	Estas respuestas están limitadas a fomento productivo existen programas que se dedican puntualmente a atender a la mujer como programa mujeres jefas de hogar y oficina de la mujer, nosotros como fomento no limitamos nuestra atención al género, edad y condición.
Maipú	Oficinas directamente relacionadas.	Debe revisarlo directamente con las Oficinas de la Mujer, Programa Mujeres jefas de Hogar y programa fuerza de mujer para mayor detalle y desarrollo de esta temática
La Florida		Hay otras dependencias donde se pueden realizar las consultas. quisiéramos trabajar en conjunto con todos los servicios del municipio y apoyar con todas las redes que corresponda.
Vitacura	Academia Vita emprende-Encuentro Mujer-Talleres de Conciliación de Mamá Emprendedora	
Cerro Navia	PROGRAMA MUJER JEFAS DE HOGAR	
Ñuñoa		
Recoleta		
La Cisterna	Estas actividades se pueden encontrar en el departamento de Fomento productivo y Laboral o a través del programa Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar	
Huechuraba	Asesoría empresarial / Programa apoyo comercialización/ Asesoría contable	Programa jefas de hogar

Estación Central	Programa mujeres jefas de hogar	La mayoría de nuestras usuarias son mujeres. Ellas son las principales beneficiarias y el programa mujeres jefas de hogar es una puerta de entrada para acceder a los demás servicios que nuestra área de emprendimiento tiene y los servicios que el centro también ofrece. Te invito a conocer nuestro centro ubicado en Coronel Souper 4844, Estación Central.
El Monte	Se trabaja con el Centro de desarrollo de Negocios, con la Fundación PRODEMU, fundaciones de Banigualdad, Fondo Esperanza, y los talleres propios de programa, entre otros.	
Macul	La Unidad de Fomento Productivo tiene dentro de sus objetivos y metas realizar atenciones personalizadas, además se desarrolla la Escuela Abierta para emprendedores (as) de la comuna de Macul, abordando diversas temáticas del área de negocios, se cuenta con alianzas estratégicas con diversas instituciones tanto públicas como privadas tales como FOSIS, SENCE, SERCOTEC, PRODEMU INACAP, Centro de Desarrollo de Negocios, Acción Emprendedora. Internamente en la Municipalidad se cuenta con el Programa Jefas de Hogar en el que apoyan en forma específica y con seguimiento los emprendimientos y/o ideas de negocio de las mujeres. Además, el Programa Familia igualmente presenta un enfoque integral de la mujer y familia.	La intervención específica en mujeres emprendedoras está dada en el Programa Mujeres Jefas de Hogar, y en una intervención integral está la intervención del Programa Familia, en la Unidad de Fomento Productivo se apoya específicamente a las mujeres a través de PRODEMU enfocado a capacitaciones y a Postulaciones de SERCOTEC Capital Semilla ABEJA, con charla y asesoría otorgada específicamente apuntando el presente año al desarrollo del Modelo CANVAS.

(Fuente: Elaboración Propia)