



Global Entrepreneurship Monitor

MUJERES Y
ACTIVIDAD
EMPREENDEDORA
CHILE

José Ernesto Amorós
Olga Pizarro Stiepović



2005/2006

Universidad del
Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

UAI
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ | ESCUELA DE NEGOCIOS



*Global Entrepreneurship Monitor
Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2005 / 2006
Primera Edición. Julio de 2006.*

Ediciones Universidad Del Desarrollo

*Registro De Propiedad Intelectual
Inscripción N° 155386
Santiago – Chile*

*ISBN: 956-7961-09-3
Diagramación : Virginia Pavez Juárez
Fotografía portada: Patricio Cortés ©*

*Impreso en Chile / Printed in Chile
Imprenta Salesianos S.A.
General Gana 1486
Santiago Chile
Fecha impresión 20 de julio de 2006*



Los datos utilizados en este estudio provienen del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, consorcio que el año 2005 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Islandia, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, México, Noruega, Nueva Zelanda, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia y Venezuela. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros, están publicados en el *Global Entrepreneurship Monitor 2005 Report*, el que puede ser descargado en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2005 / 2006

*José Ernesto Amorós
Universidad del Desarrollo*

*Olga Pizarro Stieповić
Universidad del Desarrollo*

Los autores agradecen la valiosa ayuda de Germán Echeopar del Centro de Entrepreneurship de la Universidad Adolfo Ibáñez, de Patricio Cortés del Centro para el Emprendimiento y la Innovación de la Universidad del Desarrollo y de Tomás Flores profesor de economía de la Universidad del Desarrollo, quienes contribuyeron al desarrollo del Reporte Nacional de Chile 2005. Así mismo, agradecen la colaboración de Gonzalo Müller y Esteban Gal de Benchmark en la ejecución del estudio con población adulta.

Aun cuando los datos utilizados en este reporte son reunidos por el consorcio GEM, su análisis e interpretación son de exclusiva responsabilidad de los autores.

© 2006 Universidad del Desarrollo.

© 2006 Global Entrepreneurship Research Association

CONTENIDO

1. Prefacio	6
2. Presentación del auspiciador GEM Mujer 2005 / 2006	7
3. Resumen ejecutivo	8
4. ¿Quién es la emprendedora chilena?	10
5. Metodología de la investigación	11
6. Actividad emprendedora de mujeres en Chile 2005	13
6.1 La actividad emprendedora en el entorno del GEM y en el caso de Chile	13
6.2 Motivación para emprender	17
6.3 Distribución sectorial y potencial de crecimiento	19
7. Características de la mujer emprendedora en Chile	24
7.1 Aspectos demográficos y económicos	24
7.2 Factores de percepción de la actividad emprendedora	29
8. Contexto del emprendimiento de mujeres en la opinión de los expertos	31
9. Reflexiones y conclusiones	35
10. Fuentes	37
11. Listado de entrevistados	39
12. Equipo GEM Chile	40
13. Sobre los autores	41
14. Auspiciador	42
15. Patrocinador	42

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Las 10 características de la Mujer Emprendedora en Chile	10
Figura 2: Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	11
Figura 3: Actividad Emprendedora de Mujeres por País, GEM 2005	13
Figura 4: Relación de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales Desagregada, GEM 2005	16
Figura 5: Motivación para Emprender en Mujeres por País, GEM 2005	17
Figura 6: Composición de la Actividad Emprendedora 2005 Mujer/Hombre según Motivación	18

<i>Figura 7: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por Sector Económico</i>	19
<i>Figura 8: Actividad Emprendedora en Empresas Establecidas por Sector Económico</i>	20
<i>Figura 9: Nuevos Productos o Servicios en el Mercado</i>	21
<i>Figura 10: Intensidad de la Competencia Esperada</i>	22
<i>Figura 11: Actividad Emprendedora por Edades</i>	25
<i>Figura 12: Nivel Educativo y Actividad Emprendedora</i>	27
<i>Figura 13: Nivel de Ingresos y Actividad Emprendedora</i>	28
<i>Figura 14: Opinión de los Expertos en Tópicos de Emprendimiento y Género</i>	32
<i>Figura 15: Opinión de Empresarias en Tópicos de Emprendimiento y Género</i>	33
<i>Figura 16: Opinión de Entrevistados en Tópicos de Emprendimiento y Género</i>	34

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1: Actividad Emprendedora en Países GEM por Género 2005</i>	15
<i>Tabla 2: Principales Incentivos para Empezar por Género 2005</i>	19
<i>Tabla 3: Expectativas de Creación de Empleo en Emprendedores en Etapas Iniciales por Género</i>	23
<i>Tabla 4: Factores de Influencia en la Percepción de los Emprendedores por Género y Etapa del Emprendimiento</i>	29

1. PREFACIO

El Reporte Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2005/2006 es parte del proyecto general del GEM en nuestro país, resultado de la alianza realizada entre las Universidades Adolfo Ibáñez y del Desarrollo, quienes en conjunto desarrollamos el Reporte Nacional de Chile 2005. Así mismo ambas universidades pertenecemos al proyecto GEM Global que este año contó con la participación de 35 países.

En consecuencia este reporte es una contribución adicional para comprender y analizar el fenómeno del emprendimiento de nuestro país enfocándonos a un tópico cada vez más relevante y en franca expansión por todo el mundo: las mujeres emprendedoras. Actualmente las mujeres son más de un tercio de las personas involucradas en la actividad emprendedora del mundo. Por esta razón este primer informe en Chile sobre Mujeres y Actividad Emprendedora se suma al trabajo del GEM Global quienes este año han publicado la segunda edición del Report on Women and Entrepreneurship, sumándonos así al mayor proyecto que analiza y describe el proceso emprendedor en un extenso número de países.

Esperamos que al igual que en el Reporte Nacional este nuevo trabajo pueda ofrecer al mundo académico, empresarial y de la administración pública una mejor y más completa información del estado de las mujeres emprendedoras en Chile.

Agradecemos sinceramente el esfuerzo de todos los equipos participantes y del equipo coordinador del GEM en Babson College y London Business School quienes apoyan esta investigación.

*José Ernesto Amorós, PhD
Investigador Principal
Coordinador GEM Chile*

2. PRESENTACIÓN DEL AUSPICIADOR GEM MUJER 2005/2006



El emprendimiento es un concepto que ya no debemos entender simplemente como tener una idea novedosa y llevarla a cabo; es también un desafío a desarrollar la creatividad y a tener valores empresariales.

Este proceso de aprendizaje incluye ser capaz de ordenar las ideas en un Plan de Negocios, que no sólo sea de utilidad para el emprendedor sino que además sea una herramienta de comunicación y de motivación a inversionistas, plantearse una visión clara, un producto o servicio diferenciador, un mercado objetivo, definición comercial, oferta de valor, una propuesta concreta de plazos para desarrollar el producto, requerimientos financieros necesarios y flujos que muestren cómo todo lo anterior se traduce en la generación de empresa.

Vale la pena destacar que el emprendimiento es un rasgo que caracteriza a muchas mujeres. Actualmente, a nivel mundial, más de un tercio de las personas involucradas en actividades relacionadas con el emprendimiento son de sexo femenino. Y nuestro país no está ajeno a esta tendencia.

Por lo anterior, iniciativas como este reporte "Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2005/2006", enmarcado dentro del proyecto GEM, constituye un importante documento que refleja y explica las tendencias del proceso emprendedor, protagonizado principalmente, por las mujeres chilenas.

¿Quién está detrás del emprendimiento?, ¿el emprendedor está dispuesto a hacer sacrificios personales?, ¿defiende con pasión lo que hace?, son preguntas que se sintetizan en que el éxito del emprendedor se relaciona con sus condiciones personales, pero también con aquellas herramientas que el entorno le ofrece: orientación, financiamiento y/o capacitación.

En BCI entendemos que los hombres y mujeres emprendedores necesitan nuestro apoyo para seguir creciendo y estamos seguros que este es el mejor momento de hacerlo, porque nos hemos preparado para creer en ellos y porque tenemos 70 años de experiencia, trabajando junto a la pequeña y mediana empresa.

Esperamos que este nuevo reporte sea un referente sobre el desarrollo emprendedor femenino en Chile, tanto para el mundo académico, empresarial y de la administración pública, y que además sea una motivación para aquéllos con alma de emprendedores.

Rodrigo Corces B.
Gerente Segmentos
BCI

3. RESUMEN EJECUTIVO

La actividad emprendedora en Chile está mayoritariamente encabezada por hombres. El ratio hombre-mujer es de 0,58 es decir casi 2 de cada 3 emprendedores son hombres. Sin embargo existe un aumento respecto al periodo 2003 en donde el ratio era de 0,40, por lo que podemos estimar que hay más de 500 mil mujeres con participación en la actividad emprendedora total del país.

La actividad emprendedora naciente en Chile (empresas con menos de tres meses de vida) se sitúa con valores de 7,3% de la población adulta en hombres frente a 4,8% en mujeres. Para los nuevos empresarios (de 3 hasta 42 meses de vida) prácticamente los hombres duplican a las mujeres con 7,2% frente a 3,5%. La actividad emprendedora establecida (más de 42 meses de vida) también es mayoritariamente representada por hombres 4,8% frente a 2,7% de mujeres.

La búsqueda de nuevas oportunidades de negocio es la principal motivación de las mujeres emprendedoras. El 5,6% de las emprendedoras así lo manifestó, frente a un 2,4% cuya principal motivación fue por necesidad. Los principales incentivos para emprender por parte de las mujeres son: incrementar los ingresos (65% de las opiniones) y la búsqueda de independencia (32%).

El 64% de las emprendedoras en etapas iniciales posee un negocio o empresa con actividades relacionadas a servicios al consumidor, generalmente comercialización de bienes y servicios. Las emprendedoras establecidas presentan un 44% de empresas en industrias de la transformación y 44% en servicios al consumidor.

Solamente el 30% de las emprendedoras manifestó estar ofreciendo productos o servicios totalmente novedosos a los mercados donde compiten y el 50% percibe que tienen mucha competencia. El 13% espera poder tener un emprendimiento de alto crecimiento.

La edad promedio de la emprendedora chilena es de 40 años, mientras que en los hombres la media es 38 años. Comparado con el entorno GEM y sobre todo con los países más desarrollados, en Chile las mujeres emprenden a mayor edad. El 63% manifestó que trabajan a tiempo completo en su emprendimiento. El 25% tiene estudios universitarios completos y el 26% estudios de formación profesional, por lo que más de la mitad de las mujeres emprendedoras han tenido algún tipo de educación superior. El 40% de las emprendedoras tiene ingresos superiores a la media nacional.

El 60% de las emprendedoras cree que habrá buenas oportunidades de negocio en el futuro. El 85% considera que tiene los suficientes conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa.

Los resultados nos dan indicios de que las mujeres son un poco más adversas al riesgo que los hombres ya que el 27% respondió que el temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio.

Según la opinión del grupo de personas entrevistadas, tanto expertos en tópicos de emprendimiento así como empresarias, en su mayoría consideraron que los hombres y las mujeres poseen el mismo nivel de conocimiento y habilidades para comenzar un nuevo negocio o empresa. Sin embargo la percepción es que aun cuando es socialmente aceptado que las mujeres inicien nuevos negocios, están más alejadas de las oportunidades y no existen los incentivos suficientes en nuestro país para iniciarlos.



4. ¿QUIÉN ES LA EMPRENDEDORA CHILENA?

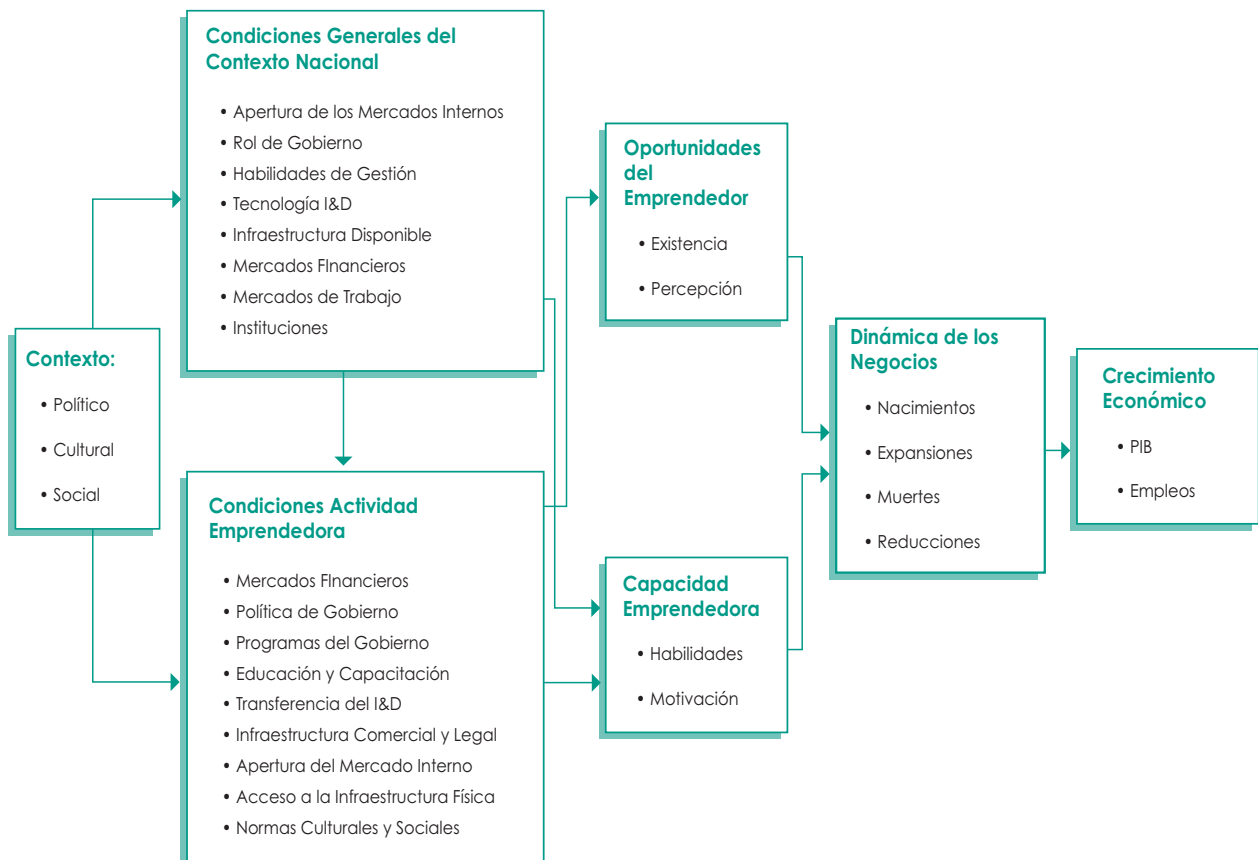
Figura 1: Las 10 características de la Mujer Emprendedora en Chile



5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El modelo GEM parte del análisis de cómo el crecimiento económico nacional es una función de dos grupos paralelos de actividades interrelacionadas: (a) aquellas asociadas con las firmas más grandes y ya establecidas, y (b) aquellas relacionadas directamente con el proceso emprendedor. Bajo la definición amplia de “entrepreneurship” que toma el modelo GEM, “Cualquier intento de nuevos negocios o creación de nuevas empresas, la reorganización de un negocio o la expansión de uno existente, por un individuo, grupo de individuos o firmas ya establecidas”, se establecen las relaciones entre los factores más importantes que están influenciando la actividad emprendedora del país. Estas relaciones se pueden observar en la figura 2.

Figura 2: Global Entrepreneurship Monitor (GEM)
Modelo Detallado del Proceso Emprendedor y el Desarrollo Económico



Desde su origen en 1999, el GEM le otorgó gran validación al modelo conceptual desarrollado al comienzo del proyecto. El modelo inicial se ha mantenido, sin embargo, la cantidad de datos y el análisis asociado se han hecho más complejos. La incorporación de una mayor cantidad de países, con estructuras económicas muy diferentes, y la variedad de datos e indicadores significativos han enriquecido la investigación, y han permitido reafirmar la validez del modelo GEM¹.

Para comprobar la validez del modelo, una gran cantidad y variedad de datos fueron reunidos por los equipos de investigación GEM de cada país.

1. A través de una Encuesta General de Población (APS, Adult Population Survey) se seleccionó una muestra representativa de al menos 2.000 adultos, entre 18 y 64 años, que fue entrevistada en cada país usando un cuestionario estandarizado, traducido al idioma correspondiente. Se hicieron preguntas precisas a los encuestados acerca de su participación en –y su actitud hacia– el emprendimiento.
2. Una amplia selección de datos nacionales estandarizados fue recogida de diferentes fuentes (Banco Mundial, Naciones Unidas, FMI y asociaciones de capitales de riesgo, entre otras).
3. Cada equipo nacional realizó una entrevista personal con, al menos, 30 expertos de su país, los que fueron seleccionados por representar las condiciones del marco emprendedor.
4. Este informe incluye la opinión de 49 expertos, 17 de los cuales son empresarias.
5. A cada experto se le pidió que completara un breve cuestionario que incluye evaluaciones estandarizadas sobre los aspectos importantes del contexto emprendedor del país.
6. Se les pidió a los expertos que indicaran las tres medidas que han ayudado, que han dificultado y que se deberían realizar para potenciar la actividad emprendedora en el país.

Toda esta información fue analizada en conjunto para todos los países, estandarizada, homogenizada y posteriormente presentada en el informe global (GEM Global Report) y en el informe de cada país (Country Report).

¹ Para mayor información sobre el modelo GEM se puede consultar el Reporte Nacional de Chile 2005 disponible en línea www.gemchile.cl o bien los reportes GEM globales www.gemconsortium.org

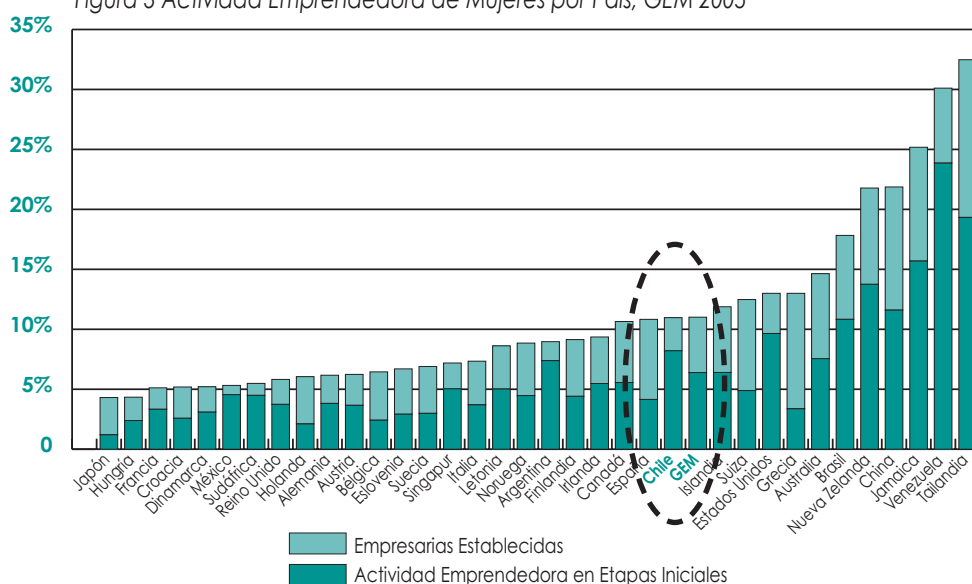
6. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE MUJERES EN CHILE 2005

6.1 La actividad emprendedora en el entorno del GEM y en el caso de Chile

El fenómeno del emprendimiento es complejo y está relacionado con diversos factores. Es por esto que resulta complicado el tratar de hacer una aproximación única que explique el emprendimiento en determinado país. El proyecto GEM realiza una aproximación comprensiva (de ningún modo totalmente exhaustiva) que aporta una serie de mediciones que nos permiten conocer el emprendimiento femenino y algunas de sus implicaciones en el país.

Con la finalidad de tener una mayor comprensión de cómo las mujeres están relacionadas en el ciclo del proceso emprendedor, el GEM distingue entre emprendedoras nacientes para aquellas que aún no han pagado sueldos o salarios por más de los últimos tres meses, nuevas empresarias aquellas que han pagado sueldos o salarios en el periodo comprendido entre los tres y los 42 meses y empresarias establecidas aquellas que han desarrollado una empresa o negocio y que han pagado sueldos o salarios en los últimos 42 meses. Cuando se consideran ambas, las emprendedoras nacientes y nuevas, este indicador se denomina actividad emprendedora en etapas iniciales². El primer indicador que muestra el GEM estima el nivel de participación de la población adulta económicamente activa³ del país que está directamente involucrada en etapas iniciales de la actividad emprendedora. La figura 3 muestra estos indicadores.

Figura 3 Actividad Emprendedora de Mujeres por País, GEM 2005



Fuente: GEM 2005

² En ediciones pasadas del GEM, a esta medida de la actividad emprendedora se le denominaba índice TEA (Total Entrepreneurial Activity).

³ La fuente estandarizada de la estructura de población total de los países participantes, corresponde a la US Census Bureau International Database (<http://www.census.gov/ipc/www/didbnew.html>). El rango de edad de 18 a 64 años es el que se toma en todas las muestras de todos los países y es considerado el rango en el cual está la gran mayoría de la fuerza laboral de un país.

En la perspectiva general de los países del entorno GEM que participaron en el estudio del año 2005 a excepción de Hungría, predomina la proporción de hombres frente a las mujeres. El ratio de género del GEM este año es de 0,61 (5% de error muestral) cifra mayor a la del año pasado (0,55), lo cual indica que las mujeres han ganado participación en la actividad emprendedora, aunque de forma discreta. Chile se sitúa ligeramente por debajo del promedio GEM con un ratio de 0,58, sin embargo existe un aumento respecto al periodo 2003 en donde el ratio era de 0,40, lo cual implica que las mujeres chilenas están incrementando su participación en la actividad emprendedora total del país.



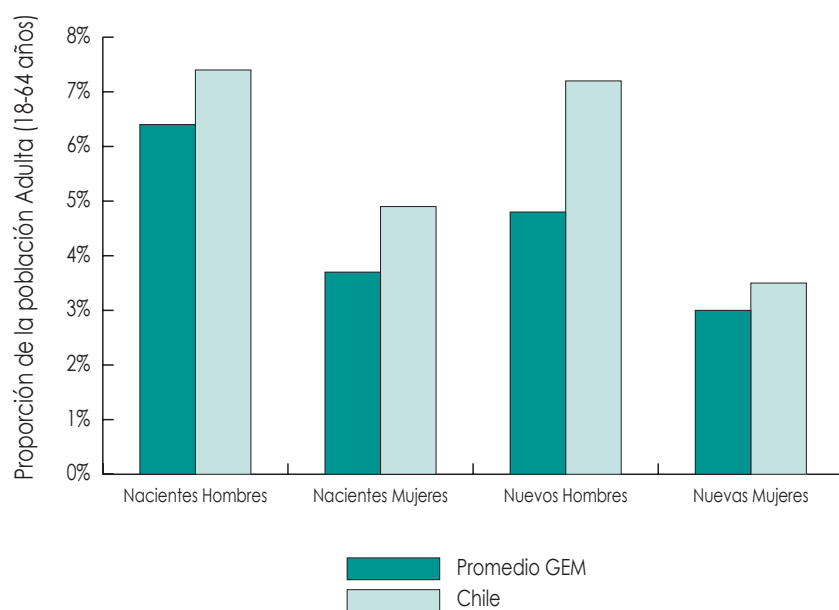
Tabla 1: Actividad Emprendedora en Países GEM por Género 2005.

País	Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales		Empresarios Establecidos		Total Actividad Emprendedora	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Alemania	6,92%	3,82%	5,99%	2,35%	12,91%	6,17%
Argentina	11,62%	7,39%	8,38%	1,58%	20,00%	8,97%
Australia	14,17%	7,55%	12,08%	7,09%	26,25%	14,64%
Austria	6,90%	3,66%	5,10%	2,58%	12,00%	6,24%
Bélgica	5,43%	2,42%	7,23%	4,03%	12,66%	6,45%
Brasil	11,82%	10,83%	13,33%	7,00%	25,15%	17,83%
Canadá	13,11%	5,56%	9,72%	5,09%	22,83%	10,65%
Chile	14,15%	8,21%	4,82%	2,76%	18,97%	10,97%
China	15,73%	11,60%	16,06%	10,27%	31,79%	21,87%
Croacia	9,78%	2,58%	4,74%	2,61%	14,52%	5,19%
Dinamarca	6,40%	3,09%	6,56%	2,12%	12,96%	5,21%
Eslovenia	5,79%	2,92%	8,74%	3,78%	14,53%	6,70%
España	7,17%	4,15%	8,75%	6,68%	15,92%	10,83%
Estados Unidos	15,24%	9,65%	6,01%	3,35%	21,25%	13,00%
Finlandia	5,52%	4,41%	12,43%	4,73%	17,95%	9,14%
Francia	7,40%	3,33%	2,76%	1,79%	10,16%	5,12%
Grecia	9,68%	3,37%	11,36%	9,63%	21,04%	13,00%
Holanda	6,58%	2,11%	7,35%	3,94%	13,93%	6,05%
Hungría	1,39%	2,39%	2,08%	1,95%	3,47%	4,34%
Irlanda	14,21%	5,48%	12,26%	3,88%	26,47%	9,36%
Islandia	14,82%	6,40%	9,05%	5,48%	23,87%	11,88%
Italia	6,17%	3,70%	9,17%	3,64%	15,34%	7,34%
Jamaica	18,37%	15,69%	9,57%	9,49%	27,94%	25,18%
Japón	3,20%	1,20%	7,67%	3,11%	10,87%	4,31%
Letonia	8,47%	5,02%	6,57%	3,60%	15,04%	8,62%
México	7,38%	4,55%	3,11%	0,77%	10,49%	5,32%
Noruega	13,91%	4,47%	10,10%	4,38%	24,01%	8,85%
Nueva Zelanda	21,65%	13,75%	13,83%	8,03%	35,48%	21,78%
Reino Unido	8,67%	3,74%	8,06%	2,08%	16,73%	5,82%
Singapur	9,56%	5,04%	7,49%	2,15%	17,05%	7,19%
Sudáfrica	5,88%	4,49%	1,63%	1,00%	7,51%	5,49%
Suecia	5,08%	2,99%	8,68%	3,91%	13,76%	6,90%
Suiza	7,28%	4,89%	11,86%	7,59%	19,14%	12,48%
Tailandia	22,20%	19,33%	15,09%	13,15%	37,29%	32,48%
Venezuela	26,13%	23,86%	10,93%	6,25%	37,06%	30,11%
GEM	10,51%	6,39%	8,53%	4,62%	19,04%	11,01%

Fuente: GEM 2005

En base a los estimadores del GEM y la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas, con datos del último censo de población, podemos estimar que aproximadamente 513.000 mujeres están relacionadas con algún tipo de actividad emprendedora en Chile. Desagregando algunos indicadores este año en el entorno GEM la proporción de población adulta considerada emprendedora naciente fue de 6,3 hombres, frente a 3,7 mujeres (ratio 0,58) y Chile se sitúa con valores de 7,3 en hombres frente a 4,8 en mujeres. Un ratio de 0,65, que está por arriba de la media del entorno GEM. Para los nuevos empresarios, en el entorno GEM los valores son de 4,7 hombres, frente a 3,0 mujeres (ratio de 0,63), siendo en Chile una proporción menor, donde prácticamente los hombres involucrados en actividad emprendedora nueva, duplican a las mujeres con 7,2 frente a 3,5 (ver Figura 4) y se sitúa por debajo de la media GEM.

Figura 4: Relación de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales Desagregada, GEM 2005



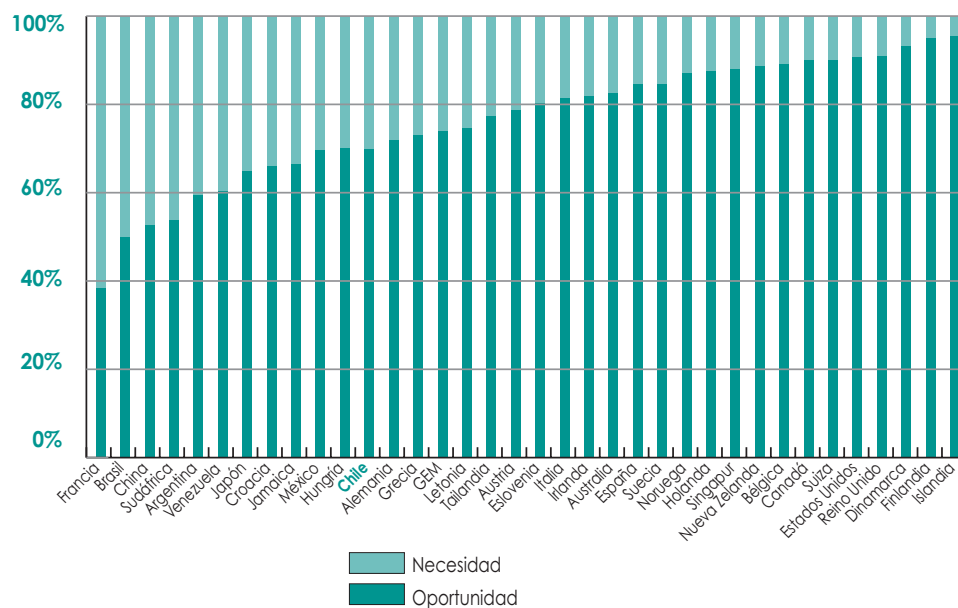
Fuente: GEM 2005

6.2 Motivación para Emprender

En el marco del estudio GEM se estudian las diferentes motivaciones que tienen las mujeres (y los hombres) para iniciar un nuevo negocio o empresa. Esta motivación puede ser dada por el deseo de explotar una oportunidad de negocio (emprendimiento por oportunidad) o porque las condiciones laborales no son satisfactorias o bien se carece de algún trabajo estable como empleado (emprendedor por necesidad). La figura 5 muestra la distribución del emprendimiento femenino en etapas iniciales según la motivación en los países participantes del GEM 2005.

Como se observa, predomina la motivación por oportunidad, pero el ratio de oportunidad a necesidad varía de forma importante entre países (el gráfico está ordenado por este ratio de menor a mayor). Esto también es cierto para los hombres pero se acentúa de forma importante en las mujeres emprendedoras. Como el mismo gráfico muestra, los países que mayores porcentajes de oportunidad presentan son aquellos que también tienen un nivel de desarrollo alto. En general son estos países, dadas sus condiciones de estabilidad y diversidad de mercados laborales, los que presentan ratios más altos de oportunidad contra necesidad. Si bien en Chile estos indicadores han tenido una mejoría dado que ha bajado el nivel de emprendimiento general por necesidad⁴, las mujeres siguen presentando mayores niveles de emprendimiento por necesidad que los hombres.

Figura 5: Motivación para Emprender en Mujeres por País, GEM 2005

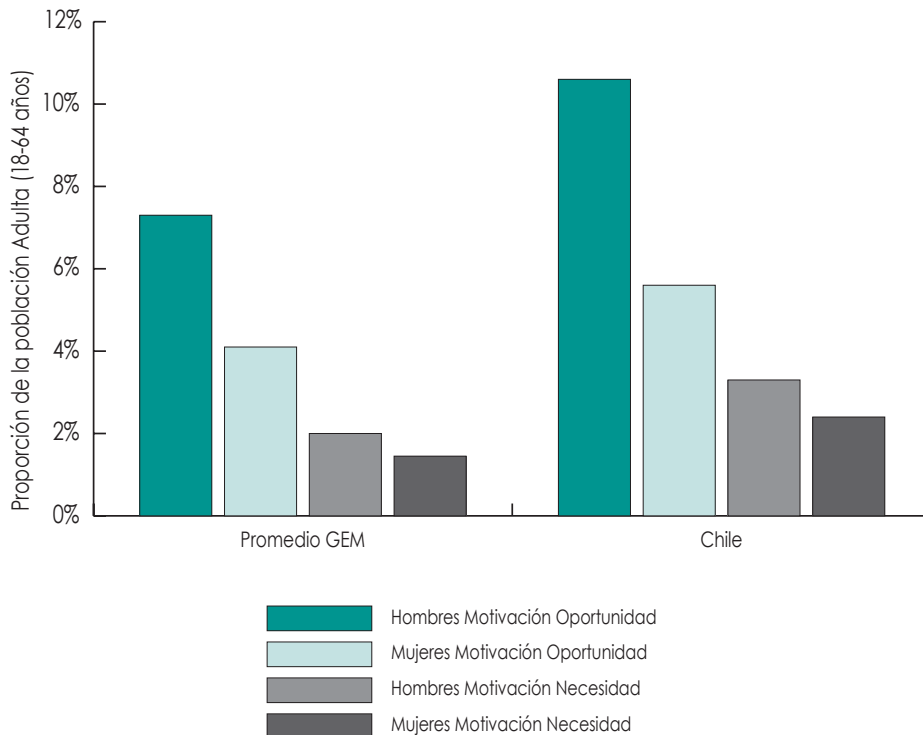


Fuente: GEM 2005

4 Para mayor información se puede consultar el Reporte Global 2005 o bien el Reporte Nacional de Chile 2005.

Profundizando el punto anterior, un análisis comparativo en Chile muestra que prevalece un mayor porcentaje de hombres 10,6% frente a las mujeres 5,6%, cuya motivación es la oportunidad. Este porcentaje se sitúa arriba de la media del GEM. Respecto a la motivación por necesidad, igualmente existe un mayor porcentaje de hombres frente a las mujeres, en el entorno GEM el promedio de estas cifras son más equitativas. Con los datos del 2005, Chile presenta cifras de 3,4% para hombres frente a 2,4% en mujeres (ver figura 6). Una reflexión derivada de este dato es que si bien Chile está arriba de la media de los países participantes en emprendimiento por oportunidad, también lo está respecto a emprendimiento por necesidad acentuándose este punto en las mujeres. Los resultados del Informe Global de Mujeres y Emprendimiento 2005, muestran que es en los países de ingresos medios donde se acentúa el emprendimiento por necesidad por parte de las mujeres. Como ya se comentó anteriormente, sin que sea una condicionante directa, los resultados indican que una mejor equidad de género poniendo énfasis en desarrollo de emprendimiento por oportunidad está mayoritariamente presente en países con mejores niveles de desarrollo que Chile. Adicionalmente estas diferencias pueden estar relacionadas con el tipo de emprendimiento que comienzan las mujeres, los sectores en donde se desarrollan así como el potencial de crecimiento. Estos aspectos serán abordados a continuación.

Figura 6: Composición de la Actividad Emprendedora 2005 Mujer/Hombre según Motivación



Fuente: GEM 2005

Como dato adicional se analizó dentro de los emprendedores por oportunidad cuales eran sus principales incentivos para mantener su empresa o negocio. La tabla 2 resume estos indicadores tanto para hombres como mujeres:

Tabla 2: Principales Incentivos para Emprender por Género 2005

	Búsqueda de Independencia	Incrementar Ingresos	Mantener Ingresos	TOTAL
Hombres	42,5%	57,5%	0,0%	100,0%
Mujeres	32,7%	65,4%	1,9%	100,0%

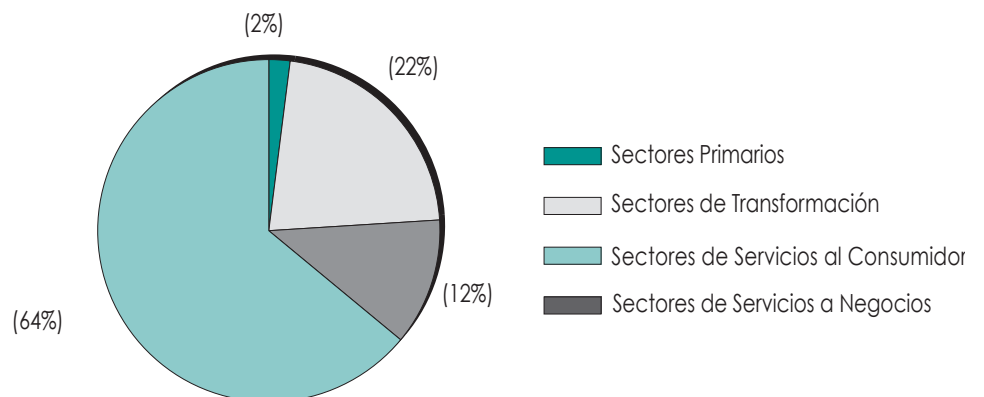
Fuente: APS Chile 2005

Como se observa las mujeres emprendedoras presentan un mayor porcentaje en los incentivos para buscar mayores ingresos y menor grado en la búsqueda de independencia. Esta situación, como se analizará más adelante, pudiera estar relacionada con indicadores de tipo de negocio o bien indicadores de ámbito familiar.

6.3 Distribución Sectorial y Potencial de Crecimiento

La distribución sectorial de la actividad emprendedora de mujeres en Chile, como se puede ver en la Figura 7, presenta, en general, una pauta consistente con el promedio de los países que participaron en el GEM 2005. Los sectores orientados al consumidor final (ventas al detalle, restaurantes, servicios personales, hostelería, etc.) siguen siendo aquéllos con mayor proporción, seguidos de los sectores de transformación (manufacturas industriales, transportes, construcción, comunicaciones). Los sectores de servicios a empresas (servicios financieros, seguros, inmobiliarios, otros servicios a empresas) están en tercer lugar y, finalmente, con el menor porcentaje se encuentran las actividades primarias (agricultura, ganadería, pesca, minería).

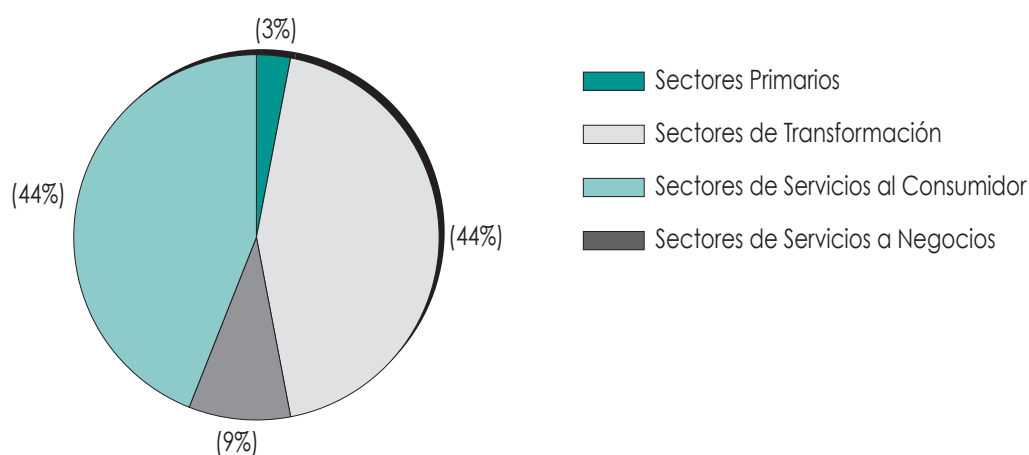
Figura 7: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por Sector Económico



Fuente: APS Chile 2005

Si se compara con la actividad emprendedora establecida, las mujeres que están involucradas en este tipo de emprendimiento manifiestan una distribución que es equitativa entre sectores de transformación y aquellos orientados a consumidores (ver figura 8). Esto puede obedecer a cierta lógica de que algunos negocios más maduros que han prevalecido en el tiempo compiten en sectores más complejos; por otro lado este dato puede confirmar el hecho de que en las etapas iniciales ya sea por oportunidad o necesidad las mujeres buscan sectores que son relativamente más "accesibles", que tienen menos riesgo asociado o incluso son actividades de autoempleo. Estas características están más asociadas a negocios orientados a consumidores finales, sobre todo la comercialización minorista de productos de poco valor agregado.

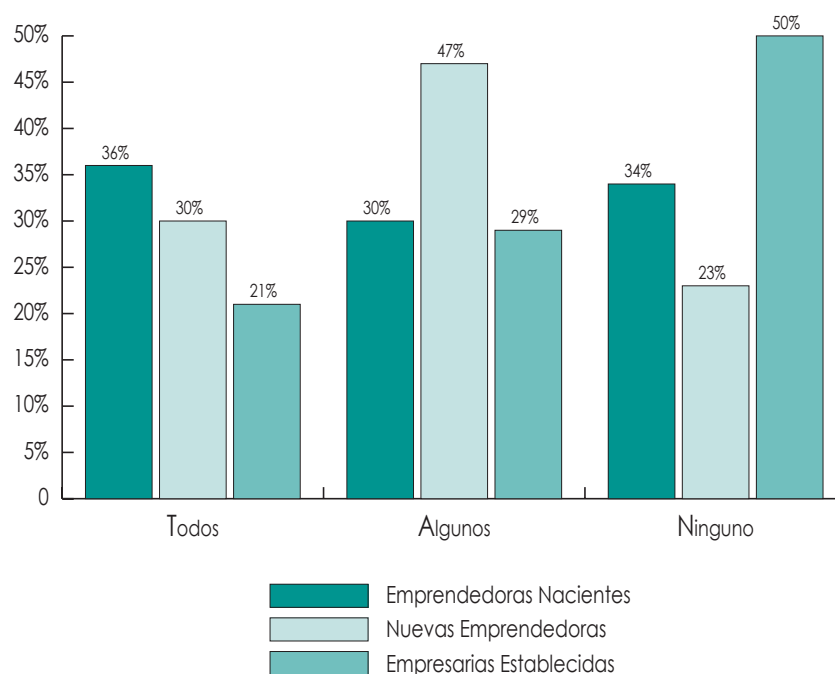
Figura 8: Actividad Emprendedora en Empresas Establecidas por Sector Económico



Fuente: APS Chile 2005

Relacionados con los sectores productivos en dónde emprenden las mujeres están los aspectos de capacidad de innovación, la competitividad y sustentabilidad. Para esto el GEM utiliza algunos parámetros que permiten tener una visión acerca de cuál es el comportamiento competitivo de la actividad emprendedora. Un primer indicador está relacionado con qué tan nuevo es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo la emprendedora. Como se puede observar en la Figura 9 son las emprendedoras nacientes quienes tienen una mayor proporción de productos o servicios nuevos en el mercado, lo cual está reflejando cierto grado de innovación que puede estar relacionado con la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado. Sin embargo se observa que a medida que se va consolidando la actividad emprendedora, las mujeres manifiestan que sus empresas o negocios no ofrecen productos o servicios novedosos o innovadores. Esto puede estar relacionado con las expectativas de crecimiento que en general son bajas, sobre todo a medida que el emprendimiento se consolida. En resumen, podemos decir que sólo cerca del 30% de la actividad emprendedora encabezada por mujeres está ofreciendo productos o servicios totalmente innovadores. Estos datos son similares a los datos agregados de la actividad emprendedora total (hombres más mujeres) y guarda cierta proporción con los países de ingresos similares del entorno GEM. Sin embargo, enfatizando en el caso chileno, observamos que efectivamente las mujeres están en ligera desventaja, si esto lo traducimos a que las emprendedoras compiten en actividades menos dinámicas y con productos o servicios no tan innovadores.

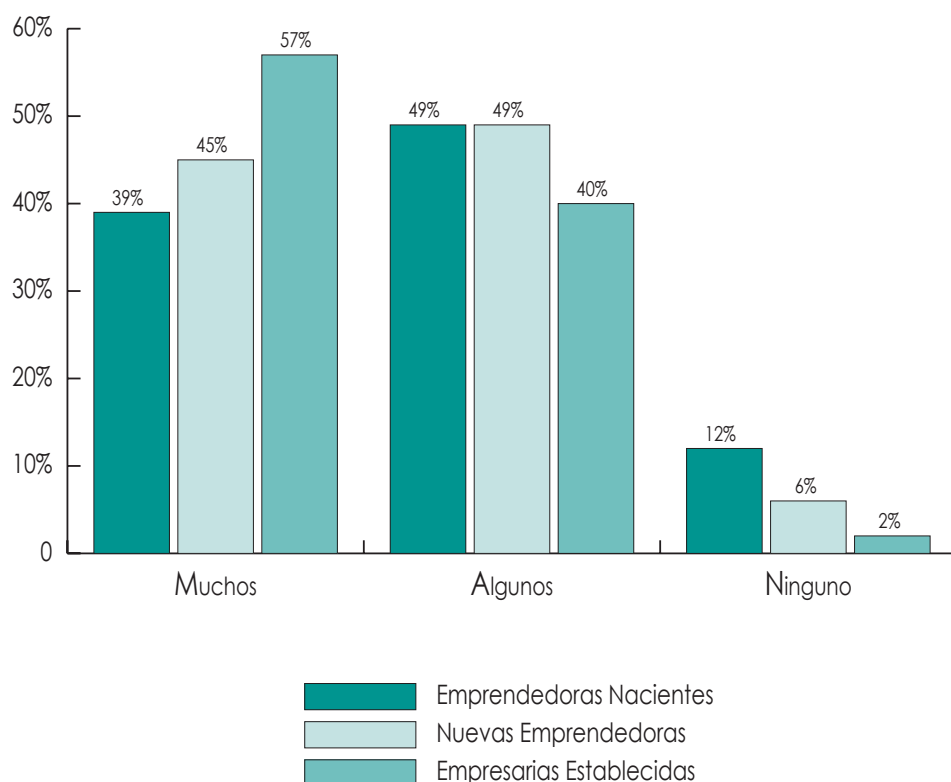
Figura 9: Nuevos Productos o Servicios en el Mercado



Fuente: APS Chile 2005

Del primer factor sobre la novedad del producto o servicio pasamos a un segundo factor que está relacionado con la percepción acerca de la competencia para los productos o servicios que ofrecen los competidores. La Figura 10 muestra que en promedio apenas un 10% de las emprendedoras no percibe competencia directa, situando a la actividad emprendedora con una relativa poca capacidad para detectar nuevos nichos de mercado. De nuevo hay que destacar que las emprendedoras establecidas manifiestan mucha competencia y en contraparte las emprendedoras nacientes manifiestan menores niveles de competencia probablemente dado el optimismo y expectativas del mercado. A niveles medios de competencia prácticamente no hay diferencias en este aspecto entre emprendedoras nacientes y nuevas, y ligeramente inferior en las emprendedoras establecidas.

Figura 10: Intensidad de la Competencia Esperada



Fuente: APS Chile 2005

El tercer factor competitivo que mide el GEM está relacionado con la capacidad de generar empleos que manifiestan los emprendedores en etapas iniciales. La tabla 3 muestra estos indicadores como respuesta a la pregunta de cuántos empleos potencialmente espera generar en 5 años. Las mujeres manifiestan un mayor porcentaje en la poca generación de empleo (de 1 a 5 empleos), siendo casi la mitad frente a los hombres en empleo medio y 5 puntos porcentuales menor en gran creación de empleo. Si bien se observa que en promedio el 66% de los hombres y mujeres esperan generar al menos 10 empleos, el crecimiento esperado del emprendimiento tampoco es muy grande. Esto es consistente con un cuarto indicador donde se manifiesta el nivel de crecimiento o participación en el mercado de referencia de la empresa o negocio. El 22% de los hombres y el 19% de las mujeres emprendedores(as) manifestaron que esperan tener un gran crecimiento de mercado en el mismo periodo de cinco años. Sin embargo de los emprendedores establecidos, solamente el 7% para el caso de los hombres y un 9% para el caso de las mujeres manifiestan que pueden tener un gran crecimiento, lo cual se puede traducir como una reducción del dinamismo emprendedor conforme pasa el tiempo.

Tabla 3: Expectativas de Creación de Empleo en Emprendedores en Etapas Iniciales por Género

	No crea Nuevos empleos	1- 5 Nuevos empleos	6-19 Nuevos empleos	20 o más Nuevos empleos	Total
Hombres	5,4%	35,1%	40,5%	18,9%	100,0%
Mujeres	6,2%	55,6%	24,7%	13,6%	100,0%
Total	5,8%	45,8%	32,3%	16,1%	100,0%

Fuente: GEM Chile 2005

La reflexión acerca de estos factores, nos permite inferir que la percepción que tienen las mujeres, respecto de la competitividad de la actividad emprendedora es baja. Las personas consultadas manifestaron que esperan tener un crecimiento modesto de su empresa y aumentar también modestamente la participación de mercado en el corto y mediano plazo, también reconocieron que estos factores competitivos pueden llegar a ser determinantes en la supervivencia de las empresas. Si bien las mujeres, en promedio, en el informe global han manifestado mejores expectativas de crecimiento de sus negocios, recalcamos la tesis de que en Chile las mujeres están optando por empresas o negocios que tal vez no sean tan competitivos y sostenibles en el mediano y largo plazo. Evidentemente esta es una primera aproximación, tanto en nuestro Informe Nacional como en el Informe GEM y será de particular interés ir midiendo estos indicadores en futuros estudios. Esto plantea una gran oportunidad para la actividad emprendedora de las mujeres, donde la búsqueda de oportunidades reales de mercado y el uso de tecnología y modelos de negocios innovadores pueden convertirse en ventajas competitivas que den mayor permanencia y desarrollo a las empresas o negocios lideradas por mujeres, aspecto fundamental para hablar de una equidad de género y consolidación real de esta actividad en el país.

7. CARACTERÍSTICAS DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN CHILE

Esta sección tiene como objetivo mostrar algunos indicadores del perfil demográfico, económico y percepciones de las mujeres que participaron en el estudio GEM. Adicionalmente esto da la posibilidad de hacer algunos comparativos que permitan conocer mejor el perfil de la mujer emprendedora en el país.

7.1 Aspectos demográficos y económicos

Un aspecto que interesa al GEM es analizar algunos factores como la edad, el estatus laboral, el nivel de educación o el nivel de ingresos y cómo éstos influyen en la actividad emprendedora. Se ha de destacar la ausencia de datos en series temporales dado que este es un primer esfuerzo por analizar la actividad emprendedora de las mujeres en Chile, por lo cual no podemos hacer alguna inferencia categórica acerca de la causalidad o la relación entre las variables, pero sí que podemos hacer una descripción sistemática que nos permita mostrar datos importantes sobre el emprendimiento de mujeres.

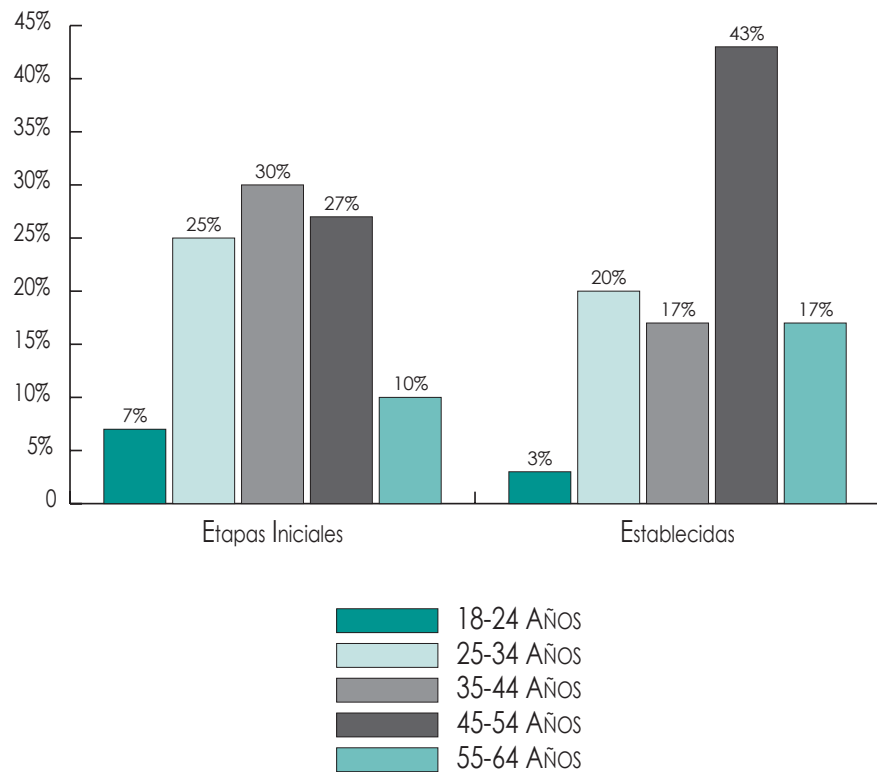
E^{dad}.....

Respecto a la edad, la Figura 11 muestra los rangos de edad de las mujeres involucradas en actividad emprendedora como porcentaje de la población adulta. Esta tendencia es similar a los resultados en los países de mayores ingresos del entorno GEM donde la estructura de edad de las mujeres involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales está mayoritariamente en el rango de 35 a 44 años. La edad promedio de los hombres involucrados en actividad emprendedora en Chile es 38 años. No es de extrañar que la edad promedio suba en cuanto a las emprendedoras en negocios o empresas establecidas. De estos datos podemos resaltar algunos puntos interesantes como por ejemplo que el promedio de las mujeres emprendedoras en Chile que es de 40,1 años es superior al de los países con niveles de desarrollo similares. Esta información nos da una perspectiva general de que en Chile las mujeres emprenden a mayor edad. Esto también coincide con algunos indicadores del entorno GEM donde se muestra que a medida que baja el nivel de emprendimiento por necesidad, como es el caso de Chile, también baja el promedio de edad en el emprendimiento de etapas iniciales.

Una pregunta que surge es saber si hay diferencias significativas entre la edad de los hombres y las mujeres que inician una actividad emprendedora. Combinando los elementos de género y edad, se ha analizado el ratio comparativo de mujeres contra hombres que están involucrados en alguna actividad emprendedora relacionada con una empresa o negocio naciente y que están en el rango de

edad de 25 a 44 años, rango que concentra un poco más del 50% de la actividad emprendedora total del país, según pudimos constatar en el Reporte Nacional 2005. El ratio de estos indicadores es de 0,59, es decir que hay un poco menos del doble de hombres iniciando una empresa a más temprana edad frente a las mujeres. Esto explica también el que el 27% del emprendimiento de mujeres en etapas iniciales esté en el rango de 45 a 54 años. De nuevo los indicadores de este año nos muestran que las mujeres emprenden a mayor edad.

Figura 11: Actividad Emprendedora por Edades



Fuente: APS Chile 2005

Situación Laboral.....

Respecto a la situación laboral de las mujeres emprendedoras el 63% manifestó que trabajan a tiempo completo en su emprendimiento mientras que los hombres es un 65%. Asimismo respecto a su situación laboral general el 79,2% de las mujeres involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales tiene algún tipo de empleo a tiempo parcial o total, porcentaje similar al de los hombres con un 78,8%. Un 8% que son amas de casa están tratando de iniciar un nuevo negocio, 9,4% están retiradas o jubiladas pero igualmente están involucradas en alguna actividad emprendedora y sólo el 2,1% manifestó estar sin empleo pero tratando de iniciar algún negocio. Finalmente sólo el 1% de las emprendedoras dijo ser estudiante. Estos datos sugieren que mayoritariamente para el grupo de mujeres emprendedoras, su empresa o negocio es sinónimo de estabilidad laboral, lo que corrobora también el hecho de que existan menos emprendimientos por necesidad lo cual es un punto positivo, como se ha constatado en el informe GEM Global y el Reporte Nacional de Chile 2005.

Educación.....

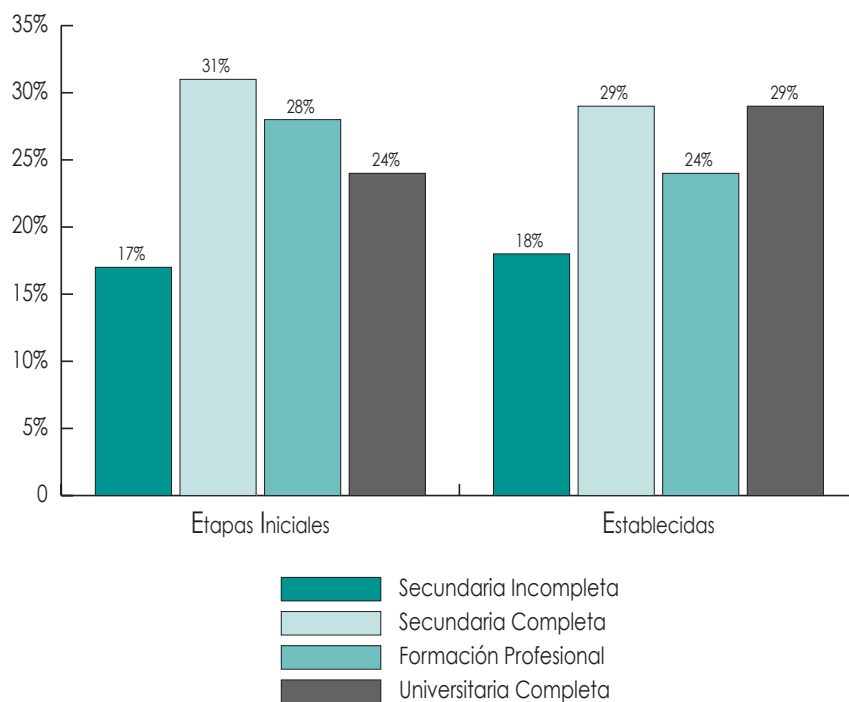
La educación es siempre un factor relevante que suele estar relacionado con la inserción de las mujeres en el mercado laboral y también con el potencial para iniciar un nuevo negocio. En Chile la equidad de género en el acceso a educación ha venido consolidándose en la última década. Según datos del Ministerio de Educación⁵ del total de la matrícula en educación básica y media el 49% corresponde a mujeres y en educación superior el 48%. Evidentemente la relación entre educación y la actividad emprendedora es compleja con matices y variables que fluctúan e interaccionan de diversas formas. El Informe Nacional de Chile 2005 y el 2002/2003 hicieron constar que la educación es uno de los factores que presenta mayores áreas de oportunidad ya que de forma general presenta deficiencias para estimular la actitud emprendedora.

Así los indicadores del nivel educacional formal de las mujeres involucradas en actividades emprendedoras como se ve en la figura 12, muestran que la mayoría de las emprendedoras totales tienen al menos estudios secundarios completos y que en etapas iniciales el 24% tiene estudios universitarios, porcentaje que se incrementa al 29% en las emprendedoras establecidas. Estos indicadores son más cercanos a los de países de altos ingresos y mayor nivel de desarrollo. Esto se corrobora sobre todo en los niveles de educación básica y formación profesional. Sin embargo en los países más desarrollados del entorno GEM el 33% de las emprendedoras en etapas

⁵ Datos del Departamento de Estudios y Desarrollo del MINEDUC correspondientes al año 2005 y 2004 http://www.mineduc.cl/index2.php?id_portal=1&id_seccion=1335&id_contenido=2064

iniciales tiene educación universitaria. Estos datos sugieren que en algunos países con mayor nivel de desarrollo que Chile, las mujeres universitarias están participando más activamente en emprendimiento, sin embargo en conjunto estos indicadores para Chile muestran que las mujeres están cada vez más preparadas y esto puede tener una incidencia importante en el tipo de negocios o empresas que emprenden o emprenderán a futuro las mujeres.

Figura 12: Nivel Educativo y Actividad Emprendedora



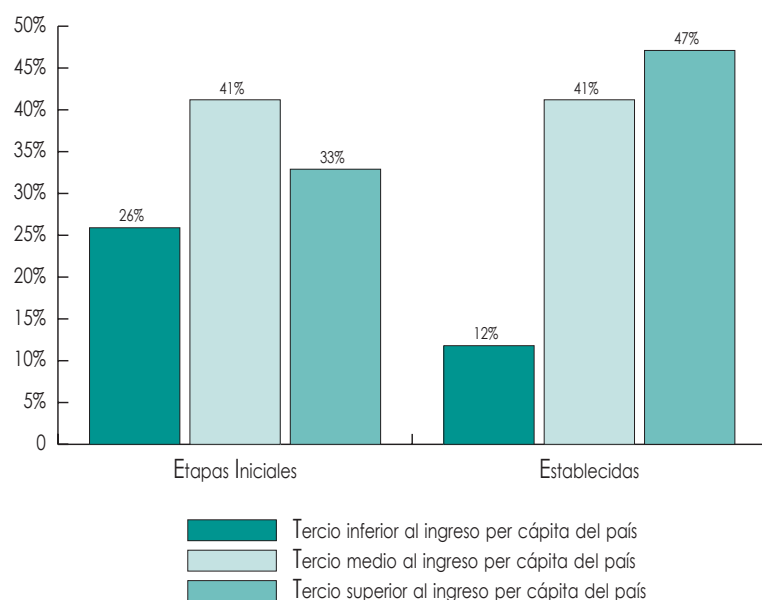
Fuente: APS Chile 2005

Nivel de Ingresos

Numerosos estudios académicos han hecho énfasis en la relación positiva entre los ingresos y la situación de bienestar que tienen los individuos y su propensión a tomar la decisión de emprender. Algunas conclusiones muestran que los emprendedores en etapas iniciales suelen tener problemas de financiamiento y liquidez, y que una situación de "soporte" familiar ayuda a que algunas personas se muevan de ser empleados a emprendedores. La figura 13 muestra la distribución de las mujeres emprendedoras clasificadas en los tercios que corresponden a los niveles inferiores, medio o superior al PIB per cápita del país. Resulta interesante remarcar que al menos el 41% de las mujeres emprendedoras tiene niveles medios de renta y que a medida que la actividad emprendedora perdura como el caso de las empresarias establecidas, hay un mayor porcentaje de mujeres con mayores ingresos. Por otra

parte intuitivamente podemos decir que el 25% de las mujeres emprendedoras en etapas iniciales que manifiestan tener ingresos menores al tercio inferior, puede ser reflejo del emprendimiento por necesidad mismo que disminuye en empresas establecidas. Igualmente hay una relación positiva entre niveles de ingreso y niveles de educación. De las mujeres emprendedoras estudiadas el 46% de aquellas que tienen alguna educación posterior a la secundaria está en el tercio superior del ingreso y lo más significativo es que el 61% de las que tienen educación universitaria está en el tercio superior de ingresos. Como dato adicional el 61% de las mujeres emprendedoras en etapas iniciales están casadas o viven en pareja y este indicador sube al 70% en emprendedoras establecidas, lo que también nos puede dar indicios del soporte familiar que la actividad emprendedora puede tener en las mujeres.

Figura 13: Nivel de Ingresos y Actividad Emprendedora



Fuente: APS Chile 2005

Estos indicadores demográficos nos dan una perspectiva general de las características de las mujeres emprendedoras en Chile. Será interesante el seguir estos datos porque en un futuro el tener mayor información longitudinal nos permitirá establecer mejores relaciones entre los diferentes indicadores que hemos analizado. Sin embargo este primer esfuerzo nos da indicios de lo importante que son algunos de estos factores en la actividad emprendedora de mujeres en el país.

7.2 Factores de percepción de la actividad emprendedora

El GEM dentro de la encuesta a población adulta recoge información sobre las percepciones individuales y el conocimiento general sobre el emprendimiento que tiene la muestra de población encuestada en el país. A la muestra estudiada se le preguntó sobre si conocen a personas emprendedoras, si perciben buenas oportunidades, si ellos creen que tienen las habilidades y conocimientos para iniciar un nuevo negocio o empresa y si el miedo al fracaso es una restricción para que inicien un nuevo negocio o empresa. Estos indicadores describen de cierto modo una percepción general sobre el emprendimiento en el país. La tabla 4 muestra los porcentajes de personas separados por género y tipo de actividad emprendedora que respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con los factores de percepción antes descritos.

Tabla 4: Factores de Influencia en la Percepción de los Emprendedores por Género y Etapa del Emprendimiento

¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Actividad emprendedora Establecida
Hombres	47,5%	71,7%	83,3%	74,2%
Mujeres	35,5%	65,5%	66,7%	56,8%
¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Actividad emprendedora Establecida
Hombres	46,7%	60,9%	73,8%	74,2%
Mujeres	36,0%	60,3%	66,7%	54,1%
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Actividad emprendedora Establecida
Hombres	66,1%	91,3%	85,7%	96,8%
Mujeres	55,9%	81,9%	89,7%	86,5%
El temor al fracaso le impide el iniciar un nuevo negocio.				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Actividad emprendedora Establecida
Hombres	31,6%	26,1%	19,0%	22,6%
Mujeres	44,4%	43,1%	15,4%	24,5%

Fuente: APS Chile 2005

El análisis de estos factores de percepción nos muestra que existen claras diferencias entre los individuos relacionados con alguna etapa de la actividad emprendedora (naciente, nueva o establecida) y entre aquellos que no están involucrados. Se observan diferencias claras sobre todo en lo relacionado a los conocimientos y habilidades, donde incluso las mujeres catalogadas como nuevas empresarias tienen un porcentaje ligeramente mayor al de los hombres. Igual patrón de diferencias se presenta entre ambos grupos (emprendedores vs. No emprendedores) en cuanto al conocimiento de otros emprendedores y la percepción de oportunidades.

Cabe resaltar que coincidiendo con los indicadores del entorno GEM, las mujeres en Chile manifiestan tener menos conocimiento de otros emprendedores que los hombres. Esto pudiera estar relacionado con la capacidad de crear "redes sociales" que fomenten el emprendimiento. Muchos programas exitosos en diversos países están destinados precisamente a integrar mejor a las mujeres en redes que les permitan tener acceso a mejor información y recursos para emprender. En el caso de Chile si bien se ha avanzado en esto, aún existen diferencias significativas sobre todo en la población de más bajos ingresos, donde muchas mujeres emprenden por necesidad y sus redes sociales son limitadas al igual que su poca movilidad geográfica.

Respecto a la percepción de oportunidades, como se comentó anteriormente existe un mayor optimismo en las mujeres que desarrollan alguna actividad emprendedora, frente a aquellas que no están involucradas. Si bien esta percepción es menor a la de los hombres sobre todo a medida que se consolida el emprendimiento, podríamos inferir que la poca diferencia entre hombres y mujeres en emprendimiento naciente refleja una mayor equidad de las emprendedoras más recientes en poder capturar las oportunidades de negocio.

Finalmente el factor relacionado con el miedo al fracaso nos da indicios de que las mujeres son un poco más adversas al riesgo que los hombres. Es interesante remarcar que la mayor diferencia se da en el emprendimiento naciente. Esto de nuevo podría explicarse por el número de mujeres involucradas en emprendimientos por necesidad o que observan el emprendimiento como única opción de empleo y por lo tanto la percepción de riesgo es mayor.

Evidentemente el contexto general del país tiene una fuerte influencia en la motivación emprendedora. En Chile el emprendimiento por necesidad ha disminuido principalmente porque se han podido generar empleos estables. Lo interesante será seguir de cerca estos indicadores para poder inferir si efectivamente las condiciones generales de estabilidad y desarrollo de Chile pueden influir significativamente en la percepción de oportunidades para emprender, y sobre todo si esto también es significativo en las mujeres que quieren iniciarse en la creación de un nuevo negocio o empresa.

8. CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO DE MUJERES EN LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS

Como se comentó en el apartado de la metodología, una parte del estudio GEM Reporte Nacional de Chile 2005 consistió en la medición de factores o variables que inciden en la actividad emprendedora del país a través de una encuesta estandarizada realizada a 33 expertos nacionales⁶. De las 82 preguntas que tiene dicha encuesta, hay un apartado de cinco preguntas que hacen referencia directa a cuestiones de género y oportunidad de las mujeres en actividades de emprendimiento. Dichas preguntas son las siguientes:

1. En mi país, hay suficiente disponibilidad de servicios sociales, que permiten que las mujeres puedan continuar trabajando, incluso después de haber tenido hijos.
2. En mi país, iniciar un negocio o empresa es una opción de carrera socialmente aceptable para una mujer.
3. En mi país, las mujeres son incentivadas a ser empresarias independientes a iniciar un nuevo negocio.
4. En mi país, los hombres y las mujeres están igualmente expuestos a buenas oportunidades de comenzar un nuevo negocio o empresa.
5. En mi país, los hombres y las mujeres poseen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para comenzar un nuevo negocio o empresa.

El análisis de dichas preguntas nos permite tener elementos adicionales para conocer la situación general del emprendimiento de mujeres en Chile y también inferir alguna relación entre los indicadores de la encuesta a la población adulta y la opinión de los expertos.

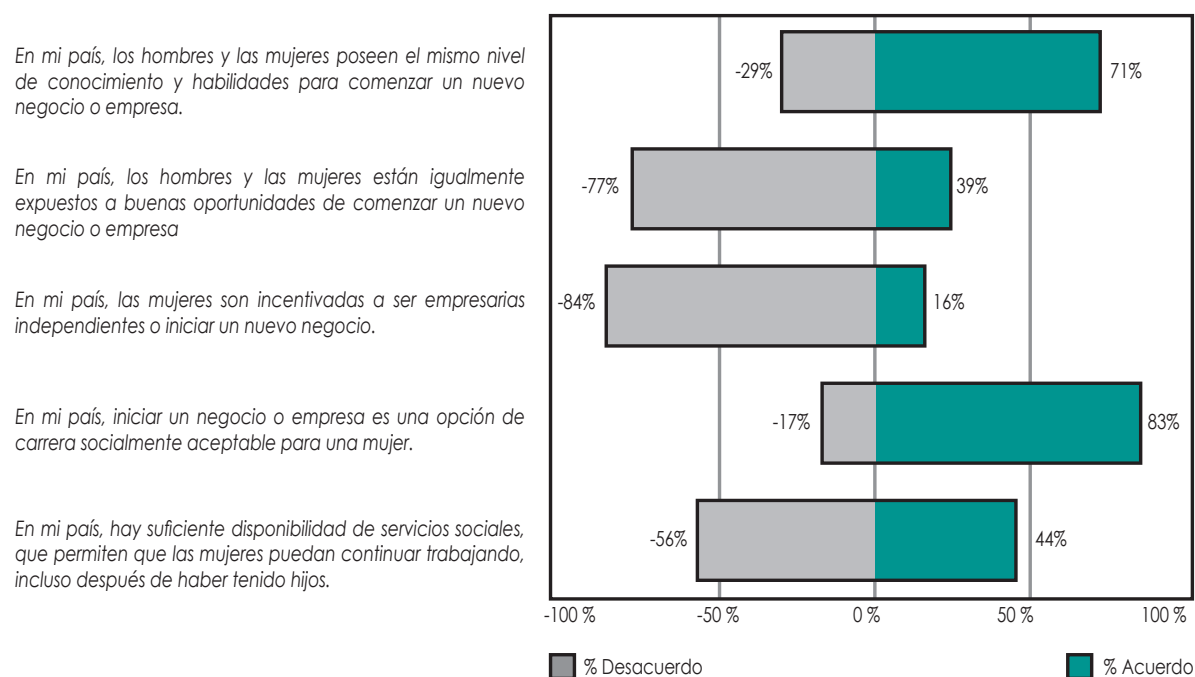
Para medir la percepción de cada pregunta se utilizó una escala de Likert de cinco puntos⁷ que permite formar una opinión de cada una de las variables. Se analizó el rango de las respuestas, para identificar hacia dónde se desplaza el grueso de las respuestas. Para ello, se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Asimismo, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (es decir, las respuestas "ni acuerdo ni desacuerdo"), recalculándose los porcentajes sobre aquellos que sí marcaron preferencia. Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas. La figura 14 muestra los resultados de estas respuestas.

⁶ Sobre todos los indicadores que se analizaron se puede obtener en el informe GEM, Reporte Nacional de Chile 2005. La lista de expertos consultados está descrita en el punto 10 de este reporte.

⁷ Completo desacuerdo, desacuerdo parcial, ni acuerdo ni desacuerdo, acuerdo parcial y completo acuerdo.

Adicionalmente para este informe consultamos a un panel de 16 empresarias⁸ utilizando estas mismas preguntas. La figura 15 muestra los resultados. Si bien existen algunas diferencias entre ambos grupos, no encontramos que éstas fueran estadísticamente significativas⁹. La figura 16 muestra el resultado de todos los entrevistados.

Figura 14: Opinión de los Expertos en Tópicos de Emprendimiento y Género



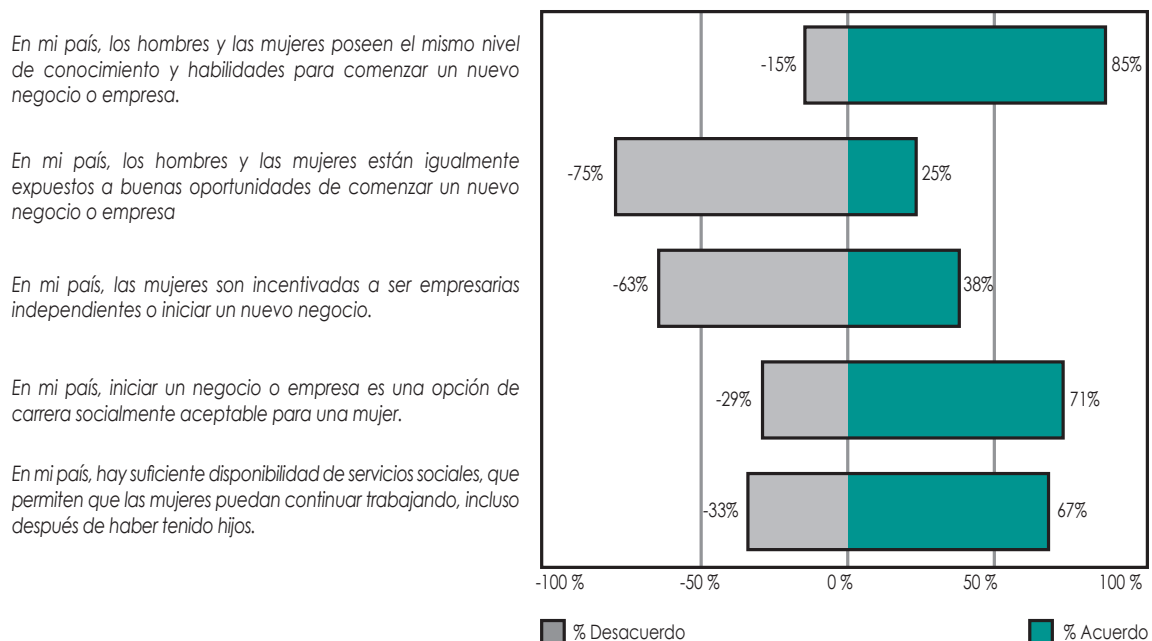
Fuente: Entrevistas a expertos 2005

En este caso la opinión de los expertos muestra una marcada visión de desigualdad de género respecto al emprendimiento. Por una parte se plantea que un tercio de los encuestados ve diferencias en el nivel de conocimiento y habilidades para comenzar un negocio. Se explica también que en opinión de los expertos, las mujeres no tienen incentivos para iniciar negocios, aun cuando se vea como una opción aceptable socialmente, y que se considera la existencia de algunos apoyos de servicios sociales.

8 Ver listado en el punto 10.

9 Prueba Z de Kolmogorov-Smirnov para dos muestras independientes $p > 0,05$

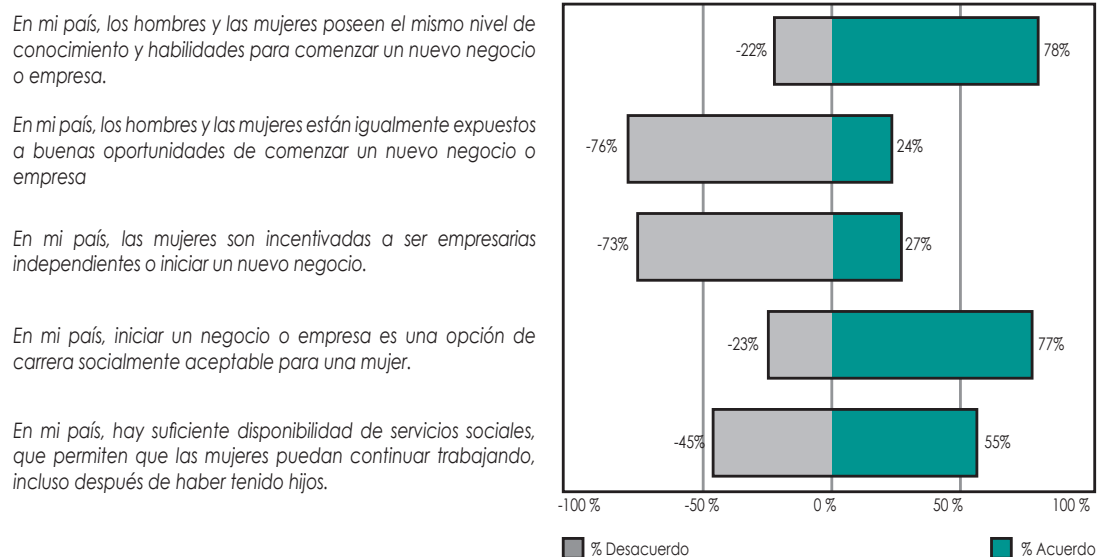
Figura 15: Opinión de Empresarias en Tópicos de Emprendimiento y Género



Fuente: Entrevistas a Mujeres 2006

En el caso de la opinión de empresarias, aun cuando existen diferencias desde su perspectiva en cuanto al nivel de conocimiento y habilidades para comenzar un negocio o empresa, perciben menos diferencias que la muestra de expertos. Uno de los aspectos que no presenta diferencias significativas es en la percepción acerca de si los hombres y mujeres están igualmente expuestos a buenas oportunidades de comenzar un nuevo negocio o empresa; en este caso ambos grupos coinciden en que hay marcadas diferencias. Las empresarias ven menos favorable la percepción de que iniciar un negocio es socialmente aceptable para una mujer. Por último las empresarias consideran que existe disponibilidad de servicios sociales, para que la mujer pueda seguir trabajando, considerablemente mejor que la opinión opuesta que tiene el grupo de expertos.

Figura 16: Opinión de Entrevistados en Tópicos de Emprendimiento y Género



Fuente: Total de entrevistas 2005 - 2006

Al unir ambos gráficos podemos observar que culturalmente existe una percepción de que las oportunidades y los incentivos son desfavorables para que las mujeres inicien negocios. Aun cuando exista una visión más favorable respecto a la preparación en cuanto a habilidades y conocimientos de ambos grupos y una percepción favorable socialmente a que las mujeres puedan emprender.

Entonces se puede concluir que aun cuando es socialmente aceptado que las mujeres inicien nuevos negocios, están más alejadas de las oportunidades y no existen los incentivos suficientes en nuestro país para iniciarlos.

El último estudio del CEEM (Centro de Estudios Empresariales de la Mujer) de la Universidad del Desarrollo, refleja que el 61% de las emprendedoras había trabajado previamente como empleadas dependientes, y que la oportunidad es la más representativa de las razones para iniciar un nuevo negocio. Es así como la pregunta "en mi país, los hombres y las mujeres están igualmente expuestos a buenas oportunidades de comenzar un nuevo negocio o empresa" se torna como fundamental en el caso de las mujeres. De seguir con esa percepción y diferencia de género, se verá afectada la generación de nuevas empresas.

9. REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

Sin duda el avance cualitativo y cuantitativo de las mujeres en la actividad emprendedora alrededor del mundo, representa un interesante factor a considerar dentro del desarrollo económico y el progreso social. Evidentemente Chile no es la excepción y vemos con beneplácito cómo la mujer toma un rol cada vez más importante en la generación de nuevas empresas. Sin embargo aún falta camino por recorrer, sobre todo si se comparan los indicadores de Chile con algunas economías más avanzadas.

En Chile la actividad emprendedora de las mujeres es diversa y abarca casi todos los sectores de la actividad económica, sin embargo las diferencias de género aún son importantes sobre todo cuando medimos la motivación para emprender. En proporción son los hombres quienes mayoritariamente están emprendiendo más orientados por la búsqueda de oportunidades y por consecuencia son las mujeres quienes proporcionalmente emprenden más por necesidad. Adicionalmente encontramos que las mujeres emprenden en sectores de actividad económica orientados a consumidores (comercialización) que si bien muchas son genuinamente oportunidades, en muchos casos no son actividades de gran valor agregado. De hecho un indicador de este estudio muestra que sólo el 13% de las mujeres emprendedoras cree que su empresa o negocio será de alto impacto o alto crecimiento en 5 años, frente a un 21% en el caso de los hombres.

El perfil general de las mujeres emprendedoras en Chile presenta una mayor edad comparado con otros países del entorno GEM. Así mismo los resultados del informe nos muestran que las mujeres emprendedoras manifiestan tener una estabilidad laboral ya sea dada por el propio emprendimiento o bien por un trabajo paralelo. En su mayoría tienen estudios de educación superior y son casadas o viven en pareja. Como reflexión, sin que esto represente un hecho categórico, el emprendimiento de mujeres pudiera estar relacionado con la propia estabilidad familiar. Desafortunadamente en el país tal como lo indican las conclusiones de las entrevistas con expertos y mujeres empresarias, se percibe que las mujeres no son incentivadas a ser empresarias independientes o iniciar un nuevo negocio. Se piensa generalmente que una empresa dirigida por una mujer es una actividad suplementaria, es decir una "extensión de la familia". Sin embargo es sumamente loable que las mujeres adicionalmente al rol tradicional familiar que les ha imputado la sociedad, estén desarrollando con mucha capacidad actividades emprendedoras. Por esto es muy importante ver el fenómeno del emprendimiento en mujeres como un buen indicador de desarrollo social.

Finalmente enfatizar que el rol de las mujeres en nuestra sociedad es cada vez más trascendente pero que efectivamente presenta particularidades que deben ser abordadas como tales. Este informe sin que necesariamente sea una prescripción,

es un primer intento por enfatizar el rol de la mujer emprendedora y mostrar datos que sean de utilidad tanto para las personas que estudian el emprendimiento en su conjunto, así como un punto de reflexión importante para las instituciones públicas, educativas o sociales quienes pueden incidir a través de políticas, programas o iniciativas que fomenten y soporten la actividad emprendedora de las mujeres chilenas. Seguramente futuros informes nos podrán dar una mejor perspectiva y aportar más y mejores datos para poder hacer conclusiones e inferencias sobre el complejo fenómeno del emprendimiento. Sin embargo creemos que esfuerzos como este informe, bajo los parámetros y rigurosidad del GEM, son de gran ayuda para situar mejor a las mujeres en el contexto del emprendimiento y consecuentemente en el contexto del desarrollo económico y social del país.

10. FUENTES

Publicaciones y Referencias Bibliográficas:

- Acs Z.J., P. Arenius, M. Hay, y M. Minniti (2005). *Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2004* Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK..
- Amorós, J.E., P. Cortés, G. Echeopar y T. Flores (2006). *Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Nacional Chile 2005*. Universidad Adolfo Ibáñez y Universidad del Desarrollo. Santiago, Chile.
- Centro de Estudios Empresariales de la Mujer (2006). *Características y perfil de la mujer chilena en el mundo de los negocios: ejecutivas y empresarias*. Universidad del Desarrollo y Mujeres Empresarias. Santiago, Chile.
- Enrione, A., A. Pezoa, J. Martínez, G. Martí y N. Besa (2004). *Global Entrepreneurship Monitor, Chile 2002/3*. ESE Escuela de Negocios, Universidad de los Andes, Santiago Chile.
- Minniti, M., I. E. Allen y N. Langowitz (2006). *Global Entrepreneurship Monitor, 2005 Report on Women and Entrepreneurship*. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Minniti, M., W.D. Bygrave y E. Autio (2006). *Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2005*. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Reynolds, P., N. Bosma y E. Autio (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24(3), 2005-231.

Datos Nacionales Estandarizados:

Banco Mundial, Naciones Unidas, FMI, Organización Mundial de Comercio, UNESCO, OECD y asociaciones de capitales de riesgo.

Encuesta a Población Adulta :

Tipo de estudio	: Encuesta nacional telefónica.
Universo	: Población general mayor de 18 años
Características de la muestra	: Muestra nacional, estratificada por regiones. Probabilística en la selección de fracciones, radios censales y hogares y con selección final del encuestado.
Tamaño de la muestra	: 2.000 casos.
Margen de error	: +/- 2.5 % para distribuciones simétricas (50/50)
Fecha del trabajo de campo	: Del 3/07/2005 hasta el 28/07/2005
Empresa encuestadora en Chile	: Benchmark

Entrevistas a Expertos Nacionales:

Tipo de estudio	: Encuesta a expertos
Tamaño de la muestra	: 33
Fecha del trabajo de campo	: Del 01/05/2005 hasta el 30/06/2005

Entrevistas a mujeres empresarias:

Tipo de estudio:	Encuesta sobre preguntas específicas de género
Tamaño de la muestra:	16
Fecha del trabajo de campo:	Del 20/04/2006 hasta el 30/04/2006

11. LISTADO DE ENTREVISTADOS

Expertos entrevistados en 2005

Cristián Aedo
Álvaro Alliende
Carlos Álvarez
Patricio Arrau
Catherine Barclay
José Miguel Benavente
Eduardo Bitrán
José Joaquín Bruner
Antonio Büchi
Manuel Casanueva
Hernán Cheyre
Andrés Concha
Alejandro Foxley
Alfonso Gómez
José Antonio Guzmán
Alfredo Jocelyn-Holt
Cristián Larroulet
George Lever
Gonzalo Miranda
Andrés Navarro
Óscar Landerretche Moreno
Francisco Orrego B.
Enrique Ostalé
Fernando Prieto
Jorge Rodríguez Grossi
Lucía Santa Cruz
María de los Ángeles Santander
Cristián Shea
Guillermo Tagle
Eugenio Tironi
Pablo Valenzuela Valdés
Iván Vera

Mujeres de la organización "Mujeres Empresarias" entrevistadas en 2006

Angélica Álvarez
Ana María Berho García
Irene Herán Zak
María Beatriz Jabat Blazina
Marianella López Muñoz
Sandra Mejías Aranda
Cristina Montes Astaburuaga
Susan Navia Canales
Patricia Ossa Varas
Isabel Teresa Pinto Buendía
Mónica Ramírez Antonopulos
Josefina Reutter
Carolina Tocornal Errázuriz,
Jimena del Carmen Vera Moreno
Catalina Vidaurre
Geraldine Westenenk Silva

12. EQUIPO GEM CHILE

El proyecto GEM Chile a partir del año 2005 ha sido desarrollado por la alianza de los centros de emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad del Desarrollo.

Centro para el Emprendimiento y la Innovación (CEI) de la Universidad del Desarrollo

El Centro para el Emprendimiento y la Innovación (CEI) de la Universidad del Desarrollo fue fundado en 2002 con el objetivo de fomentar las actividades que despierten y potencien el desarrollo del espíritu emprendedor en el país. Para ello, cuenta con la asesoría de Babson College, universidad número uno en el mundo en la enseñanza del emprendimiento.

www.udd.cl/cei
Contacto: **Patricio Cortés**
pcortes@udd.cl
Tel: (562) 299 92 76

Desde su creación, el CEI agrupa los esfuerzos de la Universidad del Desarrollo en torno al emprendimiento, con cuatro áreas de acción:

- El perfeccionamiento del currículum y la metodología de enseñanza del emprendimiento en las carreras de pregrado y postgrado de la Universidad del Desarrollo.
- La investigación y difusión del conocimiento del emprendimiento en el país.
- El trabajo con jóvenes por medio de talleres en colegios, a través del Proyecto Pioneros.
- La creación de nuevas empresas tanto dentro de otras empresas (emprendimiento corporativo) como emprendimientos personales (empresas independientes).

Centro de Entrepreneurship Grupo Santander de la Universidad Adolfo Ibáñez

El Centro de Entrepreneurship de la Universidad Adolfo Ibáñez se creó con el objetivo de potenciar el desarrollo de la capacidad emprendedora en el país. Esta iniciativa es auspiciada por el Grupo Santander que contribuye generosamente a financiar las actividades del Centro.

www.uai.cl
Contacto: **German Echeopar**
german.echeopar@uai.cl
Tel: (52 2) 675 45 57

La filosofía de acción del Centro parte de la convicción de que en un mundo cada vez más abierto y complejo, y en donde la innovación se convierte en el centro de la competencia, el desarrollo económico dependerá cada vez más de la capacidad emprendedora de las personas y organizaciones para implementar innovaciones.

El Centro de Entrepreneurship fomenta el emprendimiento mediante la implementación de programas de formación de emprendedores, iniciativas de apoyo a la creación de empresas, investigación aplicada en temas de emprendimiento, y difusión del conocimiento generado a través de todas sus actividades. El Centro de Entrepreneurship aporta a estas actividades la experiencia de una institución que desde 1953 se dedica a la formación de emprendedores

13. SOBRE LOS AUTORES

José Ernesto Amorós
eamoros@udd.cl

Licenciado en Administración de Empresas y M.Sc. Marketing, Tecnológico de Monterrey México. Doctor en Management Sciences por ESADE Business School, Universidad Ramón Llull, Barcelona, España. Actualmente se desempeña como investigador del Centro para el Emprendimiento y la Innovación (CEI) de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo. Profesor de Entrepreneurship en la misma Universidad.

Olga Pizarro Stieповić
opizarro@udd.cl

Ingeniero Comercial de la Universidad de Concepción. Magíster en Dirección de Empresas de la Universidad Adolfo Ibáñez. Actualmente se desempeña como investigadora asociada del CEI y Directora de Desarrollo de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo. Es además profesora de liderazgo y desarrollo organizacional en la misma Universidad.

14. AUSPICIADOR

BCI siempre se ha caracterizado por ir a la vanguardia, lo que se ha visto reflejado en innovaciones concretas que nos han permitido mantener vigente el posicionamiento de un banco diferente.

Con más de 68 años de existencia, BCI es hoy uno de los líderes en la industria financiera chilena, con un fuerte foco en el apoyo a la gestión empresarial, siendo el primer banco en implementar Programas de Responsabilidad Social que apoyan el emprendimiento y dan una segunda oportunidad a los que la requieren, a través de dos innovadores programas: Nace y Renace.

Hoy BCI, a través de sus 220 Oficinas a lo largo de Chile y sucursales en el extranjero, atiende a diversos segmentos de la economía, destacando entre ellos el sector empresarial y sus iniciativas de nuevos negocios, las cuales son pilares de nuestro crecimiento como país.

Estos y muchos otros factores reconocidos por la comunidad y en particular por nuestros clientes, nos enorgullecen y hacen de BCI ... un banco diferente.



15. PATROCINADOR

Mujeres Empresarias es una organización que reúne, apoya y lidera a las mujeres empresarias, profesionales y emprendedoras de negocios en el ambiente empresarial. Ofrece productos y servicios que guían y apoyan el desarrollo de negocios dando una solución concreta y efectiva a sus necesidades a través de una red de contactos. Junto a la Universidad del Desarrollo, Mujeres Empresarias formó el Centro de Estudios Empresariales de la Mujer, el primer centro que reúne toda la información referente a la mujer en la economía y los negocios.

En sus cinco años de vida Mujeres Empresarias reúne a más de tres mil socias y ha generado alianzas con importantes organismos representantes del mundo empresarial en Chile y el extranjero. Organiza el listado anual de las 100 Mujeres Líderes de Chile y edita la Revista ME, especializada en temas de mujer y negocios. Asimismo premia a las emprendedoras del año y realiza otros interesantes proyectos, siempre relacionados al emprendimiento femenino de nuestro país.



