

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
12/04/2015	EL SUR DE (CONCEPCION-CHILE)	10	2	MUJERES DE LA REGION PERCIBEN BUENAS OPORTUNIDADES PARA CREAR NEGOCIOS		

ESTUDIO GEM DE LA UDD REVELA ACTITUD DE LOS EMPRENDEDORES

Mujeres de la Región perciben buenas oportunidades para crear negocios

La participación femenina en la creación de nuevas empresas, en el país, es cada día más significativa.



“A nivel país se ha fomentado de manera sistemática el emprendimiento y en los últimos años hay un entorno pro-emprendimiento que favorece la creación de nuevas empresas”.

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
12/04/2015	EL SUR DE (CONCEPCION-CHILE)	10	3	MUJERES DE LA REGION PERCIBEN BUENAS OPORTUNIDADES PARA CREAR NEGOCIOS		

POR JAVIER MARTÍNEZ GUTIÉRREZ

JMARTINEZ@diarioelsurcl

Actualmente en el país, la participación femenina en la creación de nuevas empresas es cada día más significativa, no solo por la creciente cantidad de mujeres que deciden emprender sino, también, por la diversidad de dichos emprendimientos. Así lo demuestra el Reporte Global Entrepreneurship Monitor (GEM); Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile 2013-2014, que considera como emprendimiento femenino desde una pastelería hasta una empresa de biotecnología o un proyecto cultural.

El informe -elaborado por la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo- fue presentado hace unos días y comentado por la subsecretaria de Economía, Katia Trusich.

A su vez, dieron a conocer los resultados de este estudio el director del GEM Chile y director ejecutivo del Instituto de Emprendimiento de la UDD, José Ernesto Amorós; la directora de postgrado de la UDD, Olga Pizarro y la investigadora y académica de la misma casa de estudios, Katharina Kuschel.

Este reporte entregó los resultados del estado del emprendimiento encabezado por mujeres en Chile y una descripción del

contexto nacional e internacional de la actividad emprendedora.

MAYOR CONOCIMIENTO

En las mediciones de los años 2012, 2011 y 2010, en todas las regiones existió, por parte de los hombres, un mayor conocimiento de personas que han emprendido en los últimos años en comparación con las mujeres.

Para el caso del Biobío, existe una brecha de 11% entre hombre y mujer en cuanto a si cono-

ce personalmente a alguien que inició un negocio en los últimos años. Para el caso de los varones un 50% dice que sí y para las féminas un 39%.

Para el ítem si percibe buenas oportunidades para comenzar un negocio en los próximos 6 meses, las mujeres de la zona se igualan a los hombres con un 60% y el caso de si posee los conocimientos y habilidades para iniciar su propio negocio, las damas llegan al 52% y en relación al miedo al fracaso previene ini-

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
12/04/2015	EL SUR DE (CONCEPCION-CHILE)	10	4	MUJERES DE LA REGION PERCIBEN BUENAS OPORTUNIDADES PARA CREAR NEGOCIOS		

ciar un nuevo negocio, ellas llegan al 39%, 12 puntos más que los hombres.

Frente a este último esquema, el informe sostiene que es importante reconocer que, además de existir barreras culturales y del entorno para el emprendimiento, existen barreras internas que ellas mismas se autoimponen al momento de enfrentar la posibilidad de llevar a cabo un proyecto.

Eliminar o mitigar esas barreras internas podría tener un efec-

to mucho mayor que intentar promover el emprendimiento femenino desde las políticas públicas. La escasa confianza en las propias habilidades para desarrollar una actividad termina siendo, muchas veces, lo que pone fin a ideas y/o proyectos, que incluso nunca llegan a concretarse. Para superar este tipo de barreras, se puede tratar de incidir desde diversos frentes: a nivel personal, en el entorno más cercano (familiar o local), desde el frente cultural, sociológico y psicológico. Sin embargo, los esfuerzos para fomentar el emprendimiento, que pueden provenir desde el Estado o desde las instituciones de educación, no llegarán a buen término si en los propios hogares no se fortalece la confianza y las propias habilidades y no se comienza a validar el emprendimiento como una opción válida, factible y deseable para todos, independientemente del sexo.

En 2013, las dos excepciones fueron las regiones de Tarapacá y Araucanía, regiones básicamente dedicadas a la extracción de recursos naturales.

Se observa que las expectativas para iniciar un emprendimiento en los próximos 6 meses es muy similar entre hombres y mujeres para cada región, incluso habiendo ciertas regiones en que las mujeres parecieran estar más entusiastas a emprender.

PERCEPCIÓN

Otro aspecto es la percepción del emprendimiento como carrera deseable. Aquí, el 75% de las mujeres del Biobío lo ven factibles, frente al 66% de los hombres. La diferencia se aprecia cuando se habla de la tasa de actividad emprendedora, en etapas

iniciales y establecidas, donde solo el 17,7% de las féminas de la región lo ven así, lejos de los varones que llegan al 28%.

Respecto a la actividad emprendedora en etapas iniciales, la Región del Libertador Bernardo O'Higgins tiene la más alta tasa en hombres (38,5%) y, a su vez, la más baja tasa en mujeres (14,8%). Lo opuesto sucede en la Región de Atacama. Allí se reconoce la más baja tasa TEA del país para hombres (21,2%) y, al mismo tiempo, la más alta tasa para mujeres (24,6%).

La actividad emprendedora disminuye al analizar la actividad emprendedora establecida. La Región de la Araucanía tiene la más alta tasa en hombres (17,7%) y, la más baja, en Antofagasta (5,3%). Para mujeres, en la Región del Maule se observa la tasa más alta de actividad emprendedora establecida (9,5%) y, la más baja, en la Región del Libertador Bernardo O'Higgins (2,9%), lo que coincide con el TEA entre mujeres.

OPORTUNIDADES

Al igual que en años anteriores, GEM muestra que en todas las regiones donde se dispone de medición, los emprendedores hombres motivados por oportunidad

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
12/04/2015	EL SUR DE (CONCEPCION-CHILE)	11	2	MUJERES DE LA REGION PERCIBEN BUENAS OPORTUNIDADES PARA CREAR NEGOCIOS		

superan en proporción a las mujeres.

Para el caso del Biobío, los hombres superan el 60% y las mujeres llegan solo al 38%. La situación es prácticamente la misma cuando emprendedores(as) están en etapas iniciales motivados por necesidad. En términos generales, se observa que en los emprendimientos en etapas iniciales, el sector que predomina es el orientado al consumidor final (72,7%), que incluye: restaurantes, ventas al por menor, de alimentos, ropa, accesorios, kioscos, peluquerías, servicios hoteleros y turísticos, entre otros.

En los extremos, es posible apreciar que, en 2013, las regiones del norte grande, esto es Atacama y Arica y Parinacota, existe la mayor igualdad entre géneros de emprendimientos por oportunidad entre hombres y mujeres. Como ejemplo, en la Región de Atacama la proporción es 52% en hombres y 48% en mujeres.

Según el estudio en Chile, el 25,5% de las mujeres económicamente activas se declaran emprendedoras. De ellas, el 19% se considera en etapa inicial, es decir dueñas de negocios de menos de 42 meses y un 6,5% como una emprendedora establecida, con un negocio que ha sobrepasado los 3,5 años de funcionamiento. En el 2005 sólo un 10% se declaraban emprendedoras.

Este aumento en la cantidad de mujeres emprendedoras se explicaría principalmente por tres razones, según los académicos de la Universidad del Desarrollo y co-autores del GEM Mujer. "La primera, a nivel país se ha fomentado de manera sistemática el emprendimiento y en los últi-

mos años hay un entorno pro-emprendimiento que favorece la creación de nuevas empresas", señaló Amorós.

Otra razón es el hecho de que a través de un emprendimiento las mujeres logran mayor flexibilidad horaria, lo que sería más compatible con la dedicación a los hijos; y por último, que el acceso a las nuevas tecnologías ha facilitado los emprendimientos, porque por ejemplo, es más factible ofrecer productos y servicios vía online.

El GEM muestra que el perfil de la emprendedora chilena es de una mujer de 39 años en promedio, en el caso de las emprendedoras iniciales, y de 44 años, en el caso de emprendedoras establecidas. Ambos grupos poseen estudios secundarios finalizados y se enfocan hacia la venta de productos o servicios.

Según Amorós, las emprendedoras con educación superior tienden a desarrollar negocios más competitivos y de mayor valor añadido como servicios profesionales.

Otro indicador que reveló el estudio es que la mayoría de las emprendedoras declara tener entre 1 y 5 trabajadores en sus negocios. Asimismo, un 65,6% de las emprendedoras iniciales y 57,4% de las emprendedoras establecidas, tienen expectativas de contratar entre uno a cinco empleados en el futuro.

En relación a esto, los coautores del GEM enfatizan en que los emprendimientos liderados por mujeres están considerando emplear trabajadores, lo que significa que esas empresas están formalizadas, tienen expectativas de crecimiento y de estabilidad.

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
12/04/2015	EL SUR DE (CONCEPCION-CHILE)	11	3	MUJERES DE LA REGION PERCIBEN BUENAS OPORTUNIDADES PARA CREAR NEGOCIOS		

Las 10 características de la emprendedoras en Chile

10 SUS PERCEPCIONES

Un 52,9% de las mujeres piensa que posee los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio.

9 SUS EXPECTATIVAS

El 57,4% de las empresas en etapas iniciales y el 61,9% de las establecidas declaran tener algún grado de expansión de mercado, pero sin usar tecnologías.

8 SUS CONSUMIDORES

Un 53,6% de las emprendedoras en etapas iniciales considera que sus productos son nuevos para todos sus clientes. En el caso de las establecidas, están cifra corresponde a 38,5%.

7 ESTRATOS SOCIOECONÓMICOS

El mayor porcentaje de mujeres emprendedoras pertenece a los estratos socioeconómicos D y C3.

6 EMPLEO

La mayor parte de las emprendedoras se declara autoempleadas.

5 SECTOR DE ACTIVIDAD

Un 72,2% de las mujeres emprendedoras en etapas iniciales y un 64,29% en etapas establecidas poseen emprendimientos que se originan al consumidor final.

1 ¿CUÁNTOS SON?

Se estima que el 25,5% de las mujeres en edad adulta (18-64 AÑOS) están directamente relacionadas con una actividad emprendedora.

2 EDAD

El promedio de edad de las emprendedoras iniciales es de 30 años y, en establecidas, es de 44 años.

3 ESCOLARIDAD

La mayoría de las emprendedoras tiene estudios secundarios finalizados.

4 MOTIVACIÓN

Las mujeres emprenden, mayoritariamente, por oportunidad.



