



**UNIVERSIDAD DEL BÍO BÍO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**TÍTULO:**

**NICHOS PRODUCTIVOS PARA EL DESARROLLO DE  
MICROEMPRESARIOS FEMENINOS EN LA  
PROVINCIA DE ÑUBLE.**

Memoria para optar al título de Ingeniero Comercial

Alumno:

**Juan Bernardo Cáceres López**

Profesor Guía:

**Carolina Elena Leyton Pavez**

Chillán, 2014



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA INGENIERÍA COMERCIAL

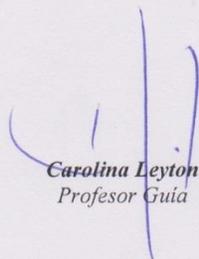
Chillán, 27 de febrero de 2015.

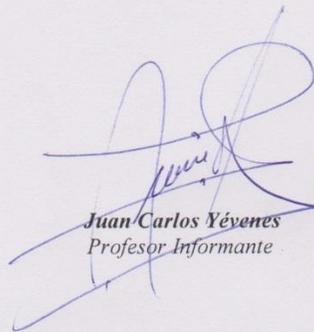
**Informe: Memoria de Título**

En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial, denominada "NICHOS PRODUCTIVOS PARA EL DESARROLLO DE MICROEMPRESARIOS FEMENINOS EN LA PROVINCIA DE ÑUBLE", del alumno Juan Bernardo Cáceres López.

Teniendo en cuenta las exigencias de la Carrera de Ingeniería Comercial y en especial las referidas a la actividad de titulación, la comisión de examinación califica el presente informe con 6,7 puntos (escala de 1 a 7).

Atentamente,

  
**Carolina Leyton P.**  
Profesor Guía

  
**Juan Carlos Yévenes**  
Profesor Informante

  
**Omar Acuña M.**  
Director de Escuela

- CC. - Director de Escuela Ingeniería Comercial  
- Alumnos(as)  
- Archivo

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación busca identificar nichos productivos para el desarrollo de microemprendimientos femeninos en la provincia de Ñuble, para lo cual se aplicó una encuesta a las emprendedoras del programa “Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar”.

Para lograr el objetivo principal de la investigación, se procede a diseñar un cuestionario, que fue evaluado por expertos en el tema, quienes aportan al diseño del instrumento y a la metodología para la aplicación del instrumento, esto con el fin de identificar nichos productivos en la provincia de Ñuble. Luego de tener el instrumento conformado, éste se aplicó a un grupo piloto del programa “Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar” de la comuna de Chillán Viejo, las que aportaron en la reformulación de preguntas del cuestionario, con el fin de una mayor comprensión por parte de las emprendedoras.

El instrumento con sus correcciones correspondientes, fue aplicado a las comunas de Chillán, Chillán Viejo, Quillón y Bulnes por el nivel de población de estas y por el alto nivel de ruralidad que presentan la comuna de Quillón (50,6%) y Bulnes (39,8%) (Programa Dinámicas Territoriales Rurales, 2014), el número de personas a las que fue aplicado el instrumento es de 60 emprendedoras de las comunas antes señaladas.

Cabe destacar que para esto, se utiliza como apoyo un software estadístico denominado “IBM SPSS Statistics Versión 19”. Con esto se logró caracterizar a las emprendedoras del sector rural y del sector urbano de la provincia de Ñuble, detectando diferencias en niveles educacionales, el estado civil y los rubros en los que se desempeñan principalmente. Conjuntamente se detectaron los nichos productivos en los cuales se desenvuelven las emprendedoras de la provincia de Ñuble, identificando los rubros de Comercio, Artesanía, Alimentación y Confecciones.

**Palabras Claves:** Nicho Productivo, Mujer Emprendedora, Microemprendimientos.

## CONTENIDO

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	2
1.1. Antecedentes Generales .....	2
1.2. Justificación de la Investigación .....	3
1.3. Planteamiento del Problema .....	6
1.4. Objetivo de la Investigación .....	7
1.4.1. Objetivo General .....	7
1.4.2. Objetivos Específicos:.....	7
CAPITULO II: MARCO TEORICO.....	8
2.2. Tipos de Emprendimiento.....	10
2.3. Mujer Emprendedora en Chile.....	12
2.4. Mujer Emprendedora en la Región del Bío Bío .....	15
2.5. Concepto de Nichos Productivos .....	16
2.6. Nichos Productivos Estratégicos para Emprendedores en Chile .....	17
2.7. Políticas Públicas en Chile en base al Emprendimiento Femenino .....	18
2.8. Economía del País “Chile” y escenarios futuros. ....	19
2.9. Economía de la Región del Bío Bío.....	21
2.10. Estructura Productiva y de Empleo, Provincia de Ñuble.....	23
2.11. Concepto de Paradigma Cultural .....	25
2.12. Modelos Mentales del Micro Emprendimiento Femenino .....	26
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	28
3.1. Tipo de Estudio .....	28
3.2. Tipo de Diseño.....	28
3.3. Población o Muestra .....	29
3.4. Instrumentos de Recolección de información.....	29
3.5. Fuente de información .....	30
3.6. Validación del Instrumento.....	30
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	31
4.1. Encuesta Emprendedoras:.....	31
4.2. Análisis de Variables .....	31
4.3. Caracterización Mujer Emprendedoras de la Provincia de Ñuble .....	32
4.3.1 Emprendedora Sector Urbano .....	32
4.3.1.1. Edad y Nivel Educativo .....	33
4.3.1.2. Estado Civil e Hijos.....	35

4.3.1.3. Nivel de Ingreso .....	37
4.3.1.4. Habilidades Técnicas Computacionales .....	38
4.3.1.5. Motivaciones Emprendedoras .....	42
4.3.1.6. Antigüedad Emprendimiento.....	43
4.3.1.7. SII y Antigüedad.....	44
4.3.1.8. Cantidad de Trabajadores .....	46
4.3.1.9. Tipo de Financiamiento .....	47
4.3.1.10. Difusión Emprendimiento .....	49
4.3.1.11. Rubro .....	50
4.3.2. Emprendedora Sector Rural .....	52
4.3.2.1 Edad y Nivel Educativo .....	52
4.3.2.2. Estado Civil e Hijos.....	54
4.3.2.3. Nivel de Ingreso .....	56
4.3.2.4. Habilidades Técnicas Computacionales .....	57
4.3.2.5. Motivaciones Emprendedoras .....	60
4.3.2.6. Antigüedad Emprendimiento.....	62
4.3.2.7. SII y Antigüedad.....	63
4.3.2.8. Cantidad de Trabajadores .....	64
4.3.2.9. Tipo de Financiamiento .....	65
4.3.2.10. Difusión Emprendimiento .....	68
4.3.2.11. Rubro .....	69
4.4 Nichos Productivos y Apoyo a las Emprendedoras .....	71
4.4.1. Tipo de Apoyo.....	71
4.4.2. Aspectos que Impiden el Emprendimiento .....	73
4.4.3 Debilidades y Fortalezas Emprendedoras .....	75
4.4.4. Organismos de Apoyo al Emprendimiento .....	77
4.4.5. Nichos Productivos .....	78
CAPÍTULO V: CONCLUSIÓN.....	82
5.1. Conclusión Específica por Objetivo .....	82
5.2. Conclusiones Generales .....	83
5.3. Limitaciones.....	85
5.4. Recomendaciones .....	85
BIBLIOGRAFÍA .....	87
ANEXO .....	90

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

Frente a la actual problemática de desempleo y desigualdad de género que vive la región del Bío Bío (Instituto Nacional de Estadísticas, 2013), comienza a vislumbrarse como una oportunidad el emprendimiento, siendo éste una de las opciones para generar ingresos en las familias.

La motivación para emprender puede tener origen en diferentes factores. De acuerdo con Kantis, Ishiday Komorilos (2002), los factores destacados y que predominan en América Latina según orden de importancia son la autorrealización, mejora de ingresos, contribuir a la sociedad, independencia, modelos de rol, status social, enriquecerse y seguir la tradición familiar.

Durante los últimos años, la inserción de la mujer al mundo laboral ha aumentado significativamente, por lo que se hace necesario buscar instancias u oportunidades para que puedan desarrollarse tanto personal como profesionalmente. (INE, 2013)

El emprendimiento ha sido tema central para aquellas mujeres que buscan nuevas oportunidades en sus vidas o que quieren aumentar los ingresos familiares, sin embargo no ha sido sencillo debido al marcado machismo presente en Chile y en el mundo y que genera además, falta de interés en el “emprendimiento” femenino por falta de apoyo de sus parejas o de lo mal visto por la “sociedad” que las rodea. (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, 2010)

### **1.1. Antecedentes Generales**

La mujer hoy busca nuevas alternativas para generar ingresos para sus hogares, una de ellas es mediante sus propios emprendimientos, donde del total de emprendimientos femeninos el 59% lo hace por necesidad y un 12% por una oportunidad que se le presentó esto según el estudio de “Características del Emprendimiento Femenino” realizado por “Empréndete Chile” (2013), además de ser una necesidad monetaria la mujer busca realizarse como

persona e intenta desarrollar otras habilidades que los deberes domésticos no se lo permiten, esto se da por la cultura machista predominante en los países en vías de desarrollo como Chile (Ortiz, Duque y Camargo, 2008).

Según Encuesta Longitudinal de Empresas” (2010) realizada en Chile, el emprendimiento en Chile o mejor dicho las PYMES de Chile generan alrededor del 60% del empleo nacional, por lo tanto son uno de los principales sustentos a la empleabilidad nacional.

La tasa de desempleo de la región del Bío Bío es la segunda más alta a nivel nacional, según el Instituto Nacional de Estadísticas (2014), la tasa de desempleo que posee la región del Bío Bío es de 8,2% y un 37,9% de las personas desocupadas son mujeres, por lo que el porcentaje de mujeres desempleadas hace pensar que se necesitan instancias para desarrollar emprendimientos que pueden generar ingresos para estas mujeres y no solo poseer un trabajo asalariado.

La finalidad de esta investigación es identificar los nichos productivos para las microempendedoras de la Provincia de Ñuble, además de poder caracterizar a las empendedoras urbanas y rurales.

## **1.2. Justificación de la Investigación**

Las mujeres cumplen un rol importante en la economía familiar, puesto que ya no son sólo dueñas de casa, sino que salen al mundo laboral para poder ser un aporte en términos monetarios al hogar, donde según la encuesta CASEN (2011) a menor quintil existen más mujeres empendedoras, por lo que el emprendimiento ha surgido como una alternativa para este tipo de mujeres que buscan nuevos horizontes o prefieren tomar el riesgo de generar sus propios negocios. Cabe señalar que el 59% de las mujeres empendedoras, lo hacen por una necesidad y no por una oportunidad que se le presentó. (Empréndete Chile, 2013)

Según el estudio realizado por “Empréndete Chile” y apoyado por el “Ministerio de economía, fomento y turismo” (2013) denominado “Características del Emprendimiento Femenino”, el 31% de los emprendedores chilenos son mujeres, esto, por lo tanto conocer el perfil de estas mujeres es de vital importancia para la realización de nuevas políticas públicas o de programas de gobiernos locales para el apoyo de la mujer emprendedora, en la provincia de Ñuble como en la Región del Biobío.

Actualmente existen diferentes programas que apoyan a estas mujeres, pero no necesariamente son dirigidos según las diferentes características que pudiesen presentar por sector principalmente, a modo general según el estudio “Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) aplicadas en el mundo rural” (2008) realizado por “Fundación para la Innovación Agraria” (FIA) se puede inferir que una mujer emprendedora del sector rural sabrá menos de computación que una del sector urbano por el poco acceso que poseen estas a este tipo de tecnologías, por ende el proyecto a realizar busca que detectar estos factores que ayuden a realizar estos programas de ayuda de forma más específica.

A la vez el localizar nuevos nichos productivos para las mujeres emprendedoras, permitirá que no solo a las mujeres puedan surgir, sino contribuir al desarrollo económico del país, generando más puestos de trabajo y nuevas oportunidades de negocio (Corporación de Fomento de la Producción, 2014).

Con la generación de emprendimientos femeninos se espera un aumento en el empleo femenino, esto debido, a que las mujeres emprendedoras tienden a contratar personas de su mismo género en mayor porcentaje que los hombres emprendedores, así lo refleja el estudio realizado por el “Ministerio de Economía, Fomento y Turismo” (2013), el cual refleja que un 37,3% de los empleados por las emprendedoras corresponde a mujeres, mientras que en los emprendedores un 25,0% de los empleados son mujeres.

Según el Banco Central chileno (2011), las “Pequeñas y medianas empresas” poseen la gran parte del empleo nacional, el cual asciende casi al 62%, por tanto es uno de los factores relevantes tanto para los hogares, la economía como a nivel nacional.

El estudio realizado por Julia Fawaz y Rosana Vallejos (2011) indica que “diversos estudios muestran que se considera positivo que la mujer pueda incorporarse a un trabajo remunerado, por mejorar su autoestima, su autonomía, y por la contribución económica a la familia. Pero, por otra parte, si ella trabaja por una remuneración, se reconoce que ello significa una doble jornada laboral, en la medida que los roles masculinos no se han transformado a nivel doméstico”, esto hace referencia a la relación que tiene la mujer al entrar al mundo laboral y como eso cambiaría la estructura del hogar en sí, pensando en que esta debe seguir con las labores domésticas y a la vez en su trabajo remunerado. Por lo tanto más allá de generar instancias para que las mujeres puedan surgir y ser un aporte económico al hogar, se debe hacer un cambio de mentalidad o paradigma cultural al largo plazo, en que las mujeres y los hombres puedan compartir las labores domésticas y laborales, trabajando en conjunto.

Para disminuir la brecha de la desigualdad entre hombres y mujeres, se deben generar nuevas instancias para la capacitación de las mujeres en temas de emprendimiento, ya que los emprendimientos masculinos presentan un ingreso cuatro veces más alto que el de las mujeres (Características del Emprendimiento Femenino, 2013), lo que da a entender, que no se están generando las instancias de nivelación en temas económicos, los cuales por lo general siempre los maneja el género masculino.

La presente investigación busca principalmente identificar el perfil de las mujeres emprendedoras de sectores rurales y sectores urbanos y los nichos productivos para el desarrollo de emprendimientos femeninos en la provincia de Ñuble, lo que permitirá establecer las bases para la elaboración de propuestas orientadas a mejorar el acceso de las mujeres a los recursos productivos y a las empresas del sector industrial, mediante el emprendimiento así como corregir los sesgos de género que se identifiquen al analizar los procesos de producción y las políticas sobre la materia.

### **1.3. Planteamiento del Problema**

El emprendimiento en Chile o mejor dicho las PYMES de Chile son el principal sustento de la empleabilidad nacional, según la “Encuesta Longitudinal de Empresas” (2010) realizada en Chile las PYMES generan alrededor del 60% del empleo nacional, sin embargo hay muchas personas que debaten esta encuesta diciendo que la cifra es aún mayor, el ex presidente de la Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Iván Vuskovic dice que la cifra asciende al 80% dado que el 60% sería empleo formal y el otro 20% informal.

Se sabe que gracias al emprendimiento se generan nuevos puestos de trabajo, los cuales disminuirán la tasa de desempleo del país, esto a su vez haría crecer la economía nacional y podríamos aspirar a tener una posición de “pleno empleo”, creer que el emprendimiento solo es un tema económico es algo errado, dado que muchas personas creen que el emprendimiento es una oportunidad para desarrollar las verdaderas habilidades que siempre han poseído y nunca las han realizado por falta de tiempo o de buscar algo más estable (GEM, 2011). La edad promedio del emprendedor Chileno es de 37 años, de esto se puede deducir que en esta edad la gente quiere ser su propio empleador o busca nuevas oportunidades de ingreso, otro dato no menor es la de los emprendedores establecidos los cuales son denominados así al cabo de tener 3.5 años ya con la empresa constituida, la edad de estos es en promedio 46 años (GEM Regional, 2013), se puede interpretar que las personas con más edad pueden estabilizar más sus negocios nuevos y perdurarlos con el tiempo, esto debido a su mayor experiencia en comparación a las personas más jóvenes. Los jóvenes están en busca de realizar sus propios negocios, esto debido a la gran cantidad de información y el uso de las nuevas tecnologías que les permiten disminuir los riesgos de emprender, además de que dado su juventud les hace tomar riesgos más “alocadamente” y a la vez su misma inexperiencia hace que se equivoquen pero se puedan volver a levantar más rápidamente que una persona de más edad (GEM, 2011).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (2014) la tasa de desempleo que posee la región del Bío Bío es de 8,2% y un 37,9% de las personas ocupadas son mujeres, lo que nos da a entender que existe una mayoría en participación masculina, dejando de lado al género femenino, principalmente por las pocas oportunidades que se les da a estas, por lo tanto el problema que se puede visualizar, es principalmente la falta de oportunidades que tienen las mujeres para entrar al mundo laboral, por lo que esta investigación busca identificar nichos productivos para que las mujeres puedan desarrollar microemprendimientos que aporten a su núcleo familiar y a la provincia misma, estos servirán para generar mayor empleo y mejorar la economía de la provincia de Ñuble.

#### **1.4. Objetivo de la Investigación**

La presente investigación ha definido los siguientes objetivos:

##### **1.4.1. Objetivo General**

Identificar nichos productivos para el desarrollo de emprendimientos femeninos en la provincia de Ñuble

##### **1.4.2. Objetivos Específicos:**

Para lograr el objetivo general se han definido los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar las políticas públicas chilenas de apoyo al emprendimiento y desarrollo productivo con perspectiva de género
2. Evaluar la estructura productiva y de empleo en Chile, en la región del Bío Bío y en la provincia de Ñuble
3. Caracterizar el perfil de las mujeres emprendedoras de sectores rurales y urbanos de la provincia de Ñuble.

## **CAPITULO II: MARCO TEORICO**

El marco teórico que fundamenta esta investigación proporcionará al lector una idea acerca de este tema. Se encontrarán los conceptos e información descriptiva relevante, la cual profundiza y contextualiza el problema de la investigación, proporcionando así una mayor comprensión por parte del lector.

### **2.1. El Emprendimiento**

El término entrepreneur (emprendedor) se dio en la literatura a principios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. El cual definió al “entrepreneur” como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. El hace alusión a que el emprendedor, en comparación con otros agentes, no posee un retorno seguro. Y dice que será el emprendedor, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Cantillon, 1755). Tiempo después un economista francés Jean Baptiste Say (1767-1832) definió “entrepreneur” como un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Otra de las cosas que plantea Say, es que el éxito del emprendedor no solo será importante para él, sino también para toda la sociedad; uno de los aspectos destacables de Say es que dice que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), economista austriaco, se refirió por primera vez al término entrepreneur (emprendimiento) para referirse a aquellos individuos emprendedores y empresarios que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados de bienes y servicios. Según Castillo (1999), manifiesta discrepancia respecto al término, esto debido a que muchos emprendedores logran mejorar el mercado de bienes y servicios, creando nuevas riquezas.

Schumpeter (1942) definió al emprendedor como una persona muy dinámica y poco común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. En su libro “Capitalismo, socialismo y democracia” dice que “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.” Schumpeter (1942) dice que el emprendedor tomara una posición monopólica dentro del mercado, al momento de la introducción de alguna innovación.

Por otra parte, Peter Drucker (1985), define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador (y al entrepreneurship como el empresariado innovador), y este aclara la común confusión de las personas que creen que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaco principalmente, que aunque quien abra un pequeño negocio correrá riesgos, eso no quiere decir que sea innovar y tampoco que represente un emprendimiento.

Drucker (1985) afirma que ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino más bien una conducta. Este plantea que cualquier persona que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Considera que la base del emprendimiento va en una base más teórica o netamente intuitiva. Por lo tanto el emprendimiento se entiende como un rasgo característico de los individuos o instituciones, pero no principalmente de personalidad. Señala que las personas que necesitan bases o certezas no pueden ser emprendedoras, esto se basa principalmente en el alto riesgo que se corre al ser un emprendedor. Uno de los aspectos relevantes que plantea Drucker (1985) y que va en línea con esta investigación es que el término de emprendimiento no debe estar limitado a la esfera económica, debido a que esta se relaciona con todas las actividades humanas.

En estos días el término emprendedor está bajo la concepción de que es una persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas. Casson (1982) señala: “El término

emprendedor, que la mayoría de la gente reconoce es de alguien que organiza y asume el riesgo de una empresa a cambio de los beneficios”

Ninguna definición del concepto emprendimiento es lo suficientemente clara o precisa para las personas, sin embargo el concepto general que se tiene del emprendimiento es de aquellas personas que generan nuevos negocios. En si las personas emprendedoras son aquellas que buscan ser innovadores, flexibles y creativos.

## **2.2. Tipos de Emprendimiento**

Los tipos de emprendimientos que se pueden señalar son de dos tipos, primero están los emprendimientos comerciales los cuales fueron definidos en el apartado anterior, pero según lo señalado por Castillo (1999) “el emprendedor es aquel que genera nuevas riquezas y mejorando el mercado de bienes y servicios, por lo tanto a modo general el emprendimiento comercial es aquel que busca una rentabilidad y un retorno en los nuevos negocios que se generen.”

El otro tipo de emprendimiento que se puede encontrar o señalar es el emprendimiento social, este se puede definir como un tipo de emprendimiento que busca solucionar los problemas sociales que se presentan. Según Sullivan (2007) “El emprendedor social identifica oportunidades que se presentan a sí mismas como problemas que requieren soluciones y se esfuerza por crear emprendimientos para resolverlos”.

Cabe señalar que los emprendedores sociales intentan encontrar soluciones para problemas de la sociedad como lo son el analfabetismo, la drogadicción o la contaminación ambiental. Roberts y Woods (2005) señalan que “Es importante resaltar que el emprendimiento social no es lo mismo que caridad o benevolencia; incluso no es necesariamente sin ánimo de lucro. En esencia, es una actitud benevolente motivada por una necesidad profundamente arraigada de dar a otros, pero va más allá de esto [...] los emprendedores sociales son gente de negocios”, lo que da a entender este autor es que sin importar el motivo del

emprendimiento sea este netamente comercial o social, siempre habrá un motivo de generación de negocios.

Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), definen emprendimiento social como “una actividad innovadora, de creación de valor social, que ocurre al interior y a través de los sectores sin ánimo de lucro, de negocios y gubernamental”. En base a esta definición Alexander Guzmán y María Trujillo (2008) dicen que gracias a esta, se permite comprender que el emprendimiento social no está aislado del emprendimiento comercial, sino que coexisten.

Lo que diferencia al emprendimiento social del emprendimiento comercial es la creación de un valor social sostenible. Los emprendedores sociales “actúan como agentes de cambio en el sector social, innovando y actuando de acuerdo con el deseo de crear un valor social sostenible” (Harding, 2004).

Si quisiéramos diferenciar el emprendimiento social con el comercial o de negocio, es posible citar a Skoll en Dearlove (2004), el cual dice que la gran diferencia que tienen estos tipos de emprendimiento son que mientras los emprendedores comerciales abordan los problemas con un punto de vista netamente económico, los emprendedores sociales se enfocan en algún problema que quieren resolver de la sociedad y no actúan necesariamente motivados por los beneficios económicos o materiales que este genere.

Según Olsen (2004) y haciendo referencia a los emprendedores sociales dice “Estos individuos no tienen deseos de enriquecerse sino hacer a otros ricos de espíritu o realización”

Para esta investigación es necesario encontrar nichos productivos dirigidos a emprendimientos más comerciales que sociales, esto debido a que el propósito de esta investigación es mejorar la calidad de vida de las mujeres emprendedoras de la provincia de Ñuble, por lo tanto el emprendimiento comercial es el que se investigará.

### **2.3. Mujer Emprendedora en Chile**

El emprendimiento femenino en Chile ha tomado mayor importancia en estos días, principalmente por la necesidad de generar nuevos ingresos para las familias, y no que solo el hombre del hogar sea el que traiga ingresos al hogar (Competitividad UPA, 2013).

Según la revista *The Economist* (2013) Chile es el mejor país para el desarrollo del emprendimiento femenino en América Latina, lo que es una buena señal para seguir enfocándose en esta área.

Según el estudio de “Caracterización de las Emprendedoras en Chile” (2013), dice que el rango de edad de las mujeres emprendedoras en Chile es de 30 y 50 años, se puede dar a entender que son mujeres con un grado de madurez alto, que buscan nuevas oportunidades laborales o generar ingresos extras a la familia. Alrededor de un 47,4% de las mujeres que emprenden tiene un alto nivel educacional las cuales van desde Educación técnica incompleta a Universitaria completa, por lo tanto se puede deducir que son mujeres totalmente capacitadas para emprender de manera más efectiva los negocios, esto por su nivel educacional, en cuanto al estado civil de estas mujeres el 40,4% de las emprendedoras Chilenas son casadas.

En base al estudio anterior (Caracterización de las Emprendedoras en Chile, 2013), señala que un 90% de las emprendedoras utiliza el internet para ya sea promover sus productos o comunicarse con los clientes, este es un dato bastante relevante y muy bueno, esto pensando que el 18,5% de las emprendedoras son mayores de 51 años y que el 2,5% de estas poseen algún grado de escolaridad sea esta básica completa o incompleta. Siguiendo esta línea el 91,0% de las emprendedoras tiene conocimiento de cómo manejar un correo electrónico y alrededor del 77,6% sabe utilizar la herramienta de texto “Word” y un poco más bajo 57,1% maneja el programa “Excel”. Respecto de las características que posee el emprendimiento que realizan las mujeres, el estudio de “Caracterización de las emprendedoras en Chile” (2013), dice que los emprendimientos de 1 a 5 años de antigüedad son alrededor de un 58%, esto puede dar a entender que las mujeres cada vez se

están atreviendo a realizar sus propios negocios y a la vez los programas de gobierno dirigidos a incentivar los emprendimientos están funcionando, los emprendimientos de más de 20 años son solo el 2% del total, creo que esta cifra es bastante normal, por la poca promoción de la época (1990 aproximadamente) y por el paradigma cultural (“Machismo”) que afectaba a las mujeres de ese periodo de tiempo.

El emprendimiento se puede categorizar en dos áreas, el de emprendimiento por oportunidad y el de emprendimiento por necesidad, en Chile y según la investigación de Global entrepreneurship (2011) el emprendimiento por oportunidad tiene una proporción del 63% y el emprendimiento por necesidad un 37%, siendo Chile el país con mayor porcentaje en cuanto a emprendimiento por necesidad se refiere, esto entre los países participantes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

En Chile, las mujeres que emprenden proyectos de mayor envergadura se caracterizan por tener un amplio capital cultural, una actitud proclive a la incertidumbre y la gestión del riesgo, una marcada motivación de logro y autoeficacia y un mayor acceso a redes, que incluye figuras emprendedoras cercanas (Guerray Pizarro, 2011). Esto significa que los emprendimientos tienen cierta seguridad para cubrir necesidades básicas o la seguridad suficiente como para desarrollar los emprendimientos en el rubro que ellas deseen.

Según los datos proporcionados por GEM (2011) las mujeres que señalan emprender por oportunidad es mayor en cuanto a los hombres, sin embargo en cuanto a proporción es menor respecto a estos (9,1% versus 14,5%), además el emprendimiento femenino por necesidad supera al del hombre en cuanto a proporción (5,4% versus 4,5%). Con esto es posible establecer que la brecha de desigualdad que existe entre hombres y mujeres afecta de sobre manera los emprendimientos, debido a que el ingreso que perciben las mujeres es menor en contraste al del hombre (Banco Mundial, 2011), por lo tanto este último puede emprender más bien por oportunidad más que una necesidad, de que el dinero no le alcance por decirlo de alguna manera.

Siguiendo con el informe de GEM (2011), dividiendo los emprendimientos en establecidos e iniciales es posible encontrar que el sector o el rubro que predomina en ambos casos es el destinado al consumidor final, esto incluye lo relacionado con restaurantes, ventas al por menor de alimentos, ropa, accesorios, kioscos, peluquerías, servicios hoteleros, turísticos, entre otros. Se da un 71% en emprendimientos femeninos en etapas iniciales y un 66% en etapas establecidas. Un dato no menor es el que los negocios extractivos sea estos agrícolas, forestales, pequero, minero, entre otros son poco frecuente en los emprendimientos femeninos lo que puede afectar al desarrollo de esta investigación, esto porque la provincia de Ñuble es una zona altamente agrícola.

En Chile la edad de las mujeres emprendedoras en etapas iniciales es de 37 años, mientras que de las establecidas es de 45 años. Cada vez la edad va disminuyendo para las emprendedoras en etapas iniciales (GEM, 2011). Entre menor edad comienzan los emprendimientos será mejor, esto porque adquirirá mayor aprendizaje y mayores serán las posibilidades de éxito de dichos emprendimientos. Uno de los indicadores llamativos de este estudio es el estado civil de las mujeres emprendedoras, en Chile el 48% de las emprendedoras iniciales y el 69% de las emprendedoras establecidas se encuentran casadas o en pareja, estos puede dar indicios del comportamiento que tienen las emprendedoras dependiendo de su estado civil, la pareja cumple un rol relevante a la hora de que la mujer inicie un emprendimiento, el apoyo de la pareja es muy importante para las personas en general, es posible observar que en los emprendimientos establecidos la mayoría posee pareja, en cambio los emprendimientos en etapas iniciales existe un 40,3% que esta soltera, lo que se puede traducir en que las mujeres cada vez se están atreviendo más a emprender y no necesitan a una pareja que las ayude, son más independientes para realizar sus propios negocios.

Chile y América Latina es un país en pañales en tema de emprendimientos (Mario Morales y Angélica León, 2013), sin embargo el gobierno del ex presidente Sebastián Piñera le dio una mayor importancia al tema “emprendimiento” en el país, generando mayor cantidad de capacitaciones y más oportunidades para los emprendimientos en general, por lo tanto se espera que las instancias para el emprendimiento en el país sea creciente.

## 2.4. Mujer Emprendedora en la Región del Bío Bío

El emprendimiento femenino en la región del Bío Bío no difiere en gran medida a la realidad nacional, las mujeres en la región tienen casi la misma cantidad de emprendimientos en relación a los hombres (GEM Regional, 2013). El emprendimiento femenino en etapas iniciales es el mayor en contraste a las demás regiones teniendo un 18,77%, lo que es beneficioso para esta investigación, debido a que se ve un interés por el emprender de las mujeres. En relación al emprendimiento establecido solo se posee un 3,48%, el que mayor porcentaje posee es la región del Maule con un 6,48%, se puede pensar que los emprendimientos en la región del Bío Bío no perduran en el tiempo o las personas solo poseen la motivación del inicio. Si sumamos ambos tipos de emprendimiento es posible un porcentaje del 22,25% lo que ubica a la región del Bío Bío como la segunda región con mayor tasas de emprendimiento femenino en el país (Maule 1er lugar).

En relación al emprendimiento por oportunidad, la mujer en la región del Bío Bío posee alrededor de un 34%, lo que significa que la mujer de la región emprende primordialmente por una necesidad (66%) y no porque se le presenta una oportunidad, esto se ve reflejado por el alto índice de desempleo (8,6%) (Instituto Nacional de Estadística - INE Regional 2014), por lo tanto la mujer busca nuevas oportunidades de ingreso para el hogar.

Según el Estudio de “Caracterización del perfil de Emprendedoras en Chile” (2013), el rango de edad de las emprendedoras de la región es de entre 41 y 50 años con un 56%, un 22% se encuentra entre el rango de 51 y 60 años, no existe registro de emprendedoras sobre los 60 años de edad. En relación al nivel educacional, el 45% de las emprendedoras de la región tiene educación media completa y alrededor de un 11% posee educación universitaria completa. El estado civil predominante es el de casada, con un 78%. Respecto al uso de internet un 89% de las emprendedoras dice que utiliza este medio, un 89% utiliza email, 78% de las emprendedoras utiliza la herramienta de texto “Word” y solo un 67% utiliza la herramienta “Excel”. Respecto a la antigüedad del emprendimiento, este estudio señala que un 45% de las emprendedoras posee emprendimientos entre 1 y 5 años de antigüedad y que destaca el 11% que tiene una antigüedad superior a 20 años. En relación

al número de personas que trabaja en estos emprendimientos, el 56% de estos emprendimientos posee entre 1 y 4 personas, contando a la emprendedora, el 33% de los emprendimientos son unipersonales y un 11% de los emprendimientos da empleo a entre 5 y 9 personas, además de la creadora del mismo. Los rubros que siguen estos emprendimientos son alimentación, artesanía, confecciones y servicios técnicos, cada uno de ellos con un 22% y el rubro de comercio tiene un 12%.

Las emprendedoras de la región del Bío Bío no difieren en gran medida a la realidad nacional, sin embargo se ve que existe un alto índice de emprendimiento en etapas iniciales en la región, esto se puede dar principalmente por las altas tasas de desempleo o de pobreza que está presentando la región en los últimos años, otro de los aspectos que puede afectar al emprendimiento fue el caso del terremoto del año 2010 el cual afectó en mayor cuantía a la región del Bío Bío y Maule, las cuales ahora lideran las tasas de emprendimiento, por lo tanto puede existir una relación entre los factores antes mencionados.

## **2.5. Concepto de Nichos Productivos**

Si bien la definición de nicho según la Real Academia Española es “Concavidad en el espesor de un muro, para colocar en ella una estatua, un jarrón u otra cosa”, cuyo significado no tiene relación con esta investigación, el concepto “nicho de mercado” si lo puede ser, según Philip Kotler (2002), dice que un nicho de mercado es un grupo con una definición más estrecha en comparación a si hablamos de un segmento de mercado. Por lo regular es un mercado pequeño cuyas necesidades no están siendo bien atendidas.

Panzarelli y Piquero (2008), dice que nicho de mercado “se utiliza para referirse a un grupo de clientes potenciales que comparten características parecidas que los hacen receptivos a un producto o servicio en particular” y según Michael Porter es (2010)”áreas no explotadas que permiten colocar productos sin demasiada competencia a la vista, logrando introducirlos a bajo costo, diferenciándolos con mayores márgenes de rentabilidad”

Si buscamos la definición de productivo, y así generar un significado para la frase “nicho productivo” según la RAE “Que es útil o provechoso.” Por lo tanto si juntamos los significados de nicho de mercado con productivo, se puede entender como nicho productivo, un segmento del mercado con características especiales que se pueden aprovechar para generar negocios potenciales y que tengan las características especiales de este nicho, para esta investigación se entenderá como el rubro en el cual se desarrollaran los emprendimientos de las mujeres en la provincia de Ñuble.

## **2.6. Nichos Productivos Estratégicos para Emprendedores en Chile**

Los nichos estratégicos como los sectores o el rubro que más utilizan los emprendedores en Chile para generar sus negocios, según GEM (2010) los sectores que se clasificaron los emprendedores fueron en sectores primarios, sectores de transformación, sectores de servicios a negocios y sectores servicios al consumidor, cabe señalar que el sector primario está formado por las actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados (agricultura, la ganadería, la silvicultura, la apicultura, la acuicultura, la caza y la pesca), el sector transformación es el sector de la economía que transforma la materia prima, extraída o producida por el sector primario, en productos de consumo o en bienes de equipo, es decir, productos que serán utilizados en otros ámbitos del sector secundario, el sector servicios a negocios es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios materiales no productores de bienes y el sector orientados al consumidor. Según GEM (2010) el sector servicios al consumidor es el de mayor porcentaje con un 58% para emprendimientos nuevos y un 51% para emprendimientos establecidos, el segundo sector más común es el de servicios de transformación con un 22% en etapas iniciales y un 25% en emprendimientos establecidos, en tercera posición viene el sector de servicios a negocios con un 13% en etapas iniciales y un 15% en establecidas, el sector con menor presencia en Chile es el sector primario con un 7% en etapas iniciales y un 9% en establecidas. Por lo tanto los nichos que ocupan los emprendedores en Chile es principalmente el sector de servicios al consumidor comercio, transporte, comunicaciones, servicios financieros, servicios sociales

(educación, sanidad), turismo, entre otros, los Chilenos están aprovechando el rubro de turismo principalmente dado a las características geográficas que posee el país.

## **2.7. Políticas Públicas en Chile en base al Emprendimiento Femenino**

En la página web del gobierno de Chile llamada “Guía de Oportunidades” explican todos los programas o fondos concursables que el gobierno tiene para apoyo a las mujeres emprendedoras algunos de ellos son los siguientes:

**Capital Abeja Empresas:** Es un fondo concursable liderado por mujeres que busca apoyar a micro empresas, este fondo es para aquellas emprendedoras que requieren financiamiento para hacer crecer y/o consolidar sus proyectos.

**Capital Abeja para Empresas con Menos de un Año:** Es un fondo concursable destinado para aquellas mujeres, este programa busca el fortalecimiento de las empresas que estén en etapas iniciales y que necesitan financiamiento y capacitación para poder crecer o consolidarse en el mercado.

**Programa Emprendimiento Femenino:** Este programa busca aumentar la cantidad de emprendimiento femenino del país, en base a generar redes y alianzas que ayuden a fortalecer y desarrollar capacidades emprendedoras de las mujeres, así poder contribuir en la sustentabilidad de sus negocios y su potencial crecimiento.

**Capital Abeja para Ideas de Negocios:** Es un fondo concursable destinado para las mujeres emprendedoras que solo cuentan con una idea de negocios y que necesitan financiamiento para comenzar dichos negocios, el monto es no reembolsable y está entre los \$500 mil y \$1.500.000.

**Programa Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar:** El programa busca capacitar a las mujeres en diferentes áreas, para que puedan incorporarse de una mejor manera al mercado laboral, las

egresadas pueden realizar una práctica en empresas o ejecutar un proyecto de emprendimiento con asistencia técnica.

Proyectos Asociativos para la Microempresa: Los Proyectos Asociativos para la Microempresa tienen como objetivo apoyar la preparación y el desarrollo de un nuevo negocio asociativo para un grupo de seis o más empresas, cuyas estrategias de negocio en común permitan instalar y fortalecer las capacidades técnicas, productivas, financieras, asociativas y de gestión del nuevo negocio, haciéndolo más rentable, competitivo y sostenible en el tiempo.

Modernización Ferias Libres: Es un fondo concursable que financia la ejecución de proyectos colectivos presentados por representantes de una Feria Libre y orientados a la modernización de los servicios ofrecidos por ésta, su equipamiento e infraestructura.

## **2.8. Economía del País “Chile” y escenarios futuros.**

Según los datos recogidos desde el “Banco Central”, “Banco Mundial” y del “Instituto Nacional de Estadísticas”, se pudo observar que el PIB al año 2013 fue de \$277.2 mil millones y creció un 4,2%, esto reflejado con el año 2012 fue inferior en 1,4% aproximadamente (5,6% 2012)

Respecto a la inflación del país en el año 2013, esta cerró con un 3% a fin de año. La inflación estuvo determinada por el menor aumento del precio de la energía y de algunos alimentos. La tasa de desempleo en el trimestre octubre-diciembre cerró con un 5,7%, pero en promedio la tasa de desempleo del año 2013 fue de un 5,9%, considerando que la fuerza de trabajo fue de 8.379.870 personas, de las cuales 7.904.050 poseen empleo y 474.820 no tienen trabajo, por género el desempleo afectó al 5,1% de los hombres y al 6,5% de las mujeres.

La política fiscal de Chile para el año 2014 está orientada por un objetivo de balance estructural. A principio del año 2014 el gasto fue de un 5,8% real, esto supero el crecimiento del PIB, los dos años anteriores esta fue inferior al crecimiento del PIB.

Los ingresos del gobierno decrecieron un 0,9% real, esto sucedió principalmente por la caída de los ingresos provenientes del cobre. Por esta razón el superávit efectivo al mes de octubre del 2013 llego a un 0,6% del PIB.

Si hablamos sobre la balanza de pago de Chile al año 2013, al tercer trimestre del año, el déficit acumulado en la cuenta corriente era del 3,4% del PIB, lo que implicaría una leve reducción respecto al observado en 2012 y un tercer año consecutivo con déficit. Las reservas internacionales se redujeron levemente, desde 41.650 millones de dólares en diciembre de 2012 a 41.149 millones de dólares en noviembre de 2013.

La economía de Chile debe ser precavida en los escenarios futuros, sobre todo por las condiciones financieras internacionales que podrían tornarse menos favorables y se debe tener en consideración que el precio del cobre está a la baja.

El crecimiento en Chile estuvo impulsado por el comercio y construcción, mientras que otras ramas ligadas a la inversión se desaceleraron. La tasa de crecimiento anual del sector de recursos naturales se redujo, debida principalmente a la significativa caída de la pesca, al mismo tiempo que la minería destacó como la actividad de mayor contribución y dinamismo. Los sectores distintos de los recursos naturales han mantenido un desempeño inferior a su tendencia.

Los salarios nominales disminuyeron en comparación al año 2012, el año 2013 alcanzo un 6% y en el año anterior era de un 6,3%, en tanto que los salarios reales, como resultado de la menor inflación media registrada en 2013, se incrementaron entre enero y octubre un 4,1% anual (en comparación con un 3,2% en 2012).

A modo general la economía Chilena es estable y está bien posicionada en comparación a sus pares de América Latina, sin embargo la desaceleración era esperada para el año 2014, debido principalmente que en los años anteriores hubo el llamado “boom de la construcción” el cual se necesitó mucha mano de obra para la reconstrucción principalmente del país, otro factor que está afectando a la economía Chilena es el decreciente precio del cobre, el cual provee la mayor cantidad de dinero a la economía del país.

## **2.9. Economía de la Región del Bío Bío**

Según los informes trimestrales que entrega el Instituto Nacional de Estadísticas (2013), la región del Bío Bío presenta indicadores favorables en variados sectores económicos los que ayudan al crecimiento de la región, los sectores económicos favorables son Silvoagropecuario; Comercio, Restaurantes y Hoteles; Electricidad, Gas y Agua; Transporte y Comunicaciones; Propiedad de la vivienda y Servicios Financieros y Empresariales. No obstante los sectores económicos de Industria Manufacturera; Pesca; Servicios Sociales, Personales y Comunales; Minería y Construcción fueron los que influyeron negativamente en el crecimiento

Respecto a este informe (INE Regional, 2013) presenta que el aporte positivo del sector Silvoagropecuario lo hace gracias a sus subsectores Silvícola, Pecuario y Frutícola. El subsector Silvícola viene mejorando debido al crecimiento que ha presentado la producción de troza aserrable y pulpable. El subsector Pecuario presentó beneficios debido a los bovinos y a la mayor producción de huevos. Frutícola mostró crecimiento en su actividad, después de un trimestre de retroceso.

El sector económico de Comercio, Restaurantes y Hoteles incidió favorablemente en el indicador que presenta el INE, esto principalmente fue explicado por el subsector Comercio, en el cual aumentaron las ventas reales del comercio minorista.

Siguiendo con la explicación que da el INE (2013) respecto a los incrementos o disminución del crecimiento en los diferentes sectores económicos se puede decir que el sector Electricidad, Gas y Agua se explica principalmente por el mayor ritmo de los tres subsectores que lo componen. Señalando otro sector económico como lo es Transporte y Comunicaciones, este presentó un crecimiento en el periodo analizado, esto fue por el mayor dinamismo de sus subsectores Pasajero terrestre y carga terrestre. Por su parte, Comunicaciones, Servicios conexos, Transporte ferroviario y Transporte marítimo exhibieron comportamiento negativo. El sector de la Vivienda incidió positivamente a la actividad regional, esto producto al aumento de stock de viviendas terminadas.

Siguiendo con el análisis el sector económico de Servicios Financieros fue influenciado positivamente por la mayor actividad que presentó intermediación financiera, debido al aumento de colocaciones, depósitos y captaciones bancarias, como también en los cotizantes de AFP. Los subsectores de Servicios Inmobiliarios y Seguros presentaron aumentos en el trimestre que se analizó, pero su incidencia en relación al crecimiento de la región fue menor. El sector de Industria Manufacturera se relacionó negativamente, esto principalmente fue dado por la disminución de producción de sus subsectores, como la Industria básica de hierro y acero, Fabricación de papel y productos de papel y Fabricación de productos de refinación de petróleo.

El INE (2013) dice que el sector Pesca presentó un retroceso en su economía, esto debido a la menor actividad que se registró en el subsector de Pesca artesanal y Pesca industrial. Sin embargo el subsector de Extracción de algas, aumentó en el año 2013.

La disminución en la producción de carbón afectó negativamente en el sector Minería y el sector económico de Construcción también incidió negativamente en el crecimiento de la región esto principalmente se dio por la disminución de los subsectores Edificación habitacional y Edificación no habitacional, sin embargo cabe destacar que el subsector Obras de ingeniería presentó un aumento en la actividad.

Según el informe del INE Regional (2013) la fuerza de trabajo de la región es de alrededor de 903.390 personas, las cuales el 92,1% de ellas se declaran estar ocupadas y el 7,9% desocupados.

La tasa de desocupación regional para el año 2013 alcanzo un 7,9% y se mantuvo igual al trimestre del año anterior. Lo que es posible ver desde el punto de vista “genero”, la tasa de desocupación masculina es de un 7,1% este fue un 0,9% mayor al promedio anual. Y para el género femenino fue de un 9,2% el cual fue inferior al trimestre del año pasado en un 1,2%

Según el INE Regional y la encuesta nacional de empleo (2013), los “ocupados” se dividen en subsectores, en el cual los ocupados asalariados son el 73,1% de las personas que están actualmente trabajando, los trabajadores por cuenta propia presentan el 18,5%. Al Comparar con el mismo trimestre del año pasado se observa una disminución de 11.670 ocupados (28,1%) en la categoría de Personal de Servicio; 15,8% en la categoría Empleadores y un 8,9% en Familiar no Remunerado. Sin embargo el sector Asalariado presento un aumento de un 0,5% que equivale a 3.030 personas y 1.310 personas se unieron a la categoría Cuenta propia.

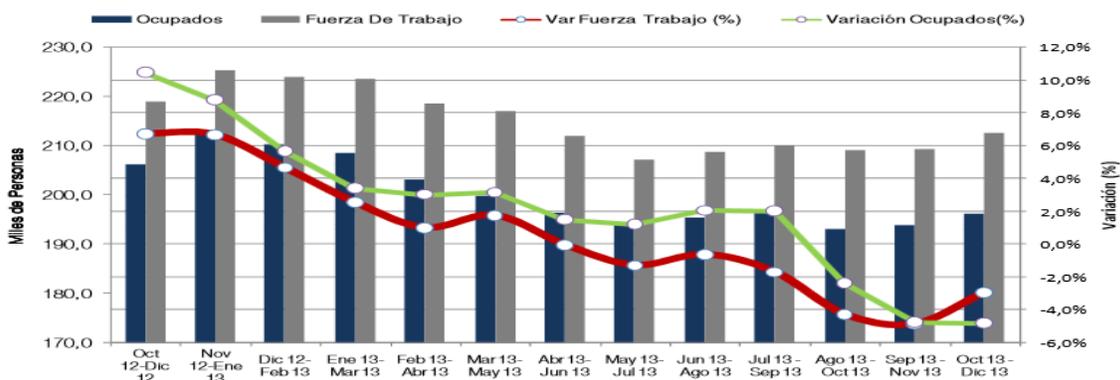
## **2.10. Estructura Productiva y de Empleo, Provincia de Ñuble**

Según el Informe Provincial de Empleo (INE, 2013), el desempleo en la provincia de Ñuble para el año 2013 fue de un 7,7%, esto comparado al año 2012 creció un 1,8%, ya que en 2012 en la provincia se obtuvo un 5,9% en la tasa de desempleo. El informe explica que para el año 2013 196.250 personas estuvieron ocupadas, lo que significan un 92,3% de la fuerza laboral. Si se compara con el año 2012 se ve una disminución de un 4,8%, esto se traduce a 9.940 puestos de empleo.

La fuerza laboral para el año 2013 la conformaron 212.640 personas, los que corresponden al 56,4% de la población en edad de trabajar. La fuerza laboral disminuyo en un 2,9% si los

datos se comparan con el año anterior (2012), eso se debió a la salida de 6.390 personas de esta condición.

**Grafico N°1: Ocupados, Fuerza de Trabajo y Variaciones Anuales – Provincia de Ñuble**



**Fuente: Informe Provincial de Empleo, INE Regional (2013)**

Considerando la tasa de ocupados que presenta la provincia de Ñuble (199.574), según el Informe provincial de Empleo (2013) la rama económica que posee mayor porcentaje de los ocupados es Comercio con un 19,4% del total de los ocupados lo que equivale a 38.718 personas, el sector económico que sigue con mayor porcentaje es Industria Manufactureras con un 16,6% (33.130 personas), continua con un 16,5% la rama económica de Agricultura, ganadería, caza y silvicultura lo que equivalen a 32.930 personas que trabajan en este sector económico, Enseñanza presenta un 9,5% de los ocupados, Administración pública y defensa exhibió para el año 2013 un 7,2% de las personas ocupadas, la rama económica Construcción está presente un 7,1% en relación a la tasa de ocupados, otro sector presenta en la provincia es el de Transporte, almacenamiento y comunicaciones este presenta un 6%, el sector con menor participación es Hogares privados con servicios domésticos que presenta un 5,5%, cabe señalar que la rama económica “Otros” presenta un 12,3% lo que equivale a 24.548 personas ocupadas.

Fawaz (2011) señala que “Ñuble es una provincia de alta ruralidad y con una actividad económica en que la rama agropecuaria tiene preeminencia. Forma parte de una región

predominantemente urbana, y que en términos globales aparece con características diferentes, principalmente por el peso urbano de la provincia de Concepción. La estructura productiva regional es congruente con lo anterior, ocupando la rama industrial el primer lugar dentro de ella, ubicándose luego el sector servicios y en tercer lugar la agricultura (incluyendo silvicultura y caza), lugar que ocupa también en la generación de empleos.”, por consiguiente es posible decir que la provincia de Ñuble tiene poca diversidad de sectores económicos y el sector que predomina es el sector agrario.

## **2.11. Concepto de Paradigma Cultural**

Para llegar a entender el concepto “Paradigma Cultural”, se debe comprender el término paradigma primeramente. Según el artículo “Nuevos paradigmas emergentes y educación” (2010) un “paradigma (de la voz griega “paradigma” o patrón) es el conjunto de actitudes, valores, procedimientos y técnicas que representa la perspectiva generalmente aceptada de una disciplina en un momento del tiempo. Dos rasgos: es excluyente y soberano, es recursivo e invisible”

Según la Real Academia Español define paradigma como una “teoría cuyo núcleo central se acepta sin cuestionar y que suministra la base y modelo para resolver problemas y avanzar en el conocimiento”

Por lo tanto para esta investigación se entiende “paradigma” como algo que se da por sentado hasta que se pruebe lo contrario, sea este como una afirmación pero que puede ser refutada.

Según Capra (1996) describe el paradigma social como “una constelación de conceptos, valores, percepciones y práctica compartidos por una comunidad, que conforman una particular visión de la realidad que, a su vez, es la base del modo en que dicha comunidad se organiza” esta definición da un indicio a la definición de paradigma cultural

Touraine (s.f) señala que “paradigma cultural pone en primer plano la reivindicación de los derechos culturales. Esos derechos se expresan siempre por la defensa de atributos particulares, pero confieren a esa defensa un sentido universal”, en la literatura no hay una definición clara de lo que significa paradigma cultural sin embargo para el sentido de esta investigación la definición es la siguiente: paradigma cultural se entenderá como el conjunto de creencias o reglas que posee la sociedad, como ejemplo y relacionado con la investigación sería la creencia de que las mujeres tienen menor capacidad para trabajar o realizar sus propios emprendimientos, en comparación al género masculino.

## **2.12. Modelos Mentales del Micro Emprendimiento Femenino**

Según el texto “La quinta disciplina” de Peter Senge (1990) “Los modelos mentales son supuestos hondamente arraigados, generalizaciones e imágenes que influyen sobre nuestro modo de comprender el mundo y actuar. A menudo no se tiene conciencia de nuestros modelos mentales o los efectos que surten sobre nuestra conducta.” Alguno de los ejemplos que da Senge (1990) para los modelos mentales son por ejemplo cuando las personas notan que una compañera sea de trabajo o de universidad, se viste con elegancia y piensan “Ella es típica de un club campestre” y si esta vistiese con desaliño, el primer comentario sería “No le importa lo que piensan los demás”, este texto dice que los modelos mentales de conducta empresarial están altamente arraigados, en el mundo empresarial cuando se trata de innovar con nuevas prácticas empresariales o se encontraron mercados nuevos no se llevan a cabo principalmente por que los modelos mentales están altamente arraigados en la organización, el miedo al fracaso o al cambio es uno de los factores (Senge, 1990)

Uno de los modelos mentales que afecta a los microemprendimientos femeninos, es el que la mujer debe preocuparse de la familia y del aseo doméstico, el cual también debería ser apoyado por la pareja, el estudio realizado por Brousse y Bugmann (2005) señala que una de las barreras que presentan las emprendedoras es lo antes señalado, diciendo que “las tareas domésticas limitan el tiempo y la energía que pueden dedicar al negocio, adaptando su manejo a las necesidades de la familia.”

El machismo es la barrera mental más grande para las mujeres, este está presente en todo el mundo y en Chile en mayor cuantía, según Ortiz, Duque y Camargo (2008) señala que “Los roles tradicionales y las actitudes machistas en muchos países en vías de desarrollo hacen muy difícil a la mujer liberarse de sus responsabilidades familiares. Además inhibe la confianza, independencia y movilidad de la mujer. Esto se refleja en poca posibilidad de acceso a información, créditos, tecnología, mercados, etc., impidiendo a la mujer iniciar negocios y mantenerlo”

Existe un número creciente de investigaciones que señalan que las mujeres emprendedoras están en desventaja de sus homólogos masculinos, debido a que carecen de redes sociales adecuadas y eficientes (Fielden, 2003). Greve (1995) dice que las mujeres poseen redes sociales más reducidas, menos diversas o están compuestas por un mayor número de mujeres en comparación a la de los hombres. Según Renzulli (1998) indica que las emprendedoras tienden a apoyarse en las redes sociales que predominan las relaciones familiares. Se cree que las mujeres poseen mayor dificultad para generar una red de contactos profesionales sólida, por tener el peso de las responsabilidades familiares en sus vidas (Metz y Tharenou, 2001)

Tratar de cambiar estos modelos mentales que están arraigados en la cultura de los países en vías de desarrollo principalmente, es una tarea difícil y a muy largo plazo, sin embargo la “Quinta Disciplina” (Senge, 1990) da tópicos de cómo superar estos modelos mentales señalando que “La disciplina de trabajar con modelos mentales empieza por volver el espejo hacia adentro: aprender a exhumar nuestras imágenes internas del mundo, para llevarlas a la superficie y someterlas a un riguroso escrutinio. También incluye la aptitud para entablar conversaciones abiertas donde se equilibre la indagación (actitud inquisitiva) con la persuasión, donde la gente manifieste sus pensamientos para exponerlos a la influencia de otros”, esto da a entender que los modelos mentales primero deben ser cambiados personalmente para luego llevarlo a la sociedad, los principales actores de este cambio serán las microemprendedoras que quieren ver en sus negocios nuevas oportunidades, para generar otro tipo de ingreso al hogar, sentirse parte de un ente o tratar de desarrollarse personalmente.

## **CAPITULO III: METODOLOGÍA**

En este capítulo se explica el diseño metodológico de la investigación, el tipo de estudio a realizar, la forma de recolección de datos, finalmente se expone la muestra del estudio para poder lograr el objetivo que se requiere en esta investigación

### **3.1. Tipo de Estudio**

Para identificar los nichos productivos que ayuden a desarrollar emprendimientos femeninos, se utilizara un enfoque cualitativo, eso debido a que los datos necesarios para la investigación no son numéricos, se evalúa el desarrollo de los sucesos y no se trata de alterar ni manipular los factores que se analizan

### **3.2. Tipo de Diseño**

Esta investigación corresponde a un estudio descriptivo, debido a que este tiene como objetivo el identificar los posibles nichos productivos que sirvan para la generación de microemprendimientos femeninos de la provincia de Ñuble, por lo tanto el estudio dará una situación clara y precisa de los nichos encontrados.

En el ámbito de la temporalidad, este estudio será de corte transversal, esto debido a que se analizara un momento en el tiempo (2014), para así tener un estudio preciso de cuáles son los nichos productivos que actualmente se pueden detectar y a la vez el perfil de las mujeres emprendedoras del presente año. Para el tema de emprendimiento femenino se solicitara información al SERNAM (Servicios Nacional de la Mujer) para ver la cantidad de programas de apoyo al emprendimiento femenino y a la vez conocer el número de emprendimientos de mujeres, entre otros factores. En esta investigación se deberá observar, medir y analizar determinadas variables como lo son los índices económicos o las políticas públicas del gobierno en base al emprendimiento con perspectiva de género y en base a estás encontrar posibles nichos productivos, como también observar y conocer el perfil de la mujeres emprendedoras de sectores rurales y urbanos.

Si se consideran las variables a analizar, este estudio corresponde a un análisis multivariable. Esto es principalmente porque se recolectara información de diferentes tipos, como lo son los índices económicos, análisis del mercado, número de emprendimientos, programas de gobierno, etc.

### **3.3. Población o Muestra**

Para este estudio se considerará el universo como todos los emprendimientos en Chile, sin una segmentación por género.

Para la población se consideraran los microemprendimientos femeninos de la provincia de Ñuble.

A su vez la muestra serán las mujeres participantes del programa realizado por el SERNAM, “Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar” que se dictan en la provincia de Ñuble, estas mujeres son de sectores rurales y de sectores urbanos por lo que al momento de elaborar el instrumento de recolección de información, se podrán clasificar según el sector determinado.

La muestra será no probabilístico por conveniencia, se seleccionaron 4 comunas de la provincia de Ñuble siendo estas Chillan, Chillan Viejo, Quillón y Bulnes, las comunas nombradas fueron seleccionadas por cercanía geográfica y por el alto nivel de ruralidad que presentan la comuna de Quillón (50,6%) y Bulnes (39,8%) (Programa Dinámicas Territoriales Rurales, 2014), el número de personas a las cuales se aplicó el instrumento es de 60 emprendedoras de las comunas antes señaladas.

### **3.4. Instrumentos de Recolección de información**

Los instrumentos de recolección de información son aquellos que ayudaran a recopilar datos necesarios para el desarrollo de la investigación.

### **3.5. Fuente de información**

Entre los instrumentos que se aplicaran para esta investigación están:

Encuestas parcialmente estructuradas: Dirigida a las mujeres que participan en el programa “Mujer Trabajadora y jefa de Hogar”, elaborada con preguntas generales (educación, edad, sector rural o urbano, etc.) y preguntas más específicas relacionadas con sus microemprendimientos principalmente. Con este instrumento se clasificara a las emprendedoras por categorías en cuanto a niveles educacionales, socioeconómicos y sectoriales principalmente que ayudara a conocer el perfil de las mujeres emprendedoras y en que nicho productivo pueden acoplarse mejor.

Cabe destacar que la información recogida tendrá mayor amplitud que lo especificado, solo se ejemplifico con algo que es relevante.

Los datos recogidos por la encuesta fueron ingresados al programa SPSS, en donde se realizaron los análisis correspondientes para inferir las conclusiones.

### **3.6. Validación del Instrumento**

La creación de la encuesta y su aplicación está orientada a cumplir con el objetivo general y los específicos de este estudio. La encuesta fue aplicada a cuatro comunas de la provincia de Ñuble las cuales fueron Chillan, Chillan Viejo, Bulnes y Quillón.

La encuesta luego de ser confeccionada se presentó a diferentes actores especialistas en el tema de emprendimiento y mujer, por lo cual se consultó con representantes del SERNAM y con las coordinadoras del programa “Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar” los cuales evaluaron he hicieron las correcciones pertinentes a la encuesta, luego de esto se aplicó a una población piloto de 10 emprendedoras de la comuna de Chillan Viejo, las cuales señalaron diferentes aspectos del instrumento, cuyas preguntas no comprendían en su totalidad, con esta información se creó un instrumento de mejor comprensión por parte de

las emprendedoras y que recopilaba la mayor cantidad de información posible para la investigación.

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS**

En este apartado se presentaran los resultados obtenidos en la investigación, los que fueron recopilados con el cuestionario aplicado en las comunas de Chillan, Chillan Viejo, Quillón y Bulnes.

### **4.1. Encuesta Emprendedoras:**

La encuesta fue aplicada a las mujeres emprendedoras de la provincia de Ñuble cuya muestra fue de 60 personas, las cuales pertenecen a las comunas de Chillan, Chillan Viejo, Quillón y Bulnes estas comunas fueron seleccionadas por cercanía geográfica, alto nivel de población en relación a la provincia y por el alto nivel de ruralidad que presentan la comuna de Quillón (50,6%) y Bulnes (39,8%) (Programa Dinámicas Territoriales Rurales, 2014), cabe destacar que las emprendedoras son participes del programa “Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar” realizado por el SERNAM en el país.

### **4.2. Análisis de Variables**

Entre los datos recopilados en la encuesta, se puede señalar que la emprendedora más joven posee 23 años y la emprendedora más longeva 72 años, el promedio de edad de las emprendedoras en la provincia fue de 46 años.

La encuesta fue aplicada a cuatro comunas de la provincia, en las cuales el 33,3% dijo asentarse en la comuna de Chillan, 30% a Quillón y con igual cuantía un 18,3% para Chillan Viejo y Bulnes.

En lo que respecta el sector en el cual pertenecen las emprendedoras, un 68,3% pertenecen al radio urbano y un 31,7% al rural,

**Cuadro N°2: Frecuencia Comunas Emprendedoras Comuna**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Chillan	20	33,3	33,3	33,3
	Chillan Viejo	11	18,3	18,3	51,7
	Quillón	18	30,0	30,0	81,7
	Bulnes	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Fuente: Elaboración Propia**

**Cuadro N°3: Frecuencia Sector Emprendedoras Sector**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Urbano	41	68,3	68,3	68,3
	Rural	19	31,7	31,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

**Fuente: Elaboración Propia**

### **4.3. Caracterización Mujer Emprendedoras de la Provincia de Ñuble**

A continuación se presentara el perfil de la mujer emprendedora de la provincia de Ñuble por sector al cual pertenece, realizando un análisis general (edad, educación, nivel socioeconómico, etc.) a uno más específico en relación a sus emprendimientos (antigüedad, rubro, financiamiento, etc.).

#### **4.3.1 Emprendedora Sector Urbano**

Cabe señalar que los rasgos característicos poblacionales del espacio urbano son su alta densidad, su menor extensión y la dotación de todo tipo de infraestructuras; además de la

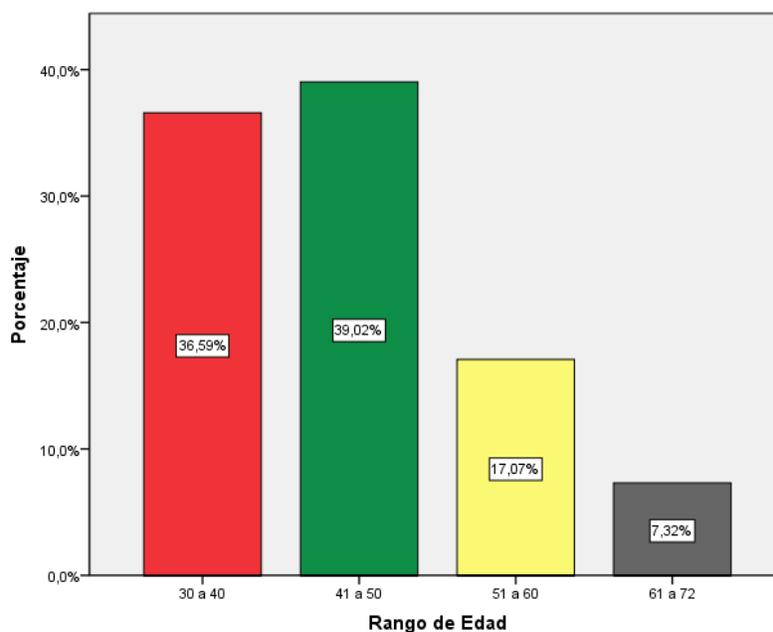
particularidad de las funciones propias urbanas, especialmente las económicas, concentrándose la actividad y el empleo en los sectores secundario y terciario, con menos participación del sector primario (Programa Dinámicas Territoriales Rurales, 2014).

Las emprendedoras encuestadas de este sector pertenecen en un 41,5% a Chillan, 19,5% son de Chillan Viejo, 29,3% a Quillón y 9,8% a la comuna de Bulnes. Cabe señalar que el sector urbano es el ubicado

#### 4.3.1.1. Edad y Nivel Educacional

Analizando la encuesta realizada a las emprendedoras del sector urbano, se puede observar que el promedio de edad de las emprendedoras de este sector es de 45 años de edad y cuya mayor presencia esta entre la edad de 41 a 50 años (39,02%), seguido con un 36,59% en el rango de entre 30 a 40 años (36,59%), como se puede apreciar en el cuadro N°4.

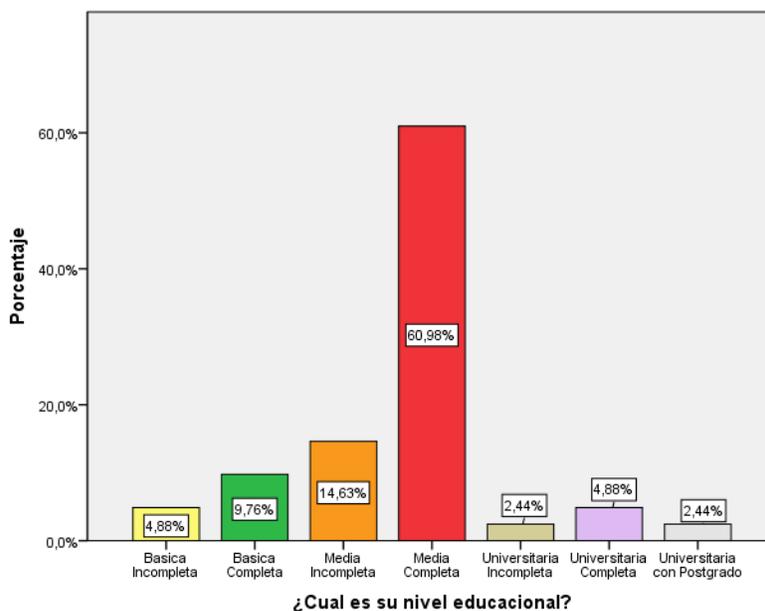
**Cuadro N°4: Rango de edad Emprendedoras Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

El nivel educacional que poseen las emprendedoras es un factor importante, esto debido a que puede incidir en las posibilidades de innovación o en el potencial de crecimiento de los emprendimientos de estas.

**Cuadro N°5: Nivel Educacional Emprendedoras Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

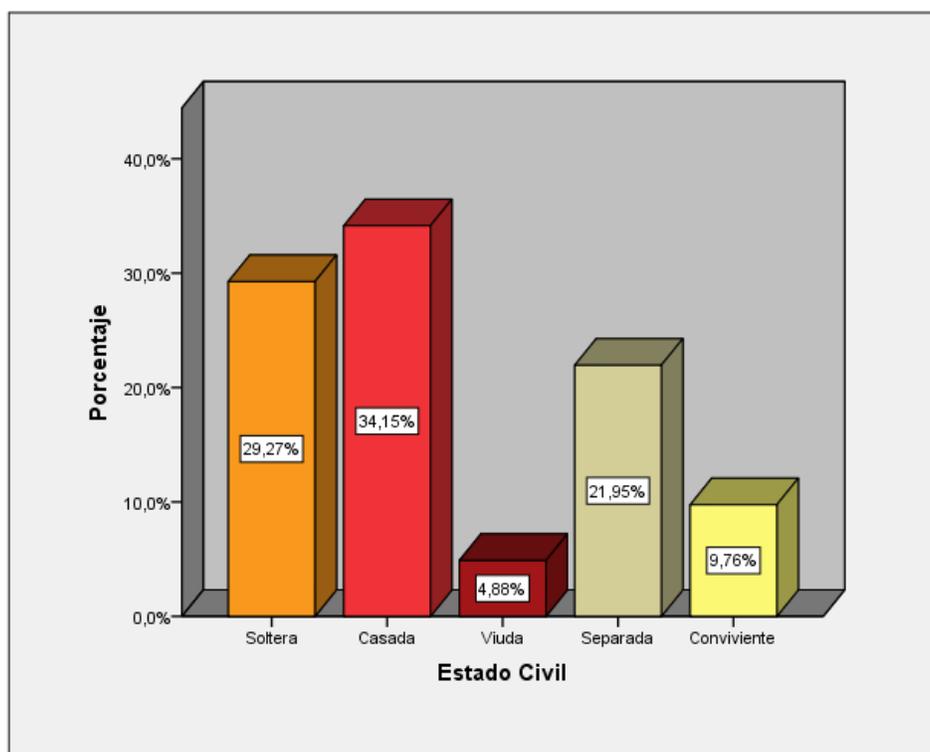
Como se puede apreciar en el cuadro N°5, se pueden observar los niveles educaciones que poseen las mujeres emprendedoras del sector urbano. El nivel educacional predominante es la educación “Media Completa” con un 60,98% de los casos analizados, seguido por la educación “Media Incompleta” con un 14,63% de las emprendedoras, cabe destacar el 2,44% del nivel educacional “Universitaria con Postgrado” y el 4,88% de “Básica Incompleta”, lo que da a entender que no importa el nivel educacional que se posea para realizar un emprendimiento.

### 4.3.1.2. Estado Civil e Hijos.

Uno de los indicadores que resulta interesante de analizar es el estado civil de las mujeres emprendedoras, pues esta situación podría incidir en la probabilidad de emprender. En ocasiones, el contar con una pareja, que aporta ingresos al hogar o que es un apoyo moral importante, este puede significar un soporte para iniciar un emprendimiento, aunque esta situación podría diferir de acuerdo a diferentes parámetros.

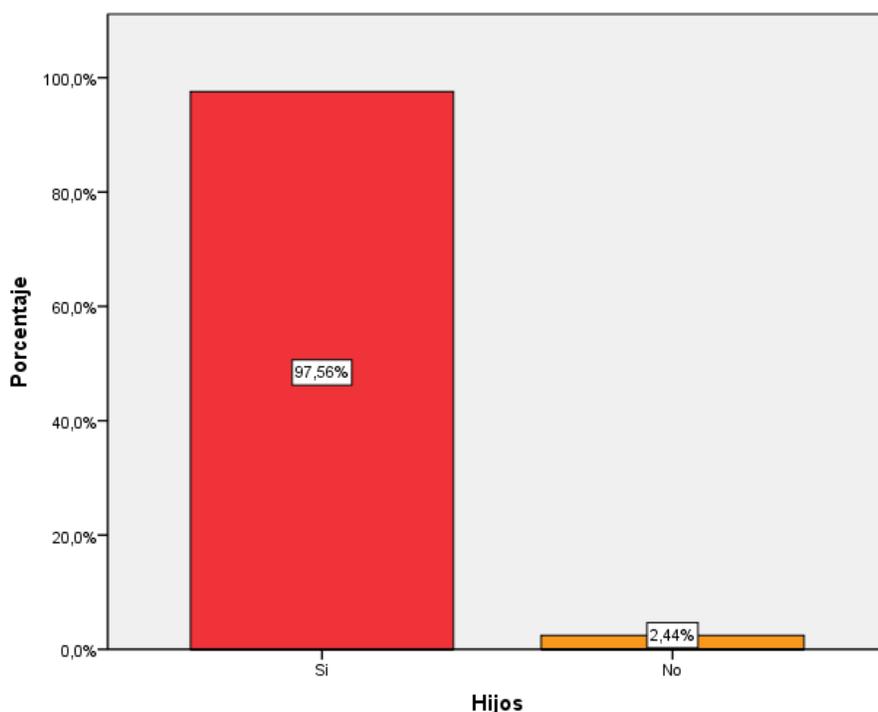
En el siguiente cuadro (N°6), se puede apreciar que las emprendedoras urbanas en su mayoría son casadas (34,15%), en un segundo puesto y con un 29,27% se encuentran las emprendedoras solteras, si se analizaran estas variables en dos grandes grupos “Con pareja” y “Sin Pareja”, se observaría que las emprendedoras que poseen pareja son un 43,91% “Con pareja” y un 56,1% “Sin pareja” por lo que las emprendedoras del sector urbano en su mayoría no poseen pareja.

**Cuadro N°6: Estado Civil Emprendedoras Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

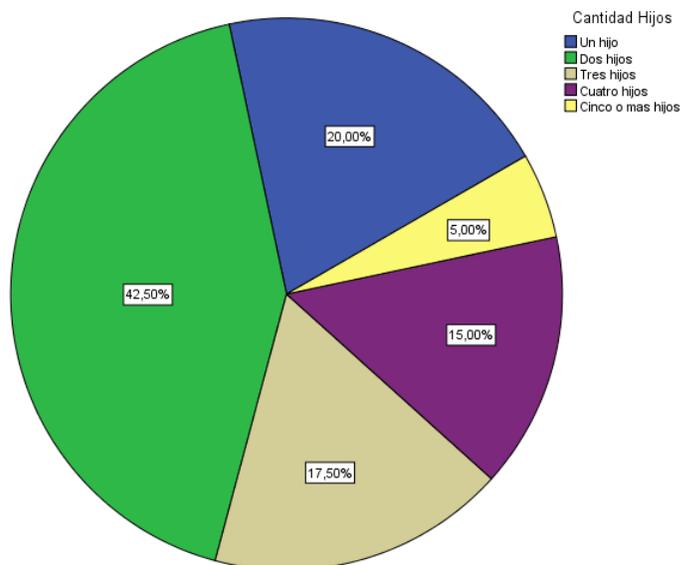
**Cuadro N°7: Hijos Emprendedoras Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede apreciar en el grafico anterior (Cuadro N°7), en relación a si las emprendedoras tienen hijos, un 97,56% de las emprendedoras dijeron que “SI” y un 2,44% “NO”, este indicador ayuda a comprender si es que las mujeres pueden acoplar o integrar el cuidado de los hijos con las actividades de su emprendimiento, sin contar los quehaceres de la casa, que en una sociedad machista y con “Modelos Mentales” tan arraigados en la sociedad Chilena (Como se explicó en el marco teórico de la investigación), son las mujeres las encargadas de la casa y de los hijos.

**Cuadro N°8: Cantidad Hijos Emprendedoras Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

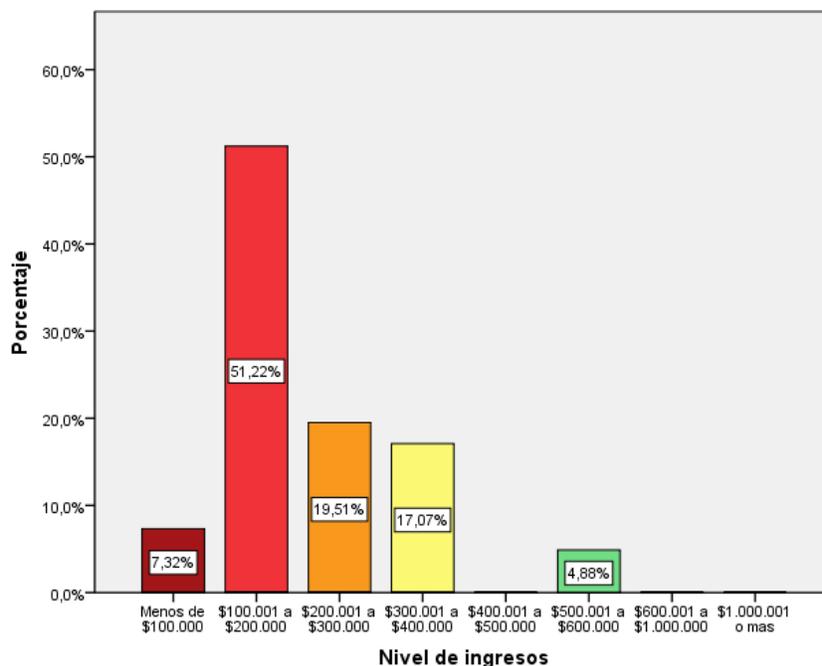
El saber si las emprendedoras tienen hijos o no es un factor importante, sin embargo el saber cuántos hijos tienen es mucho más relevante a la hora de un análisis más profundo, esto debido a la cantidad de tiempo que deben dedicar a estos.

En el cuadro N°8 se puede apreciar la cantidad de hijos que poseen las emprendedoras del sector urbano. Se puede observar que “dos hijos” (42,5%) y “un hijo” (20%) son las cantidades que predominaron en la muestra, cabe señalar que el promedio de hijos que poseen las emprendedoras del sector urbano es de 2 hijos (2,43).

#### **4.3.1.3. Nivel de Ingreso**

Los niveles de ingresos a los que tradicionalmente acceden las mujeres ha sido uno de los tópicos más recurrentes en el tema de las inequidades de género, pues de allí se derivan relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres en diferentes contextos.

**Cuadro N°9: Nivel de Ingresos Emprendedoras Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

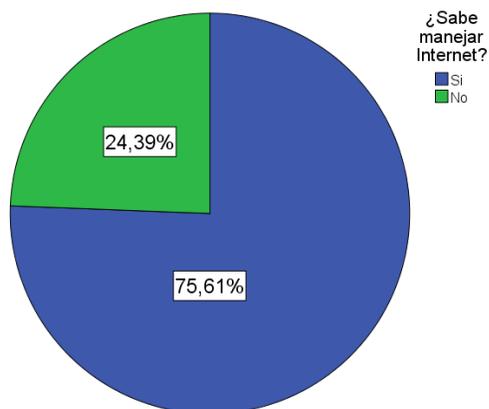
Como se puede observar en el Cuadro N°9 el nivel de ingreso mayor en el sector urbano es de entre \$100.001 - \$200.000 con un 51,22%, seguido por el rango \$200.001 - \$300.000 con un 19,51% y continúa el rango \$300.001 - \$400.000 (17,07%). Esto es un reflejo a las realidades que tienen las emprendedoras de la provincia y la necesidad que ven en el emprender como un medio para generar un ingreso monetario extra en sus hogares.

#### **4.3.1.4. Habilidades Técnicas Computacionales**

Se hace necesario saber el nivel de habilidades técnicas que poseen las emprendedoras de la provincia, esto para poder realizar capacitaciones o cursos en los cuales se refuercen o aprendan a desarrollar estas habilidades, las cuales son necesarias para el mejor desarrollo de sus emprendimientos, más con una herramienta tan poderosa como internet, en el cual

pueden dar a conocer sus productos o servicios por una vía gratuita como lo pueden ser las redes sociales u otras páginas web.

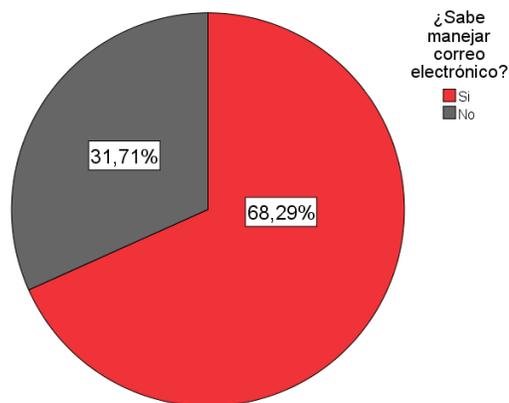
**Cuadro N°10: Manejo Internet Emprendedoras**



**Fuente: Elaboración Propia**

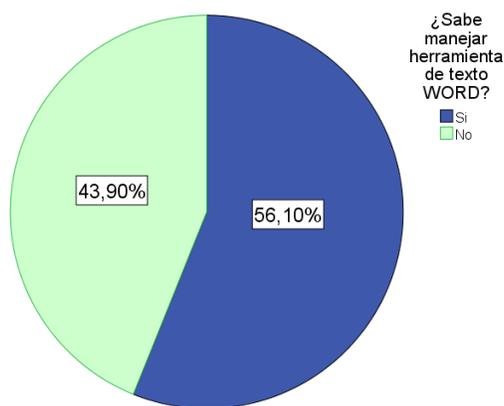
El manejar herramientas básicas como el procesador de texto WORD o la herramienta EXCEL puede hacer que las emprendedoras desarrollen sus negocios de una manera más ordenada y dejar de lado la utilización de cuadernos o libretas en donde se anotan generalmente las cuentas u otras cosas.

**Cuadro N°11: Manejo Email Emprendedoras**



**Fuente: Elaboración Propia**

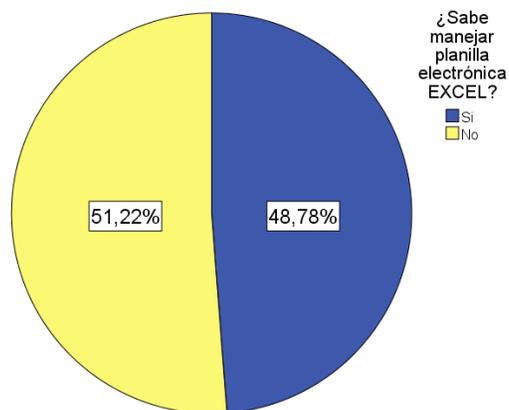
**Cuadro N°12: Manejo Herramienta WORD Emprendedoras**



**Fuente: Elaboración Propia**

En relación a la información recopilada, es posible observar en los gráficos N°10 – N°11 – N°12 diferentes aspectos en relación a las habilidades técnicas que poseen las emprendedoras. En relación al manejo de internet, el 75,61% de las encuestadas señalo que lo maneja y un 24,39% que no. Si se observa el cuadro N°11 se puede apreciar el porcentaje de personas que maneja el correo electrónico señalando un 68,29% a que si maneja este tema y un 31,71% que no lo maneja. Respecto al manejo de la herramienta de texto WORD, un 56,1% señala que maneja el software y un 43,9% que no posee el conocimiento.

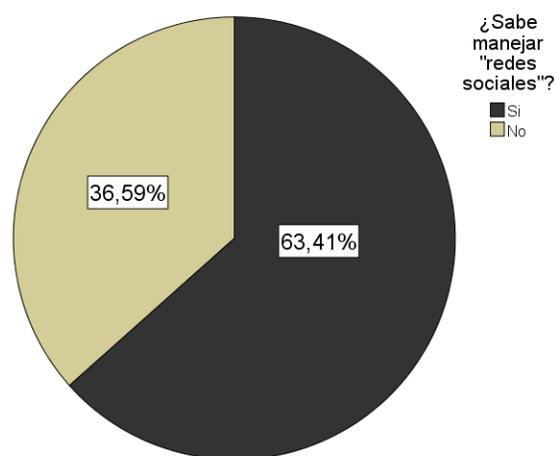
**Cuadro N°13: Manejo Herramienta EXCEL Emprendedoras**



**Fuente: Elaboración Propia**

En el cuadro N°13 se puede observar si las emprendedoras manejan las herramienta EXCEL, las emprendedoras respondieron que un 48,78% de ellas maneja la herramienta y un 51,22% no posee dichos conocimientos. Cabe señalar que la herramienta EXCEL es importantísima para un emprendimiento y un negocio en general, ya que con ella podrán hacer inventarios y tablas de manera más práctica, sin la necesidad de llevar los cálculos a mano.

**Cuadro N°14: Manejo “Redes Sociales” Emprendedoras**



**Fuente: Elaboración Propia**

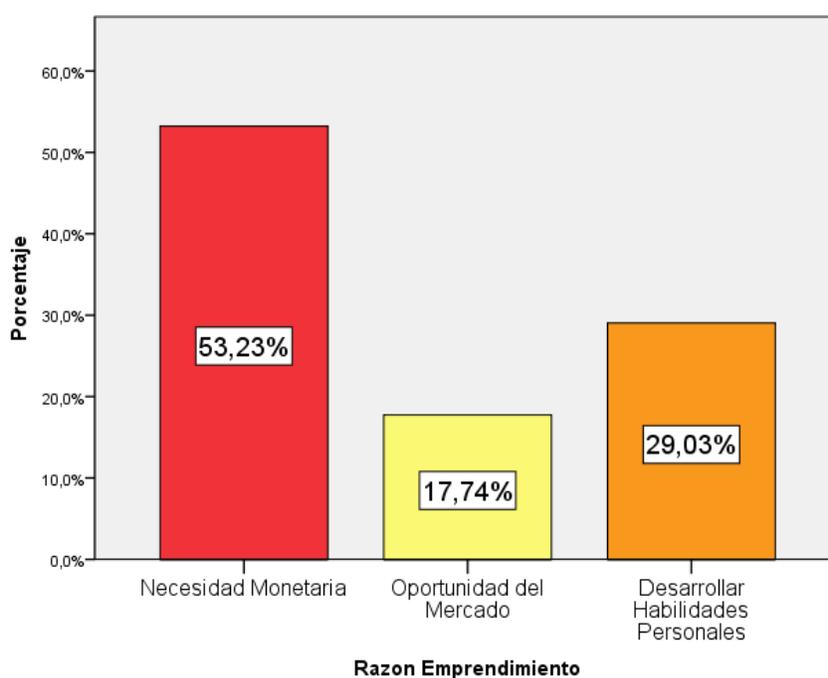
El uso de las redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, entre otros se ha masificado en los últimos años, por lo que los emprendedores ven en estas como una plataforma publicitaria en las cuales pueden dar a conocer sus productos o servicios de una forma gratuita y rápida.

En relación a lo observado en el cuadro N°14, es posible decir que un 63,41% de las emprendedoras declara saber utilizar las redes sociales y un 36,59% que no sabe manejarlas.

#### 4.3.1.5. Motivaciones Emprendedoras

Diversas son las razones que llevan a una persona a emprender un proyecto de negocios, desde motivos completamente intrínsecos y que vienen marcados por el carácter de las personas hasta aquellos extrínsecos que pueden llegar por situaciones de azar. Si bien, muchas personas pueden ser atraídas por la actividad emprendedora, para otras el emprender puede significar un medio para mantener el hogar.

**Cuadro N°15: Motivación Para Emprender Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

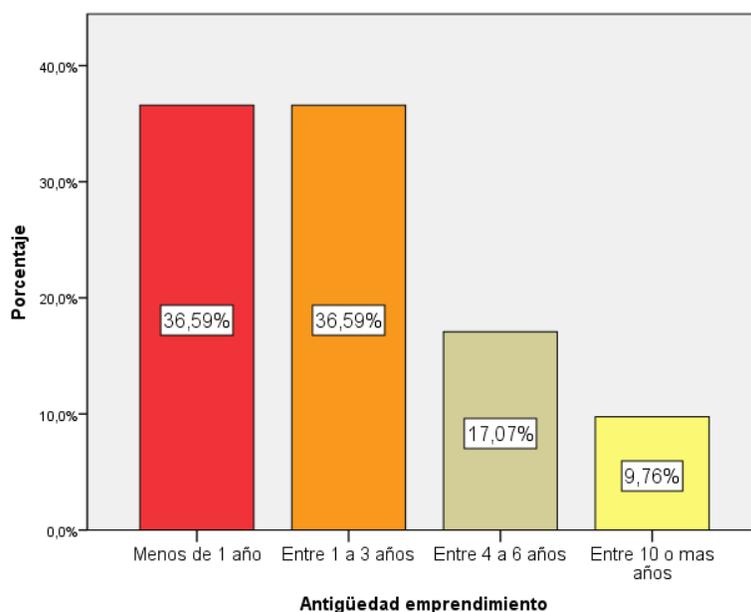
Como se puede vislumbrar en el cuadro N°15 las emprendedoras del sector urbano preferentemente empezaron sus emprendimientos por una necesidad monetaria (53,23%) lo que queda reflejado por los bajos niveles de ingresos que se pudieron analizar en apartados anteriores. Un aspecto destacado es el de los emprendimiento por la motivación de “Desarrollar Habilidades Personales”, el cual posee un 29,03% de las preferencias, esto da un indicio que las mujeres también buscan en el emprendimiento una manera de poder

desarrollarse como persona, tan solo un 17,74% de las emprendedoras del sector urbano realizaron su emprendimiento por una oportunidad que se les presentó en el mercado.

#### 4.3.1.6. Antigüedad Emprendimiento

Se hace necesario saber cuántos años llevan las emprendedoras con sus emprendimientos, esto con el fin de saber cuántas se han mantenido en el tiempo y cuántas han desistido o fracasado en ellos.

**Cuadro N°16: Antigüedad Emprendimiento Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

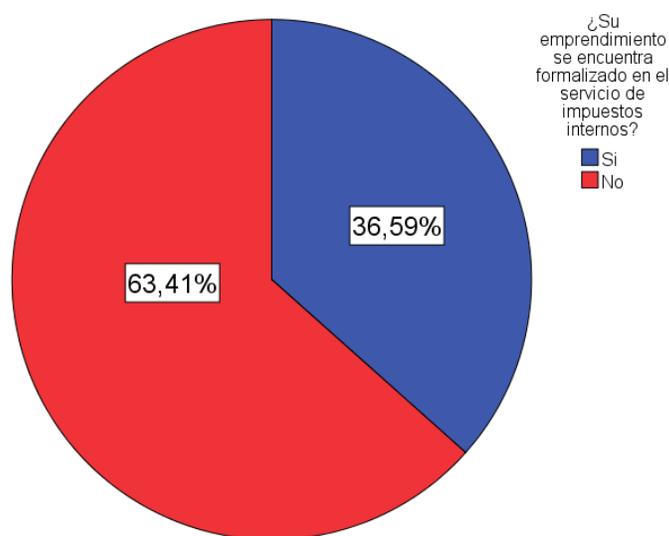
Al observar el gráfico N°16, es posible señalar que las emprendedoras del sector urbano de la provincia de Ñuble son nuevas emprendiendo, el rango “Menor de 1 año” posee un 36,59% y el “Entre 1 a 3 años” un 36,59%, tan solo un 9,76% en el rango “Entre 10 o más años”, el gráfico da a entender que son muy pocos los emprendimientos que se mantienen

más allá de los 3 años dado que ahí desciende drásticamente la continuidad de los emprendimiento según los datos recopilados y como se puede observar en el cuadro N°16.

#### 4.3.1.7. SII y Antigüedad.

El tener registrado el emprendimiento en el Servicio de Impuestos Internos, es necesario para que las personas puedan tener todo en norma para realizar sus negocios, al estar inscritos no están expuestos a las multas que pueden recibir por realizar sus emprendimientos de forma ilegal.

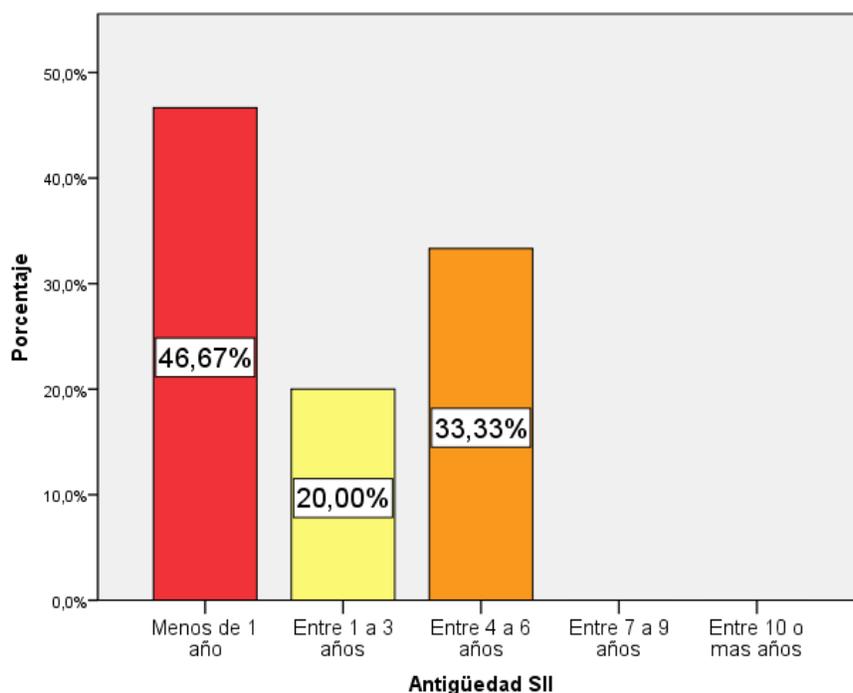
**Cuadro N°17: Formalización Emprendimiento Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

En el Cuadro N°17 se puede apreciar que el 63,41% de las emprendedoras del sector urbano no posee una formalización en el SII por lo que en su mayoría están expuestos a sufrir algún tipo de infracción por parte de las autoridades nacionales, esto es una cifra bastante elevada y que debiese bajar paulatinamente prestando asesorías de cómo deben realizar el trámite las personas, ya que muchas no han “iniciado actividades” por el desconocimiento que tienen de cómo realizar el proceso.

**Cuadro N°18: Antigüedad Formalización Emprendimiento Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

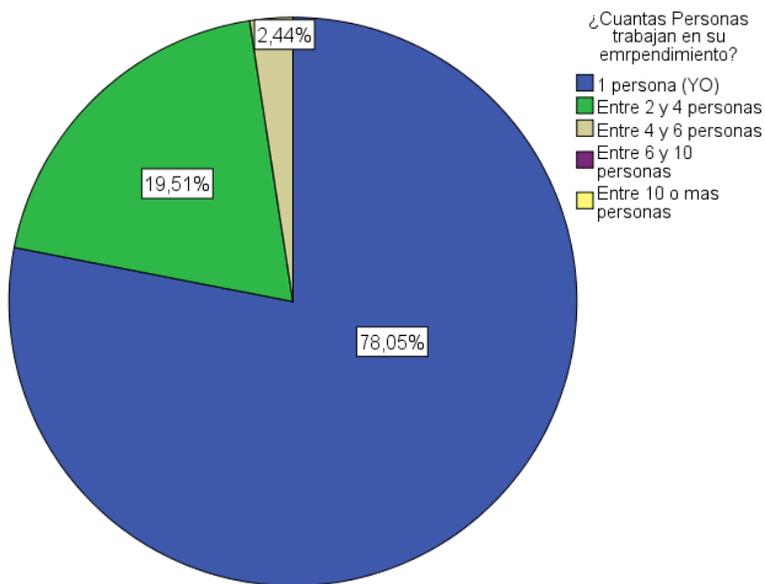
Continuando con el análisis de los emprendimientos en el sector urbano, es posible encontrar que de los emprendimientos que están formalizados en el SII (36,59% Cuadro N°17), un 46,67% tiene menos de 1 año de antigüedad de registro en el Servicio de Impuestos Internos, seguido por el rango “Entre 4 a 6 años” con un 33,33% y un 20% el rango “Entre 1 a 3 años”.

Como se puede apreciar las antigüedades de los emprendimiento inscritos en el SII son variados, sin embargo destaca la gran cantidad de emprendimientos registrados hace menos de 1 año, lo que da señales que las emprendedoras están buscando los medios y la orientación necesaria para realizar el trámite que se requiere, con el fin de tener sus emprendimientos en orden y poder cumplir todas las leyes del comercio en general.

#### 4.3.1.8. Cantidad de Trabajadores

Hoy en día es casi imposible llevar un negocio con un solo trabajador por la cantidad de cosas que se deben realizar para que un emprendimiento surja, partiendo por carga y descarga de materias primas u productos necesarios para realizar el emprendimiento, muchas veces los artículos son demasiados pesados o la salud no es la mejor para realizar estas actividades, por estas razones se contrata personal para ayudar a las labores del emprendimiento, sin embargo el contratar trabajadores significa desembolsar mayor cantidad de dinero que talvez se tenga estipulado para otras cosas. Por lo tanto las emprendedoras deben poner en la balanza el “costo-beneficio” que puede generar la contratación de trabajadores.

**Cuadro N°19: Cantidad Trabajadores Emprendimiento Sector Urbano**



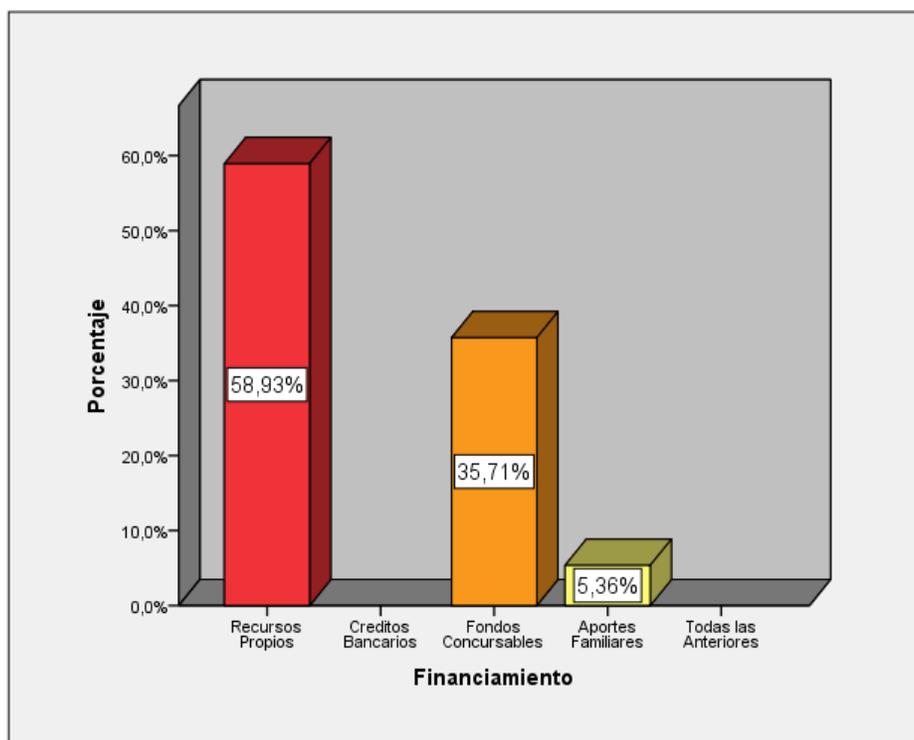
**Fuente: Elaboración Propia**

Si analizamos el cuadro N°19, es posible ver que la mayoría de las emprendedoras trabajan solo ellas en sus emprendimientos (78,05%) y seguido muy lejanamente por un 19,51% que equivale al rango entre 2 y 4 trabajadores.

#### 4.3.1.9. Tipo de Financiamiento

Para conocer a las emprendedoras es necesario tener presente el método de financiamiento que utilizaron al comenzar sus emprendimientos, si estas empezaron sus negocios por sus propios medios o buscaron otras alternativas de financiamiento.

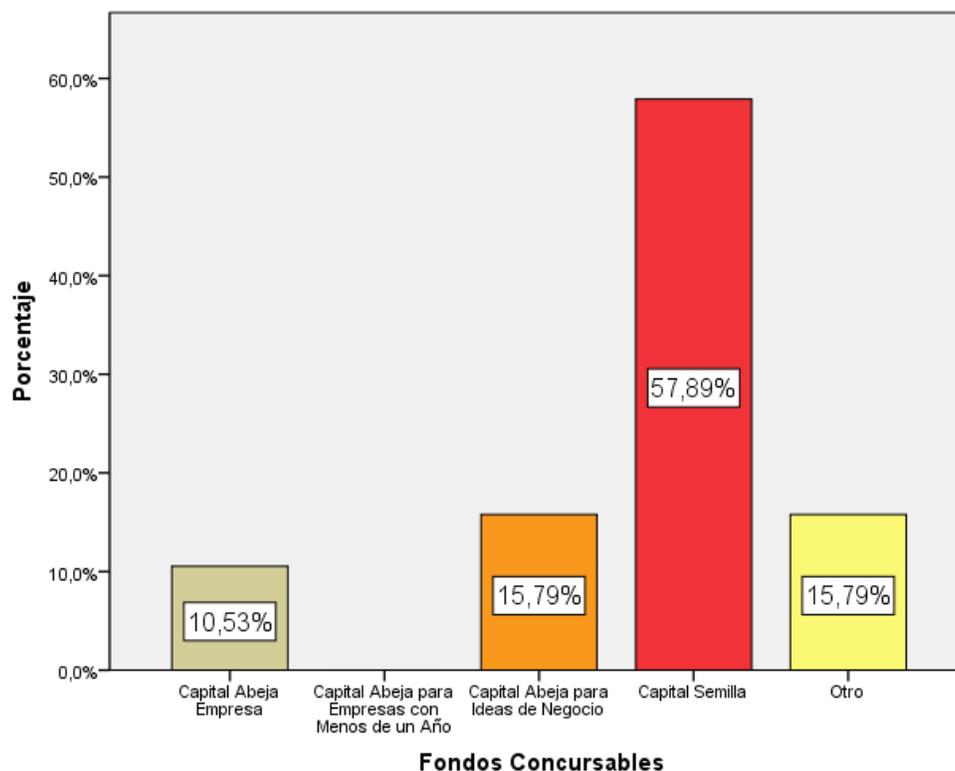
**Cuadro N°20: Tipo de Financiamiento Emprendimiento Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

En el cuadro N°20 es posible apreciar que las emprendedoras del sector urbano utilizaron “Recursos Propios” (58,93%) al momento de iniciar sus emprendimientos, en relación a cuantas se financiaron utilizando alternativas que da el gobierno es un 35,71% cifra no menor pero que debiese aumentar con las nuevas políticas de gobierno en base al apoyo al emprendimiento, tan solo un 5,36% señalo que inicio sus emprendimiento con “Aportes Familiares”.

**Cuadro N°21: Fondos Concursables Emprendimiento Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

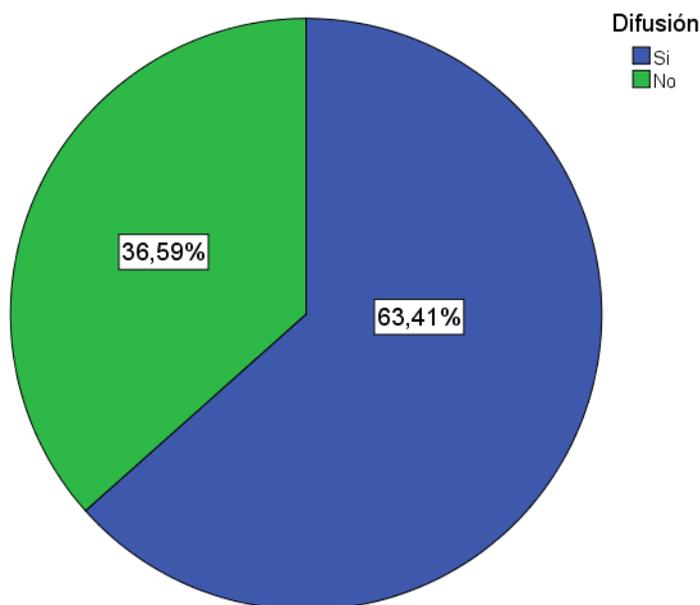
Los “Fondos Concursables” son programas que se presentan a nivel nacional, en el cual las personas sean estas jurídicas o naturales (Dependiendo del Fondo) pueden participar y recibir ayuda tanto monetaria como material.

En relación al cuadro N°21 es posible observar que de las personas que dijeron que se habían financiado por medio de “Fondos Concursables” el 57,89% dijo hacerlo por medio del “Capital Semilla”, continuado por un 15,79% correspondiente a “Capital Abeja para Ideas de Negocio” y “Otro” que equivale a un fondo que no estaba como alternativa, en último lugar se señaló “Capital Abeja Empresa” con un 10,53%.

#### 4.3.1.10. Difusión Emprendimiento

El utilizar medios de comunicación para dar a conocer los emprendimientos, es una herramienta conocida y utilizada para aumentar la rentabilidad de los negocios, se espera que entre mayor difusión tenga el emprendimiento este sea proporcional a un aumento de las ventas.

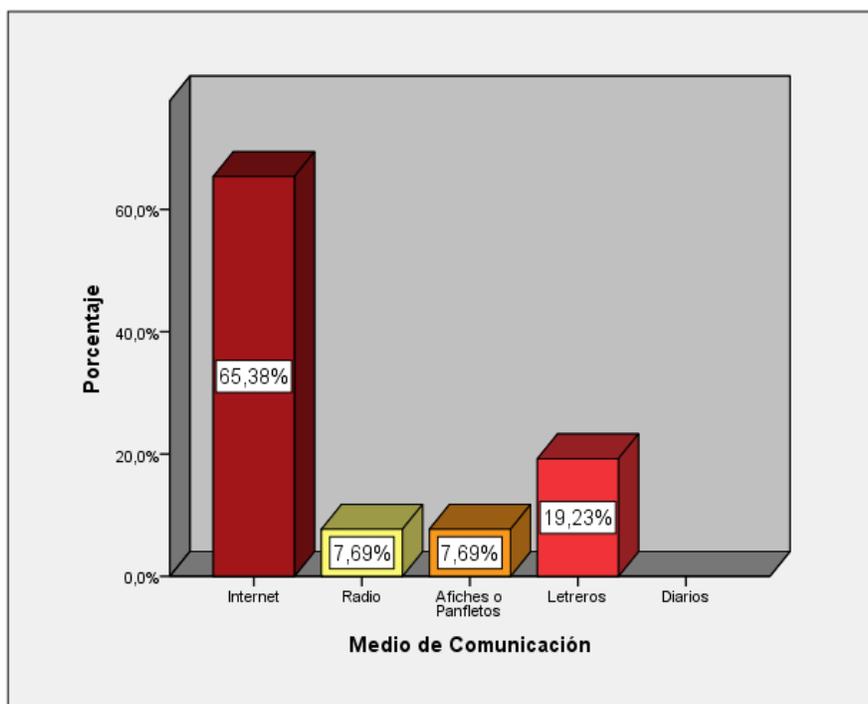
**Cuadro N°22: Difusión Emprendimiento Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede observar en el cuadro anterior (N°22) las emprendedoras del sector urbano señalaron que el 63,41% utilizan algún medio de comunicación para difundir sus negocios y un 36,59% señalaron que no utilizan ningún medio de comunicación. Esto puede ser de vital importancia para el desarrollo de sus emprendimientos, ya que se espera que a mayor difusión aumenten las ventas.

**Cuadro N°23: Tipo de Difusión Emprendimiento Sector Urbano**



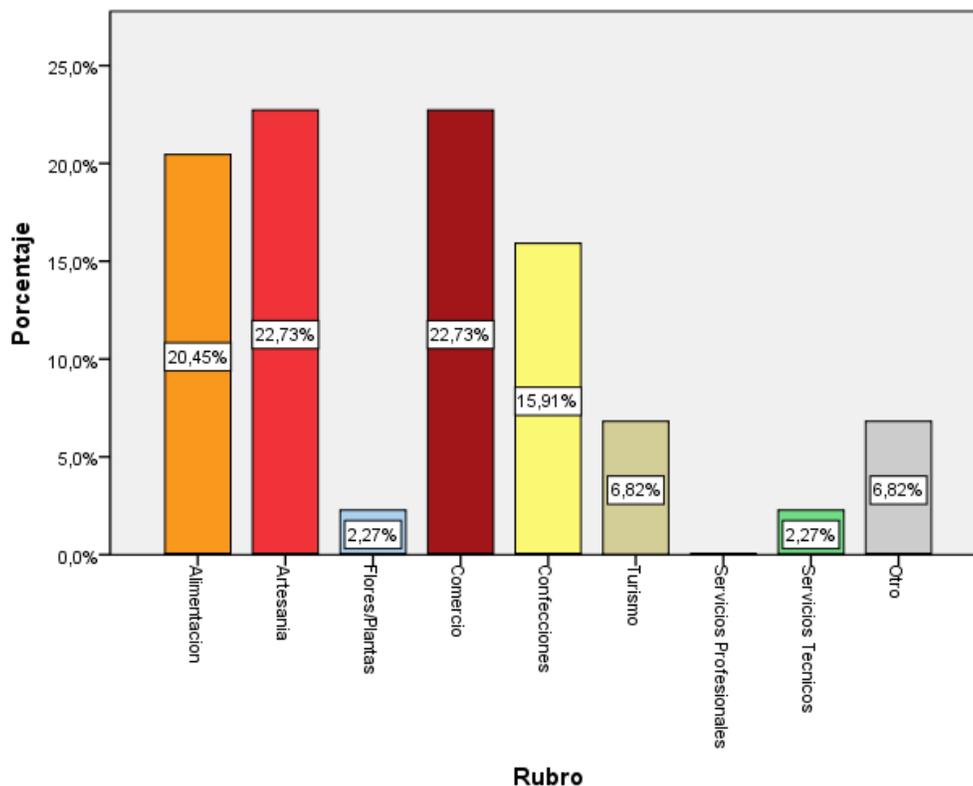
**Fuente: Elaboración Propia**

En relación a qué medio de comunicación utilizan las emprendedoras del sector urbano para dar a conocer sus emprendimientos, en el cuadro anterior (N°23) es posible observar que la gran mayoría de las emprendedoras señalo que utiliza “Internet” (65,38%) para dar a conocer sus emprendimientos, esto indica que las personas están utilizando las nuevas tecnologías para dar a conocer sus productos de una mejor manera. En segunda posición encontramos que las emprendedoras utilizan en un 19,23% “Letreros” para dar a conocer su negocio y con un 7,69% cada uno utilizan los medios de comunicación “Radio” y “Afiches o Panfletos”

#### **4.3.1.11. Rubro**

Un antecedente relevante es el sector o rubro al que se orientan los emprendimientos pues revela en algún grado, el nivel de sofisticación de la actividad emprendedora. Lo central de la investigación es revisar los rubros que poseen los emprendimientos en la provincia por lo tanto el cuadro N°24 muestra la distribución por rubro en el cual se desarrollan los emprendimientos del sector urbano.

**Cuadro N°24: Rubro Emprendimiento Sector Urbano**



**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede observar en el cuadro anterior (N°24) el rubro que tiene mayor presencia en las emprendedoras es “Artesanía” y “Comercio” con un 22,73% cada una, a continuación de ellos se presenta el rubro “Alimentación” en el cual posee un 20,45% del porcentaje total de las emprendedoras del sector urbano, un 15,91% señalo que su emprendimiento pertenece al rubro “Confecciones”, con un 6,82% “Turismo” y la variable “Otro”, en último lugar se puede apreciar el rubro “Flores/Plantas” y “Servicios Técnicos” con un 2,27% cada uno.

### 4.3.2. Emprendedora Sector Rural

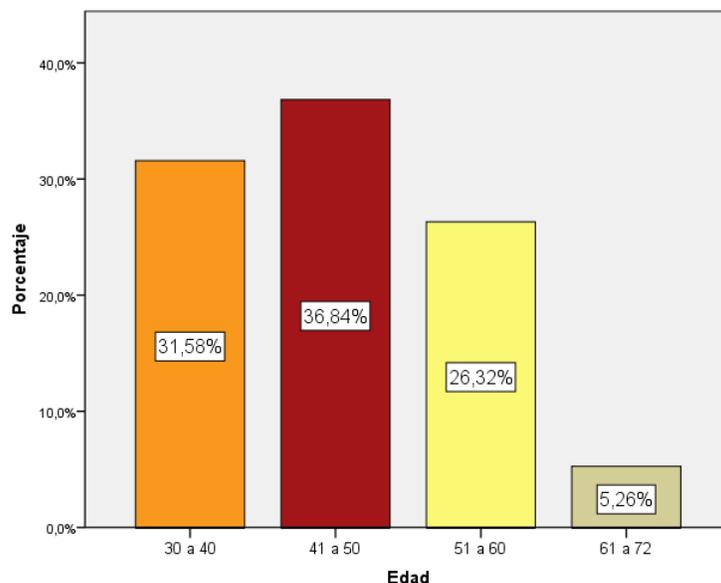
Según el estudio realizado por el Instituto de desarrollo Agropecuario (Política Nacional de Desarrollo Rural, 2014) señala que “lo rural se define como “lo no urbano” (INE), y el criterio para definir su condición se fija a través de un límite de 2.000 habitantes por localidad poblada, siendo ésta su unidad de análisis.”

Las encuestadas del sector rural pertenecen en un 33,3% a la comuna de Chillán, 18,3% a Chillan Viejo, 30% son de Quillón y un 18,3% corresponden a la comuna de Bulnes.

#### 4.3.2.1 Edad y Nivel Educativo

Analizando la encuesta a las emprendedoras del sector rural de la provincia de Ñuble, se puede encontrar que el promedio de edad de las emprendedoras de este sector es de 47 años, como se puede observar en el cuadro N°25 el rango de edad con mayor presencia en el sector rural es entre “41 a 50 años” con un 36,84%, continuado por el rango de “30 a 40 años” con un 31,58%, el rango de edad “51 a 60 años” posee un 26,32% y el “61 a 72 años” solo un 5,26% de las emprendedoras del sector rural de la provincia de Ñuble.

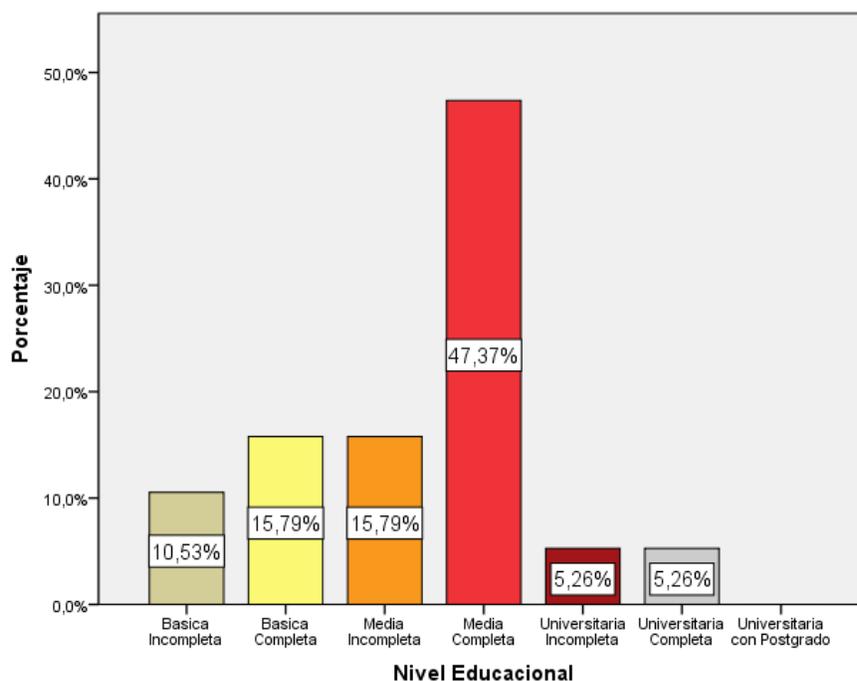
**Cuadro N°25: Rango de edad Emprendimiento Sector Rural**



**Fuente: Elaboración Propia**

En lo que respecta al nivel educacional que poseen las emprendedoras del sector rural de la provincia de Ñuble, en su mayoría posee educación “Media Completa” con un 47,37% como se puede apreciar en el cuadro N°26, seguido por “Básica Completa” y “Media Incompleta” ambas con un 15,79%, continua con un 10,53% “Básica Incompleta” y con un 5,26% correspondiente a “Universitaria Incompleta” y “Universitaria Completa” cada una.

**Cuadro N°26: Nivel Educativo Emprendimiento Sector Rural**



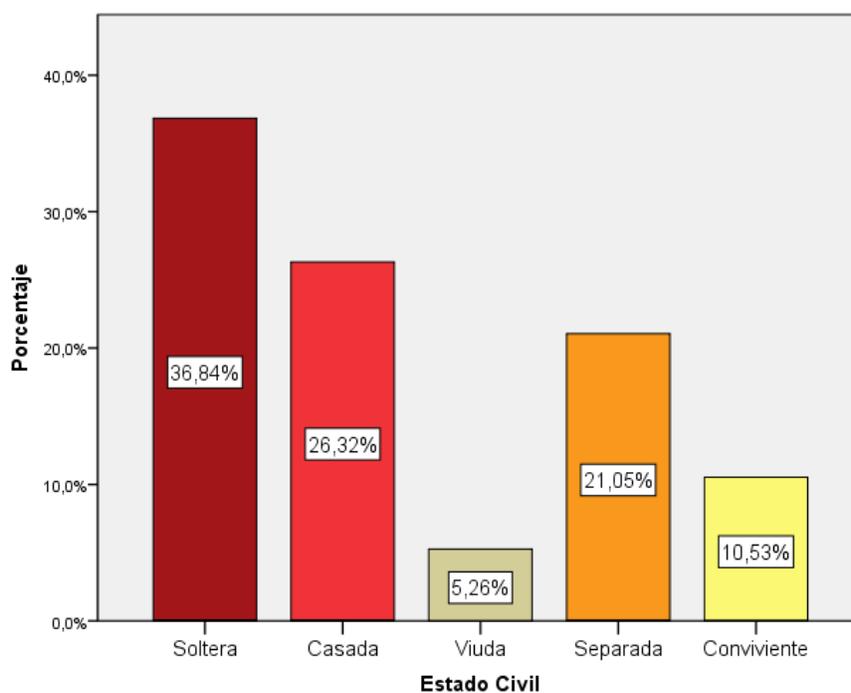
**Fuente: Elaboración Propia**

Cabe destacar que en comparación al nivel educacional del sector urbano con el rural, se presenta un doble en el nivel “Básica Incompleta”, lo que señala que las mujeres del sector rural tienen menor cantidad de formación académica que las del urbano.

#### 4.3.2.2. Estado Civil e Hijos.

El estado civil y los hijos, pueden ser factores relevantes al realizar un análisis de las emprendedoras, ya que el poseer una pareja o tener hijos puede incidir en el normal desarrollo de los emprendimientos, debido al tiempo que se debe dedicar a estos.

**Cuadro N°27: Estado civil Emprendedoras Sector Rural**

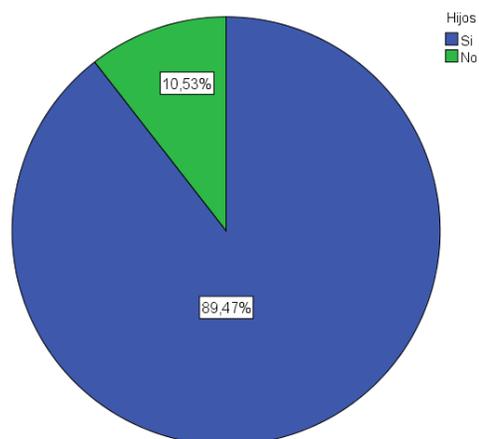


**Fuente: Elaboración Propia**

Al observar el cuadro N°27, se puede encontrar el estado civil que poseen las emprendedoras del sector rural, en el cual un 36,84% dicen ser “Soltera”, continua un 26,32% en un estado civil “Casada” y un 21,05% corresponde al estado civil “Separada”.

Si se dividieran en dos grandes grupos “Con Pareja” y “Sin Pareja” se encuentra que un 36,85% corresponde al estado “Con Pareja” y un 63,15% a “Sin Pareja”, por lo tanto el estado predominante en las emprendedoras del sector rural es “Sin Pareja”, lo que hace relucir que las mujeres emprenden en mayor cuantía cuando estas solas y no tienen alguien que las acompañe en sus vidas.

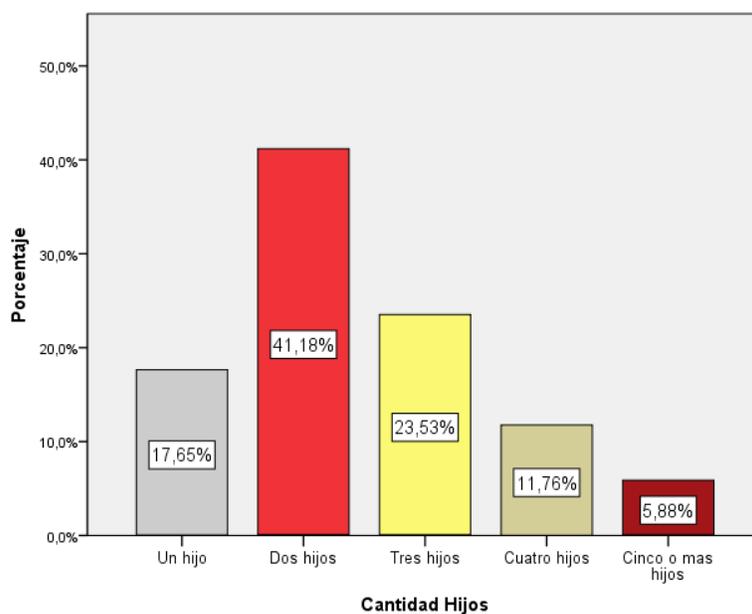
**Cuadro N°28: Hijos Emprendedoras Sector Rural**



**Fuente: Elaboración Propia**

Es necesario conocer si las emprendedoras tienen o no hijos, para así realizar un estudio ms recabado en el cual se puede deducir que las emprendedoras pueden convivir con la crianza de los hijos y a la vez con su emprendimiento. En relación al cuadro N°28 al momento de preguntarle a las emprendedoras si tiene hijos un 89,47% señalo que si tienen y un 10,53% que no tienen hijos.

**Cuadro N°29: Cantidad Hijos Emprendedoras Sector Rural**



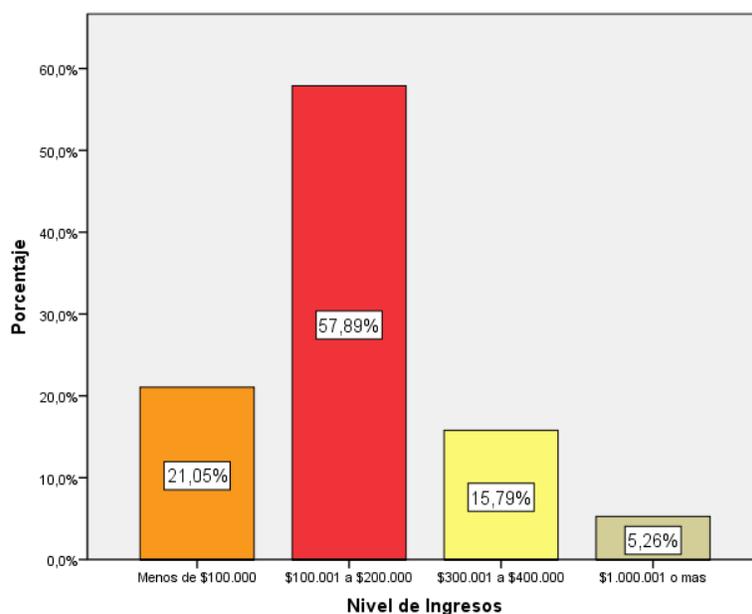
**Fuente: Elaboración Propia**

El cuadro N°29 presenta la información en relación al número de hijos que tienen las emprendedoras del sector rural, señalando primeramente que en promedio las emprendedoras de este sector tiene 2 hijos al igual que las del sector urbano, la mayor presencia en el grafico corresponde a “Dos hijos” con un 41,18%, continua con un 23,53% “Tres Hijos”, 17,65% “Un hijo” y las cantidad mayores de hijos con 11,76% “Cuatro Hijos” y 5,88% corresponde a “Cinco o más Hijos”.

#### 4.3.2.3. Nivel de Ingreso

Para lograr una mejor caracterización de las emprendedoras, es estrictamente necesario el conocer el nivel de ingresos que poseen, ya que con ello se podrá concluir si estos son diferentes a los ingresos percibidos por las emprendedoras del sector urbano. Se espera que los ingresos observados por el sector rural sean menores al del sector urbano, esto se debiese dar por los niveles de pobreza que presenta el sector rural. (INE, 2013)

**Cuadro N°30: Nivel de Ingresos Emprendedoras Sector Rural**



**Fuente: Elaboración Propia**

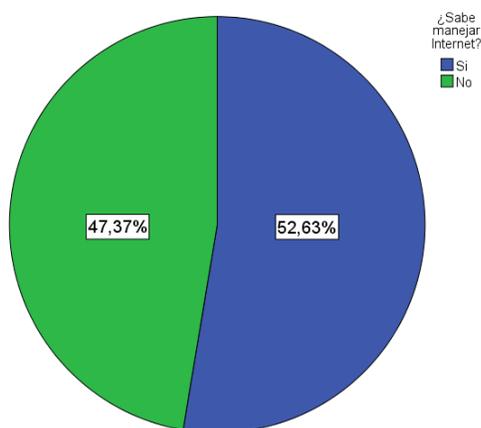
Como se puede observar en el Cuadro N°30 el nivel de ingreso mayor en el sector rural es de entre \$100.001 - \$200.000 con un 57,89%, seguido por el rango “Menos de \$100.000”

con un 21,05%, luego el rango de entre “300.001 -\$400.000” con un 15,79% y el rango con menor porcentaje es el “\$1.000.001 o más” el cual posee un 5,26%. Se destaca la gran cantidad de emprendedoras que poseen ingresos menores a \$200.000 en el sector rural siendo el 78,94% el que correspondería a este rango de ingresos.

#### 4.3.2.4. Habilidades Técnicas Computacionales

El nivel de habilidades técnicas a nivel computacional en el sector rural, se espera que sea bajo debido al menor acceso a las nuevas tecnologías que se posee en estos sectores.

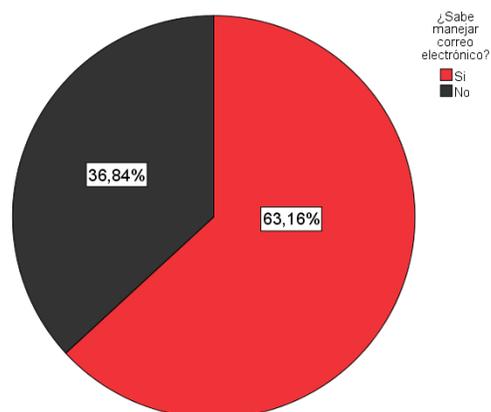
**Cuadro N°31: Manejo Internet Emprendedoras**



**Fuente: Elaboración Propia**

Al analizar el cuadro N° 31 es posible dar cuenta que solo el 52,63% de las emprendedoras del sector rural maneja internet y el 47,37% no maneja el internet, por ende casi la mitad de las emprendedoras del sector rural no posee conocimientos en relación al manejo de internet, el cual sería bastante beneficioso que supieran manejarlo para el mejor desarrollo de sus emprendimiento (información, publicidad, etc.)

**Cuadro N°32: Manejo Email Emprendedoras**

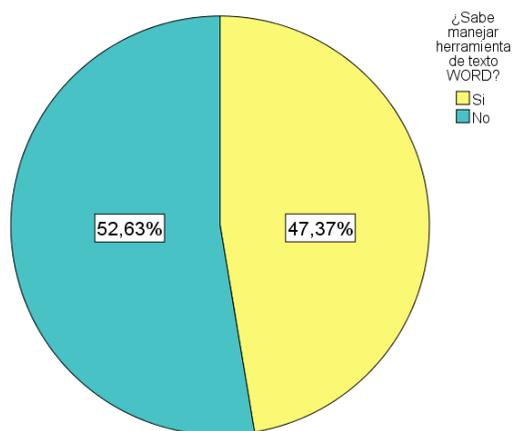


**Fuente: Elaboración Propia**

Si se observa el cuadro N°32 es posible decir que el 63,16% de las encuestadas del sector rural saben manejar correo electrónico y el 36,84% declara que no sabe utilizarlo.

El dato anterior (manejo correo electrónico) es bastante curioso debido a que las personas declararon que solo el 52,63% sabia manejar internet pero el 63,16% declara que sabe manejar correo electrónico, debiese el manejo de correo electrónico ser menor al número de personas que sabe utilizar el internet (esto debido principalmente a que el correo electrónico se utiliza con internet)

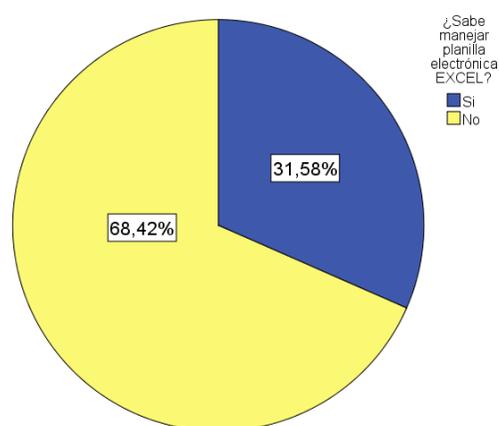
**Cuadro N°33: Manejo Herramienta WORD Emprendedoras**



**Fuente: Elaboración Propia**

En relación al cuadro N°33 y al uso de la herramienta de texto WORD, es posible señalar que el 47,37% de las emprendedoras del sector rural señalaron que si maneja esta herramienta y que el 52,63% no maneja este software, cabe señalar que la utilización de este programa sería de gran ayuda para organizar de mejor manera la información de los emprendimientos de las mujeres, entre otras cosas.

**Cuadro N°34: Manejo Herramienta EXCEL Emprendedoras**

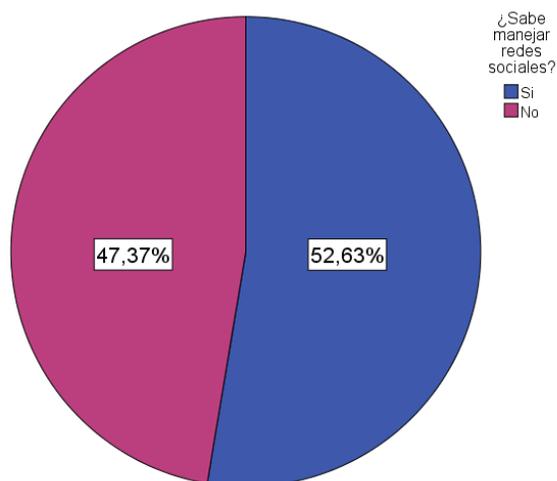


**Fuente: Elaboración Propia**

En el cuadro N°34 se puede observar si las emprendedoras manejan la herramienta EXCEL, las emprendedoras respondieron que un 31,58% de ellas maneja la herramienta y un 68,42% no posee dichos conocimientos.

Esta es una de las herramientas más usadas tanto por las empresas como instituciones de cualquier índoles, principalmente por que ayuda a manejar cálculos de mejor manera y presentar la información de una forma ordenada.

**Cuadro N°35: Manejo “Redes Sociales” Emprendedoras**



**Fuente: Elaboración Propia**

El uso de las redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, entre otros se ha masificado en los últimos años, sin embargo el acceso a las redes sociales en el sector rural es más limitado que el sector urbano, por la dificultad de acceso a internet que tienen en el sector rural.

En relación a lo observado en el cuadro N°35, es posible decir que un 52,63% de las emprendedoras declara saber utilizar las redes sociales y un 47,37% que no sabe manejarlas.

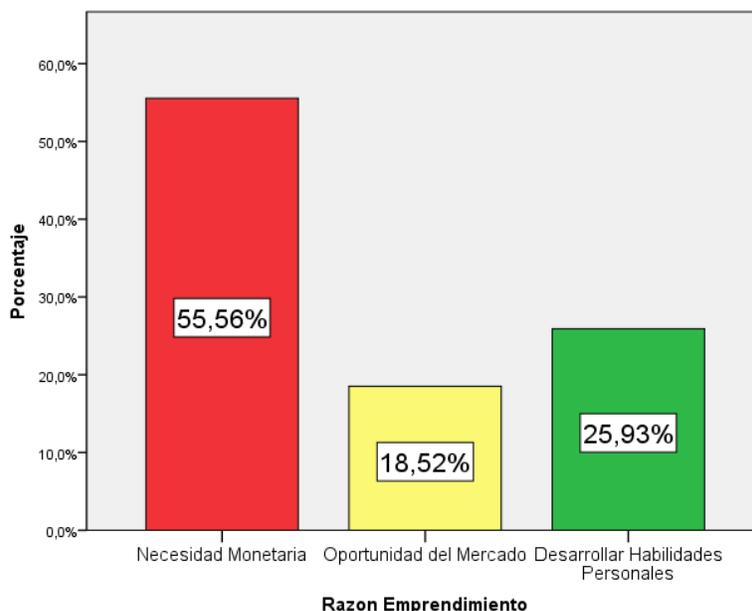
Destaca el hecho que el porcentaje de mujeres emprendedoras del sector rural que maneja internet es la misma que las que manejan redes sociales (52,63%)

#### **4.3.2.5. Motivaciones Emprendedoras**

Diferentes razones pueden llevar a las personas a generar un emprendimiento, en muchos casos estas son motivadas por una necesidad monetaria u otras por una oportunidad que se le presenta en el mercado, sin embargo pueden ser otras motivaciones aparte de estas, como es el caso de las personas que ven en el emprendimiento una forma de desarrollar sus

habilidades personales, para así poder sentirse orgullosos de lo que pueden lograr y que valió el esfuerzo.

**Cuadro N°36: Motivación Para Emprender Sector Urbano**



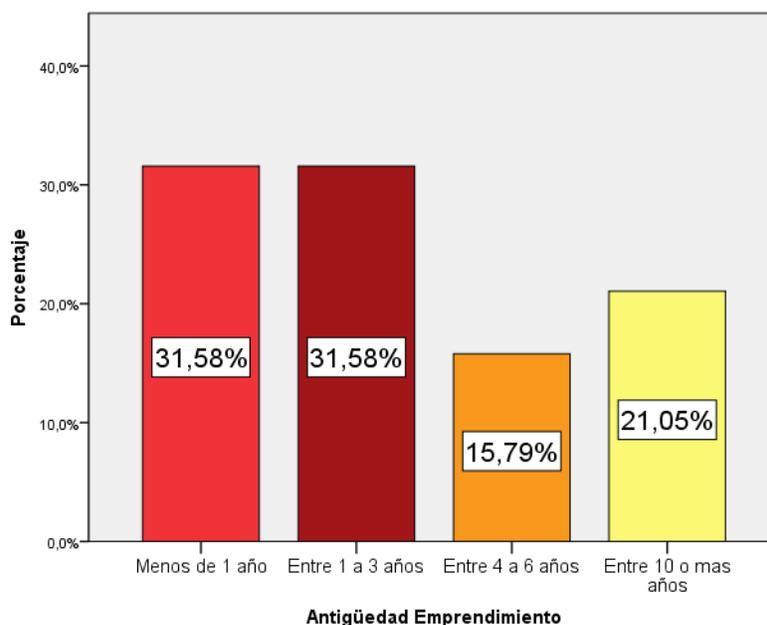
**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede apreciar en el cuadro N°36 las emprendedoras del sector rural empezaron en su mayoría sus emprendimientos por una necesidad monetaria (55,56%), una de las razones debiese ser por los bajos índices de ingresos que se pudieron analizar en los apartados anteriores de la investigación. En segundo lugar se encuentra la motivación de emprender por “Desarrollar Habilidades Personales”, el cual posee un 25,93% de las preferencias, con solo un 18,52% de las emprendedoras del sector rural realizaron su emprendimiento por una oportunidad que se les presento en el mercado.

#### 4.3.2.6. Antigüedad Emprendimiento

Es necesario poseer la información respecto a la cantidad de años que llevan las emprendedoras con sus negocios, esto con el fin de saber cuántas emprendedoras se han podido mantener en el tiempo o cuantas no han podido hacerlo.

**Cuadro N°37: Antigüedad Emprendimiento Sector Rural**



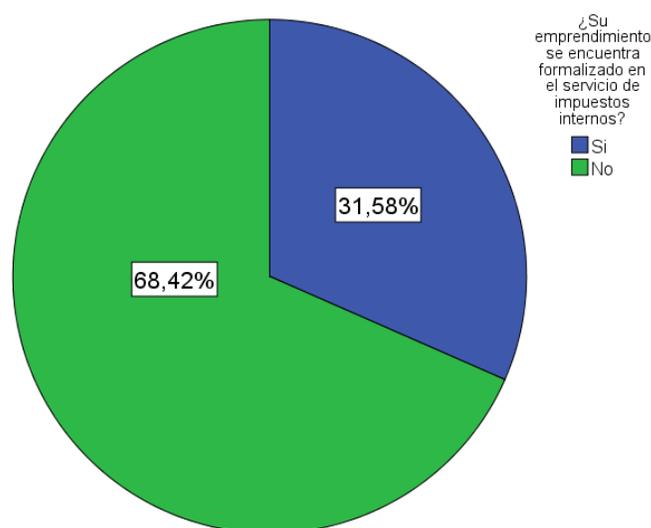
**Fuente: Elaboración Propia**

Al observar el gráfico N°37, es posible señalar que las emprendedoras del sector rural de la provincia de Ñuble tiene muy pocos años emprendiendo, el rango “Menor de 1 año” posee un 31,58% y el “Entre 1 a 3 años” un 31,58%, sorprende el observar el 21,05% de los emprendimientos con 10 o más años de antigüedad dado que en el sector urbano eran tan solo un 9,76% en este rango, el rango “Entre 4 a 6 años” presenta un 15,79% de las emprendedoras del sector rural.

#### 4.3.2.7. SII y Antigüedad.

Las personas del sector rural tiene menor acceso de la información en comparación a las del sector urbano, por esta razón muchas no saben cómo realizar los trámites de la formalización de sus emprendimientos en el Servicios de Impuestos Internos, esta es una de las razones por la cual las emprendedoras de sector rurales no realizar el trámite correspondiente.

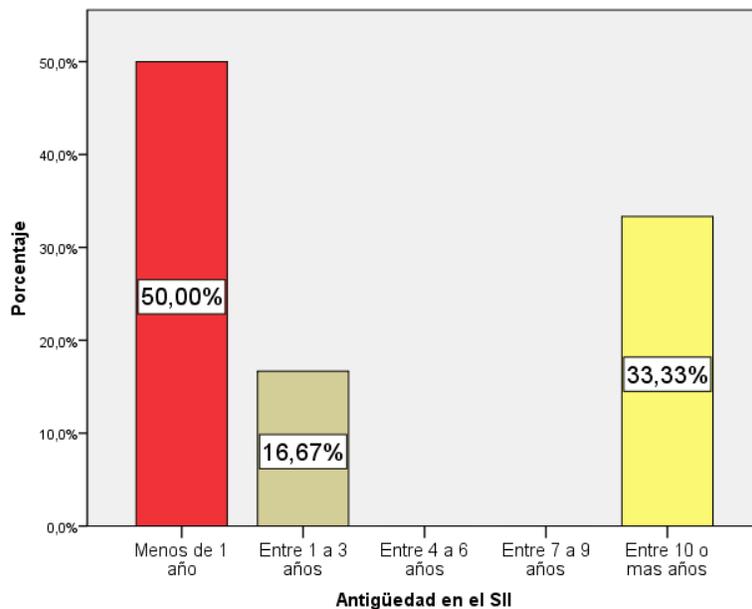
**Cuadro N°38: Formalización Emprendimiento Sector Rural**



**Fuente: Elaboración Propia**

En el gráfico anterior (N°38) se puede observar que solo el 31,58% de las emprendedoras tiene formalización en el SII y con una amplia mayoría las emprendedoras no poseen formalización de su emprendimiento en el SII (68,42%). Cuya principal razón se cree que es la poca o nula información que tienen estas de cómo realizar el trámite correspondiente.

**Cuadro N°39: Antigüedad Formalización Emprendimiento Sector Rural**



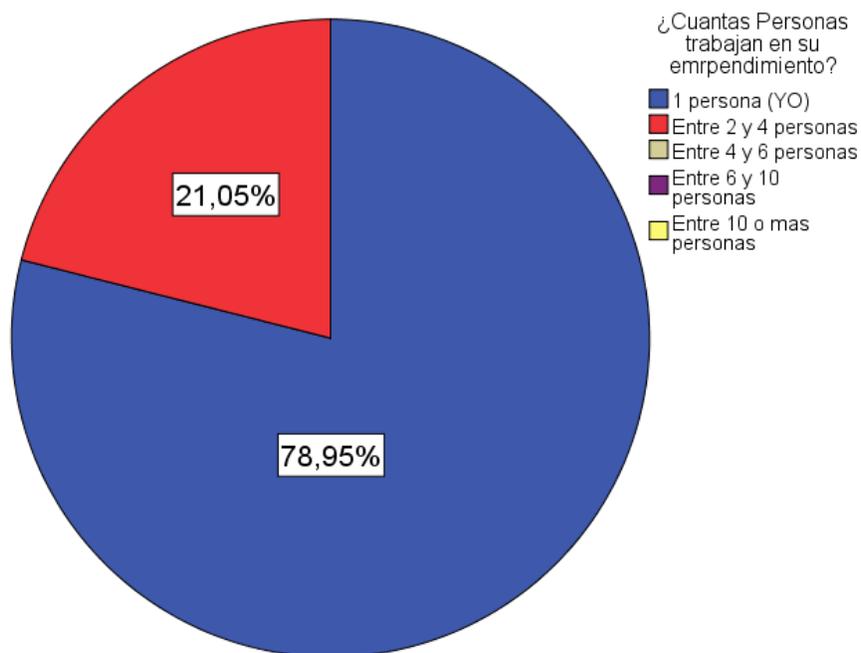
**Fuente: Elaboración Propia**

Continuando con el análisis de los emprendimientos en el sector rural, es posible encontrar que de los emprendimientos que están formalizados en el SII (31,58% Cuadro N°38), un 50% (Cuadro N°39) tiene menos de 1 año de antigüedad en el Servicio de Impuestos Internos, seguido por el rango “Entre 10 o más años” con un 33,33% y un 16,67% el rango “Entre 1 a 3 años”. Como se puede apreciar las antigüedades de los emprendimiento inscritos en el SII son en su mayoría “Menores a 1 año” y “Entre 10 o más años” lo que quiere decir que las emprendedoras rurales nuevas están realizando el trámite correspondiente y las que se han mantenido por más tiempo (10 o más años) en el mercado, fueron guiadas o tuvieron la información necesaria para realizar el trámite correspondiente.

#### **4.3.2.8. Cantidad de Trabajadores**

El tener un emprendimiento requiere de tiempo y de esfuerzo, para poder minimizar estos aspectos es cuando se contratan nuevos trabajadores, esto significa tener que desembolsar dinero para la contratación de personal.

**Cuadro N°40: Cantidad Trabajadores Emprendimiento Sector Rural**



**Fuente: Elaboración Propia**

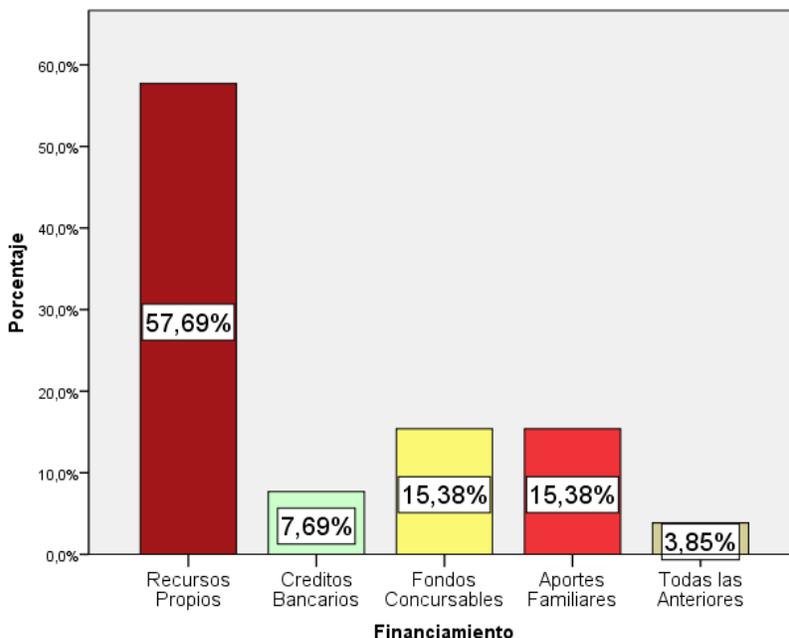
En relación a esto es lo vislumbrado en el cuadro N°40 en el cual señala el número de trabajadores que poseen los emprendimientos de sectores rurales, la mayoría de los emprendimientos son manejado solo por su dueña con un 78,95%, solo un 21,05% señalo que poseían entre 2 y 4 trabajadores en sus emprendimientos.

Esto puede ser debido a la cantidad de dinero que se debe gastar para la contratación de nuevos empleados o la poca ganancia que genera el emprendimiento realizado, el que talvez no pueda costear a nuevos trabajadores.

#### **4.3.2.9. Tipo de Financiamiento**

El conocer el método de financiamiento que utilizan las emprendedoras del sector rural al iniciar sus emprendimientos, ayuda a comprender como emprenden las mujeres del sector y si estas buscan financiamientos externos o utilizan sus propios recursos para hacerlo.

**Cuadro N°41: Tipo de Financiamiento Emprendimiento Sector Rural**

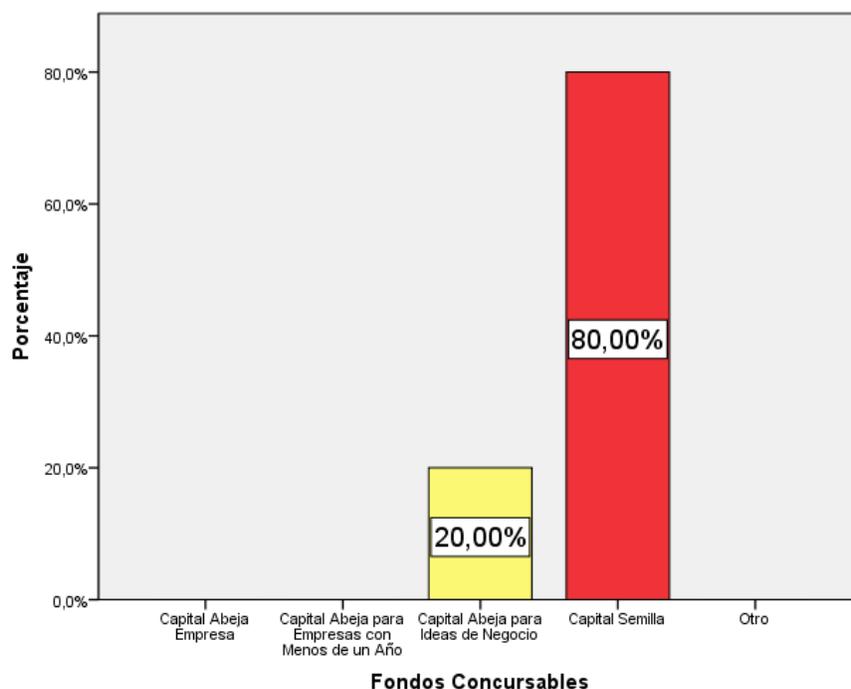


**Fuente: Elaboración Propia**

En el cuadro N°41 es posible apreciar que las emprendedoras del sector rural utilizaron “Recursos Propios” (57,69%) al momento de iniciar sus emprendimientos, las emprendedoras que utilizaron o recibieron “Aportes Familiares” para iniciar sus emprendimientos es de un 15,38%, las que utilizaron alternativas de financiamiento que facilita el gobierno como son los “Fondos Concursables” también un 15,38% de ellas, las emprendedoras de sector rural que utilizaron “Créditos Bancarios” para el financiamiento de sus emprendimientos fue de 7,69% de estas y las emprendedoras que utilizaron todas las alternativas señaladas fue de un 3,85%.

Con esto queda reflejado que las emprendedoras de la provincia de Ñuble iniciaron sus emprendimientos preferentemente con recursos propios, a pesar de la poca información que pueda recibir en el sector rural la alternativa de “Fondos Concursables” fue bastante elevada (15,38%).

**Cuadro N°42: Fondos Concursables Emprendimiento Sector Rural**



**Fuente: Elaboración Propia**

Las personas que dijeron iniciar sus emprendimientos con “Fondos Concursables” fueron preguntadas por cuál de los fondos concursables se adjudicador y utilizaron para financiar sus emprendimientos.

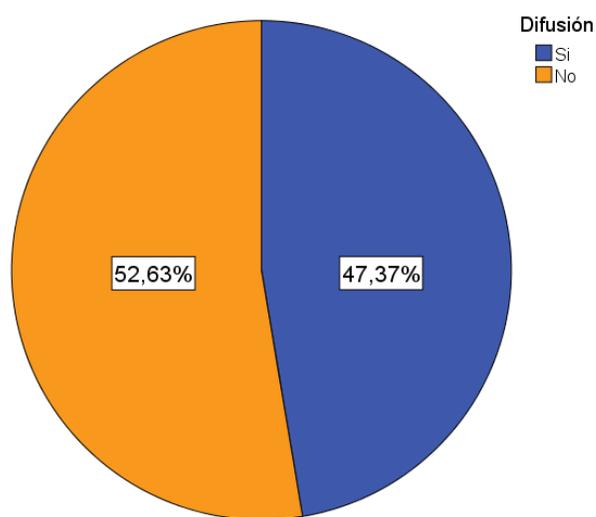
En relación al cuadro N°42 es posible observar que fueron solo dos fondos concursables adjudicados por las emprendedoras del sector rural, los cuales corresponden al “Capital Semilla” y “Capital Abeja para Ideas de Negocio”, en cuanto a la relación de porcentajes de adjudicación las personas encuestadas señalaron que el 80% de las financiadas por “Fondos Concursables” se adjudicó el “Capital Semilla” y un 20% señaló que se adjudicó el “Capital Abeja para Ideas de Negocio”.

Las otras alternativas de “Fondos Concursables” no fueron señaladas u adjudicadas por las emprendedoras del sector rural.

#### 4.3.2.10. Difusión Emprendimiento

La poca accesibilidad que poseen las personas de los sector rurales, hace difícil que los emprendimientos sean difundidos por algún medio de comunicación, por tanto se genera una barrera para el desarrollo de estos emprendimientos la falta de conectividad que ostentan (Fawaz, 2005).

**Cuadro N°43: Difusión Emprendimiento Sector Rural**

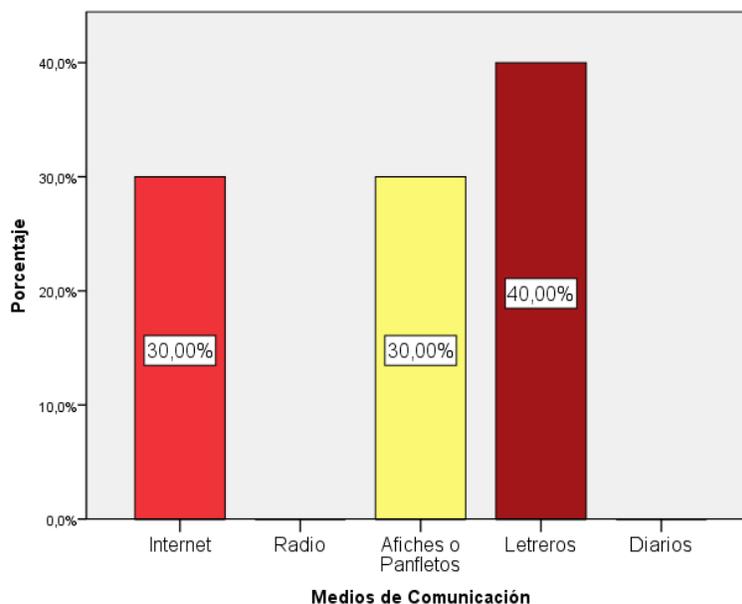


**Fuente: Elaboración Propia**

Unas de las herramientas más importante para el desarrollo de un emprendimiento es la difusión que pueda tener este, por lo tanto se le consultó a las emprendedoras del sector rural si poseen algún tipo de medio de comunicar en el cual difundir sus emprendimientos.

Las emprendedoras señalaron en un 47,37% (Cuadro N°43) que si poseían algún tipo de medio de comunicación en el cual difundían sus productos o servicios y un 52,63% que no difundían por ningún medio de comunicación.

**Cuadro N°44: Tipo de Difusión Emprendimiento Sector Rural**



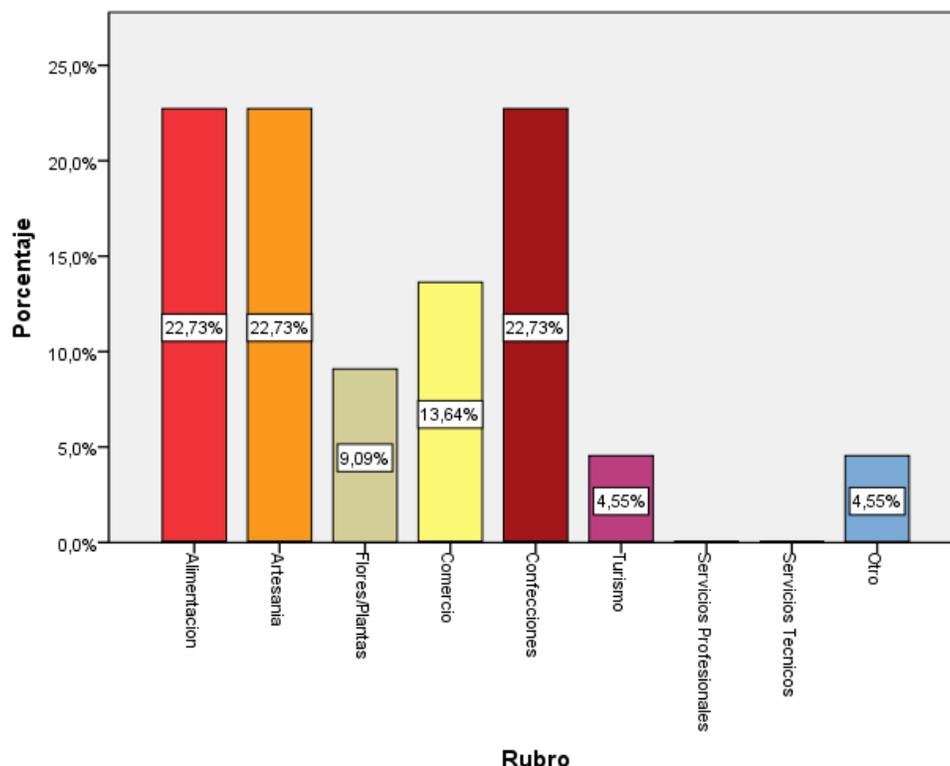
**Fuente: Elaboración Propia**

En relación a qué medio de comunicación utilizan las emprendedoras del sector rural para dar a conocer sus emprendimientos es posible observar en el cuadro anterior (N°44) que la gran mayoría de las emprendedoras señalo que utiliza “Letreros” (40%) para dar a conocer sus emprendimientos, un 30% señalo que utiliza “Internet” como medio de comunicación para dar a conocer sus productos o servicios y en igual cuantía (30%) fue señalado la utilización de “Afiches o Panfletos” como medio de difusión del emprendimiento. Esto da a entender que las emprendedoras del sector rural aun no utilizan las nuevas tecnologías para dar a conocer sus productos o servicios, como se pudo observar en su mayoría siguen utilizando alternativas más “antiguas” como son los “Letreros” u “Afiches” estos teniendo casi un 70% de las preferencias de las emprendedoras del sector rural como medio de comunicación.

#### **4.3.2.11. Rubro**

Es necesario conocer el rubro en el cual se están desarrollando los emprendimientos, por esta razón en el cuadro N°45 se da a conocer el rubro de las emprendedoras del sector rural de la provincia de Ñuble.

**Cuadro N°45: Rubro Emprendimiento Sector Rural**



**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede observar en el cuadro anterior (N°45) los rubros que tienen mayor presencia son “Alimentación”, “Artesanía” y “Confecciones” en los cuales poseen un 22,73% cada uno de las emprendedoras del sector rural, el rubro “Comercio” está presente en un 13,64% de las emprendedoras, un 9,09% equivale al rubro “Flores/Plantas”, el rubro que sigue en el gráfico es “Turismo” con un 4,55% y el rubro “Otro” también posee un 4,55%.

Era de esperarse tener una mayor cantidad de emprendimientos en el rubro “Alimentación” como en el rubro “Comercio”, esto principalmente debido a que la provincia de Ñuble es una zona altamente agrícola lo que viene relacionado con el rubro de los alimentos, además la zona tiene varias bondades en relación a las artesanías que se producen en la provincia.

Uno de los aspectos destacados es la baja participación de las emprendedoras del sector rural en el ámbito “Turismo”, ya que la provincia y el sector rural preferentemente se presenta un ambiente geográfico muy agradable para realizar esta actividad, lo cual no está siendo aprovechado por las emprendedoras.

#### **4.4 Nichos Productivos y Apoyo a las Emprendedoras**

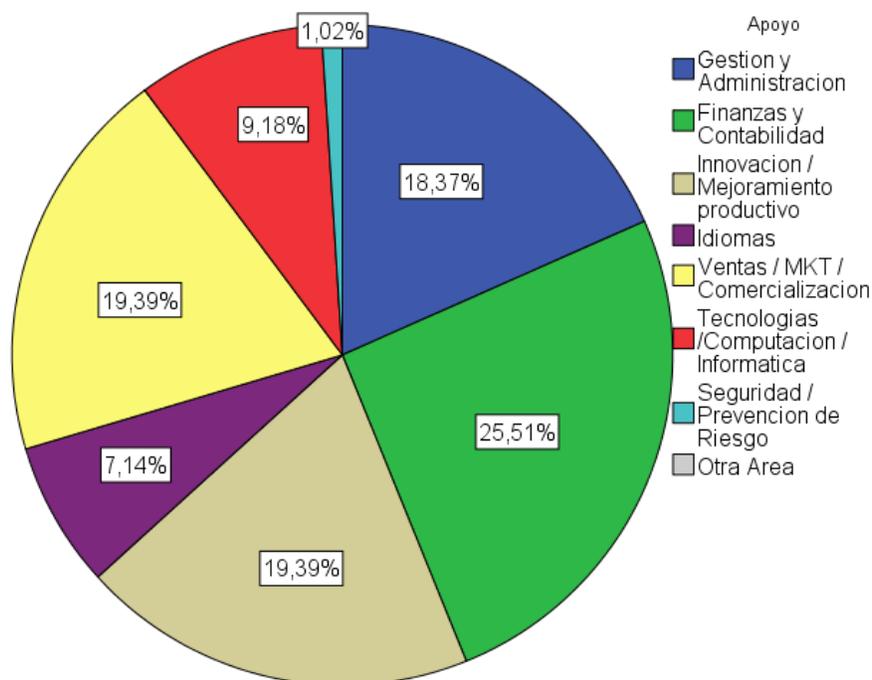
El poder identificar los nichos productivos en donde se desarrollan los emprendimientos de la provincia de Ñuble, dará parámetros para nuevas políticas públicas que sean enfocadas directamente a las características propias de las emprendedoras y sus rubros.

La investigación dará a conocer diferentes aspectos que son necesarios para el mejoramiento del desarrollo de los emprendimiento de las mujeres de la provincia de Ñuble, en el cual se señalara los ámbitos donde ellas piensan que necesitan ayuda, como también se dará a conocer las fortalezas que tienen las emprendedoras de la provincia.

##### **4.4.1. Tipo de Apoyo**

Se hace necesario conocer la opinión de las emprendedoras del sector rural, respecto a las necesidades que presentan en sus emprendimientos. Por esta razón se le consultó a las emprendedoras en que área necesitaban algún tipo de apoyo sea este asesorías, información, capacitación, entre otros aspectos, esto con el fin de recabar información respecto a las necesidades que perciben las emprendedoras en relación al conocimiento que poseen y requieren para seguir desarrollando sus emprendimientos de mejor manera.

**Cuadro N°46: Apoyo Emprendimiento Provincia de Ñuble**



**Fuente: Elaboración Propia**

Se puede observar en el cuadro anterior (N°46) que las emprendedoras señalaron diferentes temas en cual necesitan algún tipo de apoyo siendo el área “Finanzas y Contabilidad” el con mayor porcentaje (25,51%), las emprendedoras señalaron este apartado dado que lo relacionaron con la formalización de su emprendimiento en el SII, otra área donde señalaron necesitan algún tipo de apoyo es “Innovación/Mejoramiento Productivo” (19,39%) este tema es importantísimo a la hora de emprender, dado que le puede dar un valor agregado a los productos o servicios que las emprendedoras ofrezcan, “Ventas/Marketing/Comercialización” posee también un 19,39%, este tema muy importante que las emprendedoras manejen, debido a que con ciertas habilidades de esta área podrán aumentar sus ventas y mejorar el cómo publicitan sus productos o servicios, otra área donde señalaron las emprendedoras que requieren algún tipo de apoyo es “Gestión

y Administración” con un 18,37%, esta área al mejorarla con algún tipo de apoyo, puede aportar en el sentido de optimizar los procesos que tienen en sus emprendimientos.

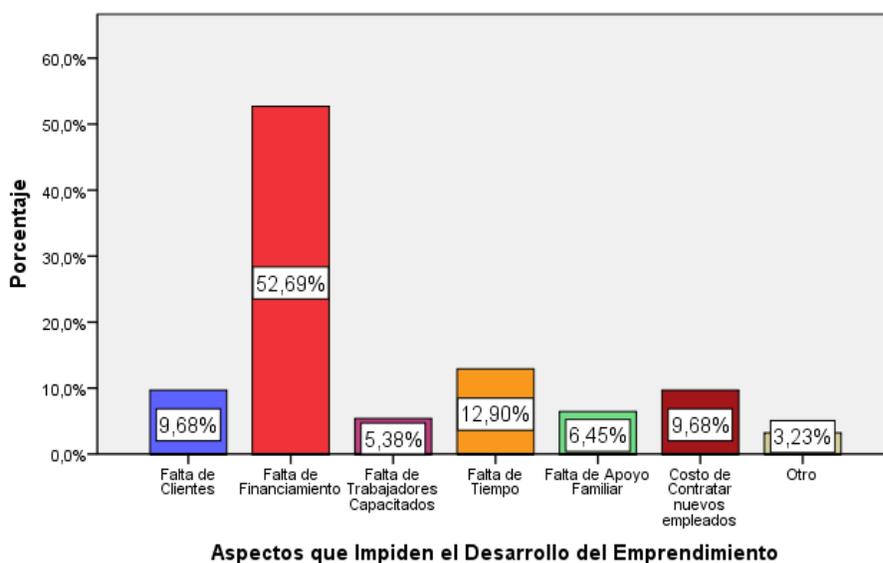
El área de “Tecnología/Computación/Informática” posee un 9,18%, esta área debiese ser la más importante para la mejoría de los emprendimientos de la provincia, debido a que las nuevas tecnologías deben ser utilizadas por las emprendedoras, las cuales no aprovechan los recursos computacionales, si las utilizaran podrían facilitar la administración, la comercialización y todos los aspectos señalados en este apartado, dado a la gran cantidad de información que se puede recopilar por “internet”. Debido a esto se cree que el tema más importante y donde más requieren apoyo las emprendedoras es en este tema.

Un tema que las emprendedoras consideraron importante fue el “Idiomas”, ellas señalaron en un 7,14% que requieren algún tipo de apoyo en este área, principalmente lo vieron como un conocimiento extra para poder comunicarse u proyectar sus productos a un nivel más internacional, lo que puede ser importante si es que las emprendedoras del mismo rubro generan algún tipo de organización en el cual pudiesen exportar sus productos de forma colectiva u individual. El último apartado que señalaron las emprendedoras fue “Seguridad/Prevención de Riesgos” con un 1,02%, este tema es considerado poco importante para las emprendedoras de la provincia, principalmente porque los emprendimientos no son altamente peligrosos, ya que sus rubros son más artesanales u comerciales.

#### **4.4.2. Aspectos que Impiden el Emprendimiento**

Diversas pueden ser las razones que impiden el desarrollo de un emprendimiento, por esta razón se les consulto a las emprendedoras cuales eran según su parecer los factores que impiden el progreso de sus negocios.

**Cuadro N°47: Aspectos que Impiden Emprendimiento Provincia de Ñuble**



**Fuente: Elaboración Propia**

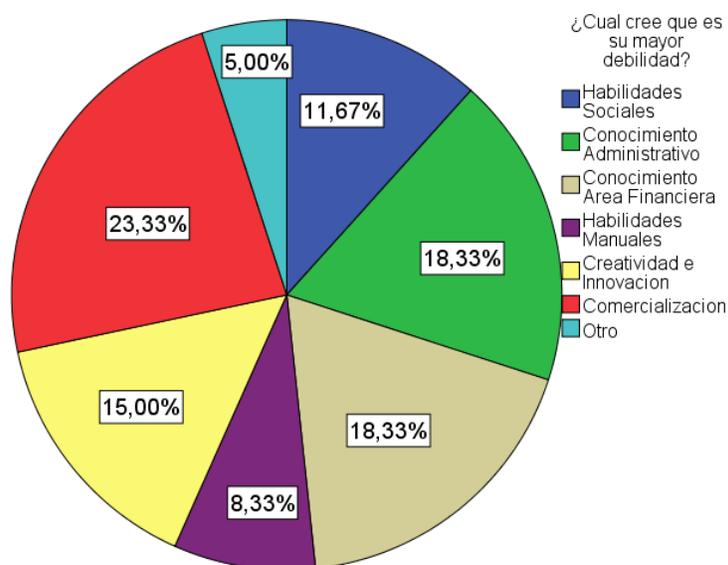
Según la percepción de las emprendedoras consultadas, estas señalaron que el principal problema que le impide el desarrollo o la proyección de su emprendimiento es la “Falta de Financiamiento” como se puede apreciar en el cuadro N°47 este apartado tiene un 52,69% de las preferencias, la falta de dinero para poder invertir en maquinaria, materias primas, materiales u otro aspecto hace imposible que las emprendedoras puedan surgir y las obliga a mantener una oferta de productos aunque su demanda sea mayor, el segundo apartado que señalaron las emprendedoras de la provincia que le impiden el desarrollo de sus emprendimientos es la “Falta de Tiempo” con un 12,9%, esto se debe principalmente a que las mujeres de la provincia deben lidiar con los quehaceres de la casa, el cuidado de los niños, entre otros aspectos, lo que conlleva a que deban dejar de lado el emprendimiento. En relación a la “Falta de Clientes” las emprendedoras señalaron solo un 9,68% que esto les impide el desarrollo de sus emprendimiento, esto quiere decir que las emprendedoras tiene una demanda estable de sus productos o servicios, el “Costo de contratar nuevos empleados” presento un 9,68%, esto va en directa relación con la falta de financiamiento que presentan las emprendedoras, ya que al no poseer dinero no pueden contratar nuevos empleados.

Uno de los apartados que llama la atención es el de “Falta de apoyo familiar” el cual cuenta con un 6,45%, se esperaba que esto sería más determinante en la investigación, sin embargo las emprendedoras señalaron que no es un impedimento para el desarrollo de sus emprendimientos, cabe señalar que más del 50% de las emprendedoras es “soltera”, por lo tanto no tienen que depender de otras personas para realizar sus emprendimientos, el tema de “Falta de empleados capacitados” presento un 5,38%, lo que quiere decir que las personas que poseen trabajadores están relativamente satisfecho con las capacidades que estos poseen, el tema “Otro” presento un 3,23%.

#### 4.4.3 Debilidades y Fortalezas Emprendedoras

Los diferentes características de las emprendedoras hacen ver porque los emprendimientos de algunas se desarrollan de una mejor manera que los de otras, al conocer sus características propias se puede comprender de una mejor manera porque sucede esto. Por esta razón las emprendedoras fueron consultadas por cuales según ellas eran sus principales debilidades y fortalezas, esto con el fin de recabar la información necesaria para una mejora en el desarrollo de los emprendimiento.

**Cuadro N°48: Debilidades Emprendedoras Provincia de Ñuble**

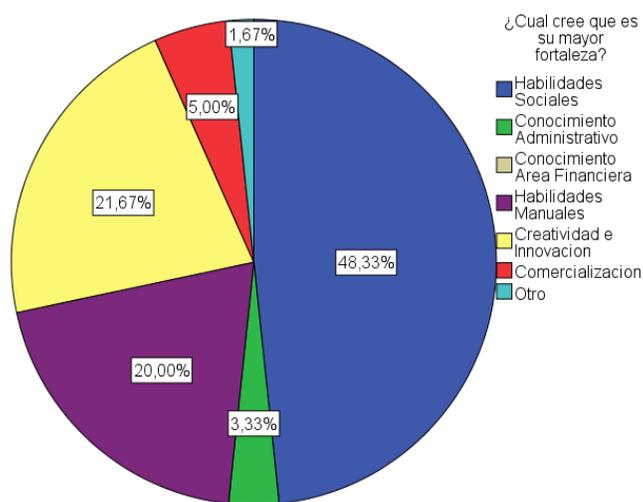


**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede observar en el gráfico N°48 la principal debilidad que dijeron las emprendedoras poseer es la “Comercialización” con un 23,33%, este tema es necesario mejorarlo para así poder tener un mayor desarrollo de los emprendimientos de la provincia, las cuales podrán vender sus productos en mayor cuantía si es mejorada esta debilidad, la segunda debilidad que dijeron las emprendedoras poseer son los “Conocimientos de Administración” y “Conocimientos Financieros” con un 18,33% cada uno, estos temas debiesen ser mejorados para una mejor gestión interna de los emprendimientos.

El tema “Creatividad e Innovación” presentó un 15%, por lo que se puede deducir que las emprendedoras requieren apoyo en cuanto a cómo mejorar o innovar sus productos o servicios, si esto se logra se agregaría valor a los emprendimientos. Se puede observar que el área de “Habilidades Sociales” tiene un 11,67%, este aspecto se cree ser el más importante a la hora de emprender, dado que la buena atención de público y las constantes comunicaciones con otras personas hacen que poseer buenas habilidades sociales ayuden a generar lazos y confianza con las personas que ayudan de una u otra manera al emprendimiento (sean estos clientes o proveedores), el tema de “Habilidades Manuales” (8,33%) se esperaba que fuese uno de los más bajos en cuanto a debilidades, dado a la gran cantidad de emprendimientos relacionados con la artesanía y las confecciones, el área “Otros” fue señalado en un 5%.

**Cuadro N°49: Fortalezas Emprendedoras Provincia de Ñuble**



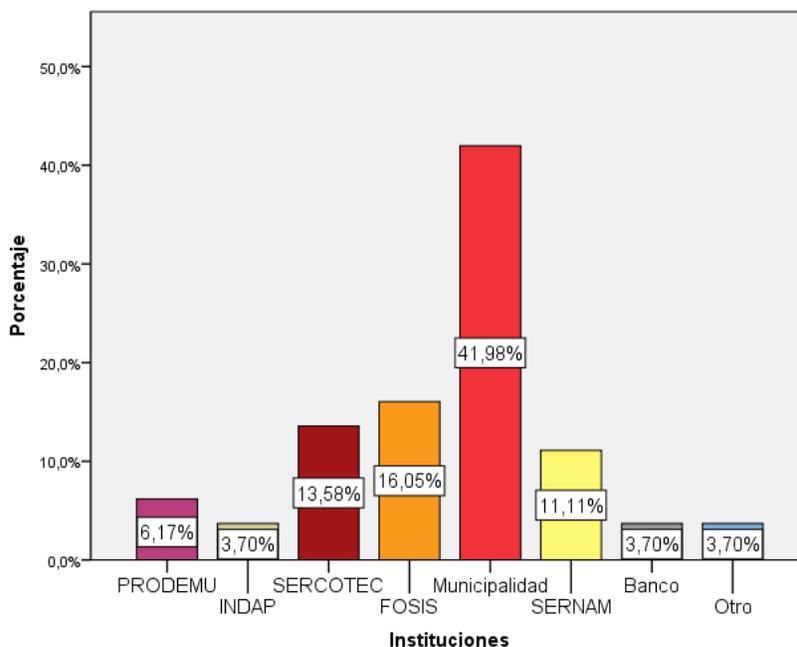
**Fuente: Elaboración Propia**

En relación al cuadro N°49 en donde se señalan las fortalezas que poseen las emprendedoras en la provincia de Ñuble, se puede observar que el área de mayor porcentaje es el relacionado con “Habilidades Sociales” con un 48,33%, por lo tanto se puede deducir que las personas tienen las habilidades de comunicación y empatía bien arraigadas en sus personalidades, esto es un beneficio para las emprendedoras, ya que deben comunicarse continuamente con diferentes personas, el segundo apartado con mayor cantidad es el del “Creatividad e Innovación” (21,67%), esta fortaleza es importante a la hora de desarrollar los emprendimientos, ya que los productos o servicios que ofrecen en ellos pueden tomar un valor agregado al ser creativos o innovador, un 20% señaló que su fortaleza son las “Habilidades Manuales”, era de esperarse un porcentaje elevado en este ámbito, debido a los diferentes rubros que predominan en la provincia, un 5% señaló que su fortaleza es la “Comercialización”, el apartado “Conocimientos de Administración” obtuvo un 3,33% de las preferencias y el tema “Otro” que señala un tipo de fortaleza que no estaba estipulado en el cuadro tubo un 1,67%.

#### **4.4.4. Organismos de Apoyo al Emprendimiento**

A las emprendedoras se les consulto cuales eran las instituciones a las cuales requieren algún tipo de información u apoyo para sus emprendimientos, con el fin de recabar información respecto a que instituciones debiesen concentrar más tipos de ayudas para las emprendedoras.

**Cuadro N°50: Instituciones Consultadas por las Emprendedoras, Provincia de Ñuble**



**Fuente: Elaboración Propia**

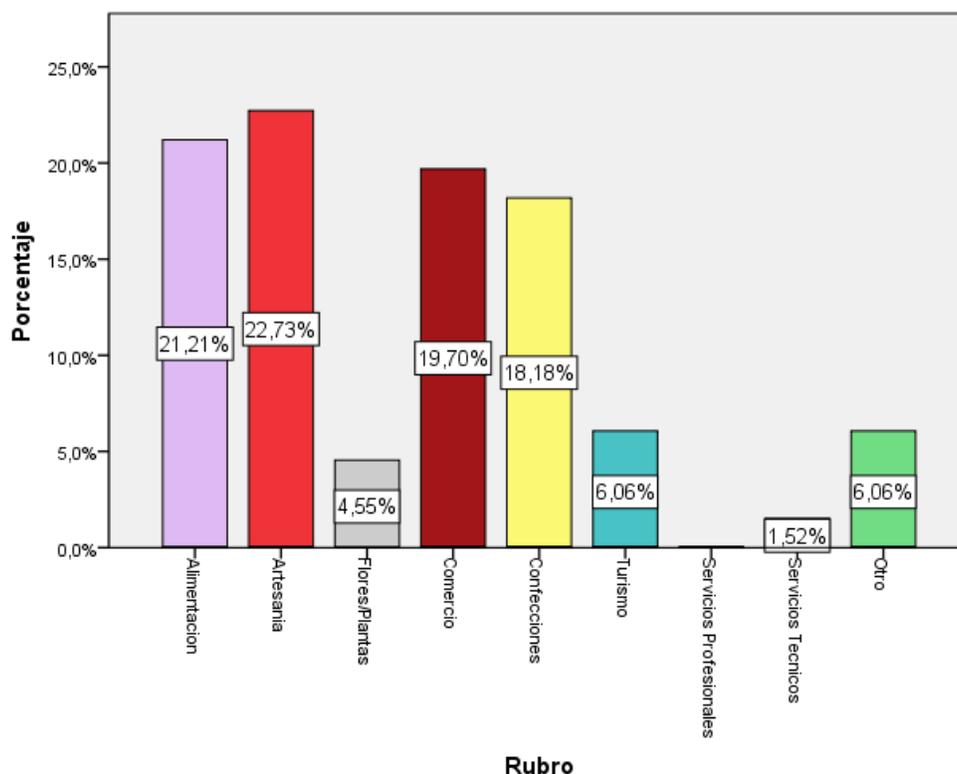
Como se puede observar en el cuadro anterior (N°50) respecto a las instituciones consultadas, el 41,98% de las emprendedoras señalaron que se han acercado a solicitar información u apoyo a las “Municipalidades” respectivas para cada comuna, con un 16,05% al “FOSIS” y con un 13,58% a “SERCOTEC”, ambas instituciones poseen gran cantidad de fondos concursables en donde las emprendedoras pueden postular, el “SERNAM” obtuvo solo un 11,11%, cifra bastante baja considerando que es uno de los organismos encargados del tema “mujer” y que debiese ayudar en mayor cuantía a las emprendedoras, 6,17% señalaron que se acercó a “PRODEMU” para solicitar ayuda, el “Banco” y “INDAP” tuvieron un 3,7% cada uno, “Otro” tipo de instituciones obtuvo un 3,7%.

#### **4.4.5. Nichos Productivos**

Como se explicó en el marco teórico, para términos de la investigación se definió “Nichos Productivos” como el rubro en el cual se desarrollan los emprendimientos de la provincia

de Ñuble, la investigación además busca analizar las aspiraciones que tienen las mujeres de la provincia de Ñuble en relación al emprendimiento, por esta razón se les consulto cuál sería su emprendimiento “soñado” si no tuviesen ningún tipo de barrera para hacerlo (económica, familiar, tiempo, etc.) o el rubro en el cual se desarrollaría dicho emprendimiento.

**Cuadro N°51: Nichos Productivos Emprendimiento Provincia de Ñuble**

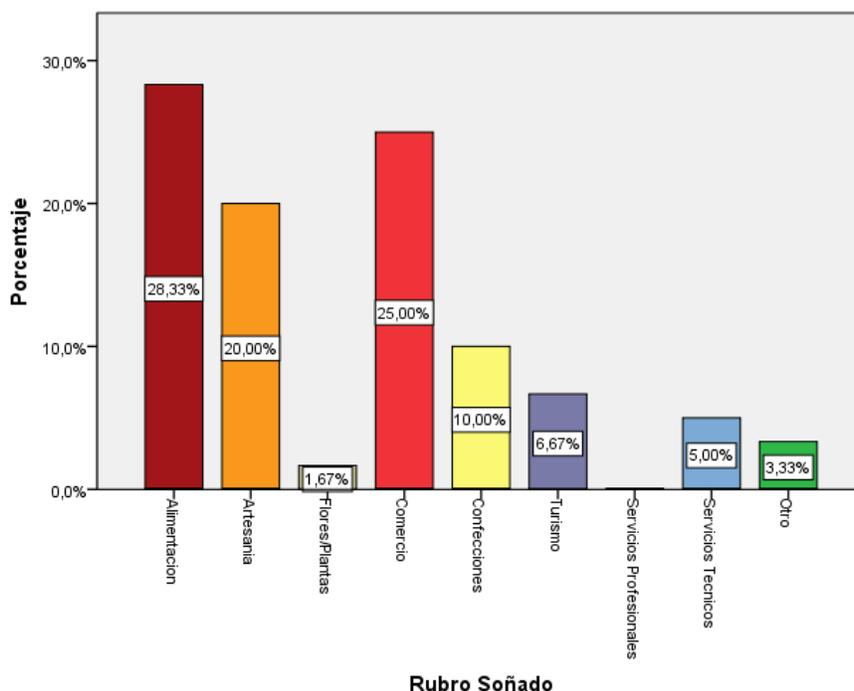


**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede observar en el cuadro N°51 los rubros con mayor presencia en la provincia de Ñuble son “Artesanía” (22,73%), “Alimentación” con un 21,21%, “Comercio” obteniendo un 19,7% y seguidos muy de cerca por el rubro “Confecciones” con un 18,18%, estos rubros destacan en el gráfico en comparación a los demás, estos son rubros que requieren habilidades manuales (Artesanía y Confecciones preferentemente), las cuales en apartados anteriores, fueron señaladas como una fortaleza por las emprendedoras.

Analizando los demás rubros en que se desarrollaron los emprendimientos de la provincia de Ñuble, encontramos el rubro “Turismo” con un 6,06%, y “Otro” con la misma cantidad (6,06%), los rubros con menor presencia en la provincia son “Flores/Plantas” con un 4,55% y Servicios Técnicos con 1,52%.

**Cuadro N°52: Rubro Soñado Emprendedoras Provincia de Ñuble**



**Fuente: Elaboración Propia**

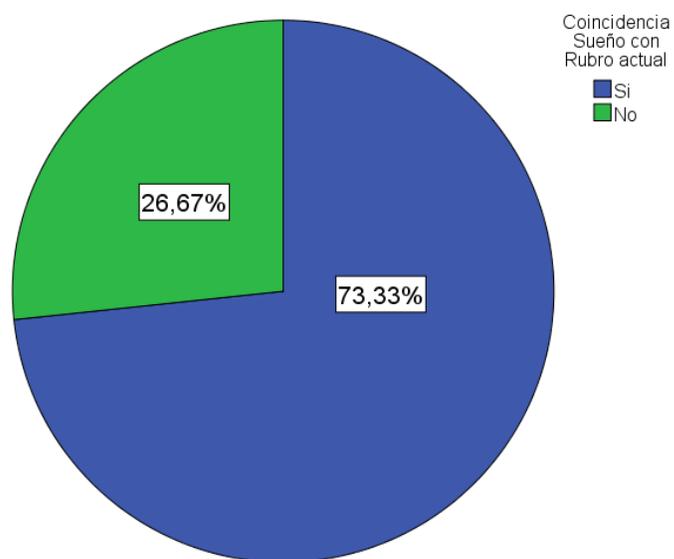
Como se señaló anteriormente, se consultó a las emprendedoras cuál sería su emprendimiento si no tuvieran ningún tipo de barrera para hacerlo, las cuales contestaron diferentes ideas de negocios que tenían destacando las más innovadoras como negocios ecológicos, alimentación saludable, tortas y pasteles con diseños novedosos, ecoturismo, entre otras ideas de negocios que tenían, lo que da a entender que las emprendedoras de la provincia de Ñuble poseen ideas de negocio creativas e innovadoras las cuales podrían ser rentables, lo malo es que muchas veces estas ideas solo quedan en eso por el poco financiamiento que poseen las emprendedoras de la provincia, lo cual les retrae de emprender estos negocios, consultándolo con ellas señalaron que endeudarse no era una vía

de financiamiento que prefirieran para realizar estos “sueños”, debido al alto riesgo que podían correr si el negocio no funcionaba.

En relación al rubro soñado que tienen las emprendedoras de la provincia de Ñuble, es posible señalar al observar el cuadro N°52, el rubro “Alimentación” es el que posee la mayor cantidad de preferencia con un 28,33%, seguido por “Comercio” con un 25%, luego de ellos el rubro “Artesanía” con 20%, destaca el hecho que los rubros soñados sean en proporción los mismos que en el que actualmente se desempeñan, “Confecciones” baja considerablemente en comparación al rubro actual con un 10% en el soñado, el que lo sigue es “Turismo” con un 6,67%, “Servicios Técnicos” con 5%, “Otros” 3,33% y “Flores/Plantas” con un 1,67%.

A pesar de que muchas emprendedoras soñaban con emprendimientos innovadores o creativos, la gran mayoría de las encuestadas señalaron que su sueño era poseer un local propio en donde vender sus productos, esto debido a que muchas de las encuestadas eran comerciantes ambulantes.

**Cuadro N°53: Coincidencia Rubro con Rubro Soñado, Emprendedoras Provincia de Ñuble**



**Fuente: Elaboración Propia**

Para un análisis más completo en la investigación, se señaló cuantos de los emprendimientos coincide con el emprendimiento soñado en relación a sus rubros, como es posible observar en el cuadro anterior (N°53), el 73,33% de las encuestadas señalo que sus emprendimientos soñado coincide con sus emprendimientos actuales y un 26,67% realizaría una actividad diferente a sus emprendimientos actuales. Esto da a entender que muchas de las mujeres emprendedoras de la provincia, no quieren realizar algo diferente a lo que ya están haciendo en sus emprendimientos.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIÓN**

En este apartado se darán a conocer las principales conclusiones de la investigación asociada a la identificación de nichos productivos para el desarrollo de microemprendimientos femeninos en la provincia de Ñuble, haciendo un repaso por los objetivos específicos de la investigación al objetivo general.

### **5.1. Conclusión Específica por Objetivo**

Con el fin de obtener información respecto a cómo se desarrollan las emprendedoras en el país, se analizaron las políticas públicas en base al emprendimiento con perspectiva de género. En el cual se encontraron diferentes instituciones que apoyan al desarrollo del emprendimiento femenino, además de una página web exclusiva para las mujeres emprendedoras, en la cual se puede encontrar información sobre los diferentes programas y fondos concursables dirigidos a estas, en la que se pueden encontrar información sobre como postular, los requisitos y en que aporta a las emprendedoras. Destacando los fondos Capital Abeja Empresas, Capital Abaje para Ideas de Negocios y Capital Abeja para Empresas con Menos de un Año, además de los programas de apoyo a las emprendedoras como lo son el Programa Emprendimiento Femenino, Programa Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar, Proyecto Asociativo para la Microempresa y la Modernización de Ferias Libres. Esta información está disponible para todas las personas que visiten la página web “Guía de Oportunidades”.

En la región del Bío Bío podemos encontrar una estructura productiva ligada a la silvoagricultura, en el cual se destacan los sectores Frutícolas, Silvícola y Pecuario. En relación al desempleo que afecta la región, en el año 2013 este llegó a un 7,9%. Por consiguiente, podemos señalar que la provincia de Ñuble posee una dependencia a la agricultura como lo señaló Fawaz (2011) que dice “Ñuble es una provincia de alta ruralidad y con una actividad económica en que la rama agropecuaria tiene preeminencia. Forma parte de una región predominantemente urbana, y que en términos globales aparece con características diferentes, principalmente por el peso urbano de la provincia de Concepción. La estructura productiva regional es congruente con lo anterior, ocupando la rama industrial el primer lugar dentro de ella, ubicándose luego el sector servicios y en tercer lugar la agricultura (incluyendo silvicultura y caza), lugar que ocupa también en la generación de empleos.”, por lo que podemos comprender que Ñuble posee poca diversidad de sectores económicos, lo que dificulta el desarrollo de la provincia.

La investigación logró caracterizar a las emprendedoras del sector urbano y del sector rural, lo que hará que se comprenda de una manera adecuada el comportamiento de ellas. Se destacan diferencias en cuanto a estado civil de las emprendedoras, en la cual se encontró que las mujeres del sector urbano son en su mayoría casadas y las emprendedoras del sector rural solteras, otra diferencia que se pudo identificar fue el rubro en el cual desarrollan sus emprendimientos, los que se desarrollan principalmente en los sectores Alimentación, Artesanía y Comercio en el caso del sector urbano y Alimentación, Artesanía y Confecciones en el sector rural. A pesar de estas diferencias, se encontraron mayor cantidad de similitudes, rango de edad, cantidad de hijos, nivel educacional, nivel de ingresos, antigüedad, entre otros aspectos, fueron aspectos que compartían entre sí. Cabe señalar que con esta información se espera una mejor toma de decisiones en relación a las políticas públicas desarrolladas por el gobierno de turno.

## **5.2. Conclusiones Generales**

En el transcurso de la investigación, se logró conocer la realidad de las emprendedoras de la provincia de Ñuble, haciendo un análisis general en cuanto al tema emprendimiento,

llegando a uno específico, como lo es detectar los nichos productivos en los cuales se desarrollan los emprendimientos. Por lo tanto la investigación hace un análisis amplio en relación al emprendimiento femenino de la provincia, con ello se logró cumplir el objetivo general de la investigación, el cual comprendía en la identificación de nichos productivos en el cual se pudiesen desarrollar microemprendimientos femeninos en la provincia de Ñuble.

Los nichos productivos detectados y en donde las emprendedoras pueden desarrollarse, son los rubros de Alimentación, Artesanía y Comercio siendo las 3 áreas en donde mayor se desarrollan los emprendimientos femeninos de la provincia de Ñuble.

Uno de los aspectos destacados de la investigación, fue el poder compartir y conocer a las mujeres emprendedoras de la provincia de Ñuble, que se mostraban con mucho ánimo de poder surgir y desarrollar sus emprendimientos de una mejor manera, cabe señalar que las mujeres emprendedoras encuestadas son en una gran proporción vendedoras ambulantes, muchas de estas emprendedoras señalaron que su sueño era poder iniciar actividades en el Servicio de Impuestos Internos, pero principalmente señalaron que les gustaría tener un local establecido en donde vender sus productos, por lo que se puede sugerir realizar algún tipo de feria o habilitar un espacio para las emprendedoras que necesiten tener un lugar.

Se recomienda mejorar y capacitar a las emprendedoras en las nuevas tecnologías, las cuales señalaron que no manejaban y requerían ayuda de sus hijos principalmente para realizar diferentes labores computacionales, el internet es un medio de comunicación bastante nuevo para las emprendedoras pero que debiesen aprovechar, utilizar además las redes sociales que son plataformas virtuales gratuitas, para dar a conocer sus productos o servicios. Otro de los aspectos a mejorar es el apoyo más personal que se le da a las emprendedoras, muchas de ellas más personalmente comentaron que tenían problemas de diferente índole (violencia intrafamiliar, problemas de salud, entre otros) y muchas veces ven en el emprendimiento una manera de poder desconectarse de los problemas que las aquejan.

Cabe señalar que las emprendedoras de la provincia de Ñuble tienen las ganas y el deseo de surgir, pero que necesitan algún tipo de apoyo para lograrlo, el participar en diferentes programas de gobierno son algunas de las vías que utilizan las emprendedoras para poder mejorar sus emprendimientos, señalando el programa “Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar” en el cual les brinda conocimientos en relación a temas de administración, contabilidad, marketing, entre otros.

### **5.3. Limitaciones**

En este apartado se dará a conocer algunas de las limitaciones que tubo esta investigación, señalando las siguientes:

- Carencia de información respecto al emprendimiento por sectores (urbano – rural) y del desarrollo de emprendimiento a nivel provincial.
- Falta de accesibilidad a las mujeres del programa “Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar” por parte de algunas comunas.
- Desinterés por parte de las emprendedoras a ser partícipes de la investigación
- Difícil acceso a las emprendedoras del sector rural.
- Falta de tiempo por parte del autor, para lograr un mejor resultado en la muestra de la investigación

Entre otros aspectos que limitaron el normal desarrollo de la investigación descrita.

### **5.4. Recomendaciones**

Al realizar una investigación, siempre se desea que haya una mejora de la misma; por lo tanto se recomienda a futuros investigadores que tengan interés en este tema, que logren una muestra más amplia a la tomada y que no solo se enfoquen en las emprendedoras que participan del programa “Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar” si no a todas las mujeres que sean emprendedoras de una u otra manera. Otro aspecto recomendable, es que si se

trabajara con entidades gubernamentales, como lo fue el SERNAM en este caso, se posea de bastante tiempo, dado que intentar solicitar algún tipo de ayuda a las coordinadoras de alguno de los programas de gobierno, puede resultar una tarea difícil.

Otra recomendación o comentario, es que si se quiere realizar una investigación de esta índole que ayude a las personas de una u otra forma, se realice pensando en ello y no por cumplir con algún trabajo o nota, tomarse el tiempo de conversar con las emprendedoras, independientemente que lo que hablen tenga o no que ver con la investigación, en muchos casos estas mujeres participan en los programas de gobierno para poder salir de la casa y del encierro que viven, unas palabras le alegraran el día.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Austin, J., Stevenson, H. y Wei-Skill-ern, J. (2006, enero). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30(1), 1-22.
2. Banco Central (2014). Estadísticas Económicas. Recuperado de <http://www.bcentral.cl/estadisticas-economicas/>
3. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (2010). Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal. Banco Mundial. Recuperado de [http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro\\_Mujeres\\_Empresarias.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf)
4. Banco Mundial (2011). Gender equality and development. *World development report 2012*.
5. Banco Mundial (2014). Datos “Chile”. Recuperado de <http://datos.bancomundial.org/pais/chile>
6. Berdegué, J. A (2014). Programa Dinámicas Territoriales Rurales. Chile. Recuperado de <http://www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2014/03/comunas-rurales-chile.pdf>
7. Cantillon, R., [1755], Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general, Fondo de Cultura Económica, Recuperado de [http://www.eumed.net/cursecon/economistas/textos/cantillon\\_Naturaleza.htm](http://www.eumed.net/cursecon/economistas/textos/cantillon_Naturaleza.htm)
8. Casson, M. C. (1982). *The entrepreneur. An economic theory*. Oxford: Martin Robertson. Recuperado de <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vo-0aXjiLcoC&oi=fnd&pg=PR10&dq=The+entrepreneur.+An+economic+theory&ots=3-IB62FIRM&sig=1GbJwyimsgM8HX7ALYRW8dmurho#v=onepage&q=The%20entrepreneur.%20An%20economic%20theory&f=false>
9. Castillo, A. (1999) Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. En: *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Santiago, Chile: Intec Chile.
10. Dearlove, D. (2004). Interview: Jeff Skoll. *Business Strategy Review*, 15(2), 51-53

11. Fawaz, M.J (2005). Características de la nueva rurales en Chile. Reflexiones a partir de la provincia de Ñuble, Región del Bío Bío, Chile. Recuperado de <http://cederul.unizar.es/chile5/libro/03.htm>
12. Fielden, S. L., Davidson, M.J., Dawe, A.J. Y Makin, P.J. (2003); «Factors inhibiting the economic growth of female owned small businesses in North West England». *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 10, n° 2, pp.152-166.
13. Greve, A. (1995): «Networks and Entrepreneurship – an Analysis of Social Relations, Occupational Background, and the Use of Contacts During the Establishment Process». *Scandinavian Journal of Management*, vol.11, n° 1, pp. 1-24
14. Guerra M. y Pizarro, O. (2011) (eds). *Mujer y creación de empresas de alto impacto: comprendiendo diferencias y su aporte a la economía*. Universidad del Desarrollo y Programa Chile Emprendedoras: Santiago, Chile.
15. Guía de Oportunidades. Mujeres. Gobierno de Chile. Recuperado de <http://guiadeoportunidades.gob.cl/tag/mujeres/>
16. Harding, R. (2004). Social Enterprise: The New Economic Engine? *Business Strategy Review*, 15(4), 539-43.
17. Instituto de Desarrollo Agropecuario (2014). *Política Nacional de Desarrollo Rural*. Chile. Recuperado de <http://www.indap.gob.cl/extras/politica-nacional-desarrollo-rural.pdf>
18. Instituto Nacional de Estadísticas (2013). *Informe Económico Regional*. Chile. Recuperado de [http://www.ine.cl/canales/chile\\_estadistico/territorio/iner/2013/IER\\_IV\\_trimestre\\_2013.pdf](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/territorio/iner/2013/IER_IV_trimestre_2013.pdf)
19. Instituto Nacional de Estadísticas (s.f). *Económicas “Productos Estadísticos”*. Chile. Recuperado de [http://www.ine.cl/canales/chile\\_estadistico/familias/economicas.php](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/familias/economicas.php)
20. Kantis H., Ishida M.,y Komori M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia*, Washington, Banco Interamericano de Desarrollo.
21. Metz, I. Y Tharenou, P. (2001): «Women’s Career Advancement: The Relative Contribution of Human and Social Capital». *Group & Organization Management*, vol. 26, n° 3, pp. 312-342

22. Observatorio Empresas (2012). Primera Encuesta Longitudinal de Empresas. Gobierno de Chile, Chile. Recuperado de <http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Informe-resultados-ELE1.pdf>
23. Olsen, H. (2004, mayo). The Resurgence of Social Entrepreneurship. *Fraser Forum*, 21-22
24. Philip Kotler (2002), Dirección de Marketing Conceptos Esenciales, Primera Edición, Prentice Hall, 2002, Pág. 144
25. Renzulli, L. (1998): «Small Business Owners, Their Networks, and the Process of Resource Acquisition», Department of Sociology, University of North Carolina at Chapel Hill. Master's thesis
26. Roberts, D. y Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51
27. Schumpeter, J. A. (1942, 1950). *Capitalism, socialism and democracy*. 3ª ed., New York, Harper & Brothers. Recuperado de <http://www.imil.org.br/wp-content/uploads/2013/01/Capitalismo-socialismo-e-democracia-Joseph-A.-Schumpeter.pdf>
28. Sullivan, D. (2007, febrero). Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support From Cities Make a Difference? *Academy of Management Perspectives*, 21(1), 77-78

# **ANEXO**

## ANEXO N°1: CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por objetivo conocer su percepción respecto a las características de las mujeres emprendedoras de la provincia de Ñuble, junto con conocer las principales actividades comerciales que son llevadas a cabo por dichas mujeres, con el propósito de recabar información para el diseño de políticas públicas con base al emprendimiento femenino.

Con el fin de enriquecer el presente estudio, solicitamos a usted contestar el siguiente cuestionario, cuya información sólo será utilizada con fines académicos y de carácter estrictamente reservado, el cual no le tomara más de 20 minutos. Marque con una X la celda correspondiente a su respuesta.

### Primera Parte: Identificación

				Fecha		12	2014	Folio	
Edad		Sexo	H	M	Comuna				
Cargo/Ocupación									
Urbano					Rural				

### Segunda Parte: Características Demográficas

#### 1. Indique ¿Cuál es su Nivel Educativo?

Básica Incompleta	
Básica Completa	
Media Incompleta	
Media Completa	
Universitaria Incompleta	
Universitaria Completa	
Universitaria con Postgrado	
Otro, por favor especificar cual	

#### 2. Indique ¿Cuál es su actual Estado Civil?

Soltera	
Casada	
Viuda	
Separada / Divorciada	
Conviviente	
Otro, por favor especificar cual	

#### 3. Indique ¿Usted tiene hijos/as?

Sí		No	
----	--	----	--

Nota: Si su Respuesta es Sí, pase a la pregunta siguiente, de lo contrario pase a la pregunta 5.

**4. Indique ¿Cuántos hijos tiene?**

	<b>M: Masculino F: Femenino</b>	<b>Edad</b>	<b>¿Viven en su hogar?</b>		<b>¿Depende Económicamente de Usted?</b>	
1 hijo/a			SI	NO	SI	NO
2 hijos/as			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
3 hijos/as			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
4 hijos/as			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
5 o más hijos/as			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO
			SI	NO	SI	NO

**5. Indique ¿Cuáles son los servicios básicos y equipamiento que posee en su hogar?(Puede Seleccionar más de 1)**

Luz	
Agua	
Alcantarillado	
Teléfono Fijo	
Teléfono Móvil (Celular)	
Internet	
Televisión por Cable o Satelital	
Todos los anteriores	
Otro, por favor especificar cual	

**6. Indique en ¿Cuál es su nivel de ingresos?**

	<b>Monto</b>	<b>Número de personas que habitan el hogar</b>
Menos de \$ 100.000		
\$100.001 - \$200.000		
\$200.001 - \$300.000		
\$300.001 - \$400.000		
\$400.001 - \$500.000		
\$500.001 - \$600.000		
\$600.001 - \$1.000.000		
\$1.000.001 - \$2.000.000		
\$2.000.001 o más		

**Tercera Parte: Habilidades Técnicas**

**6. ¿Sabe manejar Internet?**

Sí		No	
----	--	----	--

**7. ¿Sabe manejar correo electrónico (email)?**

Sí		No	
----	--	----	--

**8. ¿Sabe manejar procesador de texto WORD?**

Sí		No	
----	--	----	--

**9. ¿Sabe manejar planilla electrónica EXCEL?**

Sí		No	
----	--	----	--

**10. ¿Sabe manejar “redes sociales” (Facebook, twitter, Instagram, entre otras.)?**

Sí		No	
----	--	----	--

**Cuarta Parte: Características del Emprendimiento**

**12. Indique ¿Cuál es la razón por la cual usted decidió emprender?**

Necesidad monetaria	
Oportunidad del mercado	
Desarrollar habilidades personales	
Otro, por favor especificar cual	

**13. Indique ¿Hace cuantos años usted inicio su emprendimiento?**

Menos de 1 año	
Entre 1 a 3 años	
Entre 4 a 6 años	
Entre 7 a 9 años	
Entre 10 o más años	

**14. Indique ¿Su emprendimiento se encuentra formalización en el Servicio de Impuestos Internos?**

Sí		No	
----	--	----	--

Nota: Si su Respuesta es Sí, pase a la pregunta 15, de lo contrario pase a la pregunta 16

**15. Indique ¿Hace cuantos años tiene formalización en el Servicio de Impuestos Internos?**

Menos de 1 año	
Entre 1 a 3 años	
Entre 4 a 6 años	
Entre 7 a 9 años	
Entre 10 o más años	

**16. Indique ¿Cuántas Personas Trabajan en su emprendimiento, incluyéndose usted?**

1 persona (YO)	
Entre 2 y 4 personas	
Entre 4 y 6 personas	
Entre 6 y 10 personas	
Entre 10 o más personas	

**17. Indique ¿Cuál fue su método de financiamiento al iniciar su emprendimiento?**

Recursos Propios	
Créditos Bancarios	
Fondo Concursable	
Aporte Familiares	
Todas la anteriores	
Otro, por favor especificar cual	

Nota: Si selecciona “Fondos Concursables” pasar a la pregunta 18, de lo contrario continuar en la pregunta 19

**18. Señale cuál de los siguientes “Fondos Concursable” usted se ha adjudicado:**

Capital Abeja Empresas	
Capital Abeja para Empresas con Menos de un Año	
Capital Abeja para Ideas de Negocios	
Capital Semilla	
Otro, por favor especificar cual	

**19. Indique ¿Usted utiliza algún medio de comunicación para difundir o dar a conocer su negocio propio o emprendimiento?**

Sí		No	
----	--	----	--

Nota: Si su respuesta es “Si” pase a la pregunta 20, de lo contrario continúe en la pregunta 21

**20. Indicar ¿Cuál medio de comunicación usted utiliza para difundir o dar a conocer su negocio propio o emprendimiento?**

Internet	
Radio	
Afiches o panfletos	
Letreros	
Diarios	
Otro, favor indicar ¿cuál?	

**21. Señalar ¿En cuál de estas categorías de rubros se encuentra su negocio?**

<b>Alimentación</b> (elaboración de alimentos)	
<b>Artesanía</b> (actividades de naturaleza artesanal, aunque de diversas materias primas. Se incluyen manualidades)	
<b>Flores/Plantas</b> (actividades de producción de flores y plantas (viveros))	
<b>Comercio</b> (actividades de emprendimientos que solamente comercializan productos y no participan en el proceso productivo (EJ: bazar almacén, venta por catálogo.))	
<b>Confecciones</b> (textiles en ropas, cortinajes y prendas de uso doméstico)	
<b>Turismo</b> (servicios turísticos, hospedaje, transporte turístico, guías y otros relacionados al turismo)	
<b>Servicios Profesionales</b> (actividades profesionales de naturaleza administrativa, como contadora, corredora de propiedades, programadora, etc.)	
<b>Servicios Técnicos</b> (actividades de naturaleza manual, como podología, peluquería, costuras)	
<b>Otro</b> , por favor especificar cual	

**22. Indique, ¿En cuál de las siguientes áreas usted cree que requiere apoyo (Ejemplo: asesoría, capacitación, información, acompañamiento, orientación, etc.)?, para mejorar el desarrollo de su emprendimiento.**

	¿Requiere apoyo?		¿Tipo de apoyo?
Gestión y Administración	SI	No	
Finanzas / Contabilidad	SI	No	
Innovación / Mejoramiento productivo	SI	No	
Idiomas	SI	No	
Ventas/ Marketing / Comercialización	SI	No	
Tecnologías / Computación / Informática	SI	No	
Seguridad / Prevención de Riesgo	SI	No	
Otra, por favor especificar cual_____	SI	No	

**23. De la siguiente lista, indique tres de los aspectos más importantes que usted considera le impiden el desarrollo de su emprendimiento.**

Falta de Clientes	
Falta de Financiamiento	
Falta de Trabajadores capacitados	
Falta de Tiempo	
Falta de Apoyo Familiar	
Costo de contratar nuevos empleados	
Otra, por favor especificar cual	

**24. De acuerdo a su opinión, ¿Cuál cree que es su mayor debilidad?**

Habilidades Sociales (atención de público)	
Conocimiento en Administración	
Conocimiento en Área Financiera	
Habilidades Manuales	
Creatividad e Innovación	
Comercialización	
Otra, por favor especificar cual	

**25. De acuerdo a su opinión, ¿Cuál cree que es su mayor fortaleza?**

Habilidades Sociales (atención de público)	
Conocimiento en Administración	
Conocimiento en Área Financiera	
Habilidades Manuales	
Creatividad e Innovación	
Comercialización	
Otra, por favor especificar cual	

**26. Indique de acuerdo a las siguientes instituciones si ha recibido apoyo para su emprendimiento.**

	¿Ha solicitado algún tipo apoyo?		¿Ha recibido algún tipo apoyo?		Tipo de apoyo (Financiero asesoría, etc.)
	SI	No	SI	No	
PRODEMU	SI	No	SI	No	
INDAP	SI	No	SI	No	
SERCOTEC	SI	No	SI	No	
FOSIS	SI	No	SI	No	
Municipalidad	SI	No	SI	No	
SERNAM	SI	No	SI	No	
Banco	SI	No	SI	No	
Otro, por favor especificar cual	SI	No	SI	No	

**27. Si usted pudiese emprender un nuevo o su propio negocio, sin ningún tipo de restricción (económica, familiar, tiempo, etc.)**

**¿Qué le interesaría realizar? O ¿En qué rubro se desarrollaría dicho emprendimiento?**

**Gracias, por su valiosa colaboración**