

PROGRAMA DE INTERVENCIÓN INTEGRAL EN ADQUISICIÓN DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN Y DE MODELOS DE NEGOCIOS EN EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS DE SUBSISTENCIA PERTENECIENTES AL PROGRAMA MUJERES JEFAS DE HOGAR.

Bastián Eduardo Vargas López- bastianvargas@unach.cl ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0518-7408>

Bastián Eduardo Vargas López es Ingeniero Comercial y Magíster en Gestión de Proyectos de Innovación Social por la Universidad Adventista de Chile. Actualmente se desempeña como Director de la Incubadora de Negocios INCUBA UNACH, donde lidera equipos y gestiona programas de emprendimiento e innovación. Posee más de cuatro años de experiencia en formulación, evaluación y ejecución de proyectos con fondos públicos y privados. Está certificado como Mentor de Negocios y en Dirección de Incubadoras por la Pontificia Universidad Católica de Chile y la Universidad de Salamanca. Su trabajo se centra en fortalecer ecosistemas de innovación, impulsar la inclusión financiera y promover el desarrollo sostenible en comunidades emprendedoras.

Mónica Carolina Acosta Zambrano- monicaacosta@unach.cl ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3091-1564>

Mónica Carolina Acosta Zambrano es Decana de la Facultad de Ingeniería y Negocios de la Universidad Adventista de Chile (UNACH), con amplia experiencia en gestión académica, innovación educativa y liderazgo institucional. Ha impulsado proyectos orientados a la transformación digital, la vinculación con el medio y la mejora continua de la calidad educativa, integrando enfoques de investigación aplicada, formación docente y desarrollo tecnológico. Su trabajo se centra en promover una educación superior más humana, innovadora y comprometida con el desarrollo sostenible, articulando la gestión universitaria con la formación integral de los estudiantes.

INTRODUÇÃO

El emprendimiento se erige como uno de los pilares fundamentales para el desarrollo económico de los países. En materias económicas, al hablar de emprender, según la Real Academia Española, se puede definir al acto de emprender como el acto de iniciar un negocio o alguna obra económica. Este concepto subraya la importancia del emprendimiento como un proceso que no solo genera nuevas oportunidades laborales y dinamiza la actividad económica, sino que también impulsa la innovación, fomentando la competitividad y el valor agregado en los nuevos modelos de negocios. (RAE, 2023). La atracción de inversión local y extranjera, incentivada por el emprendimiento, contribuye significativamente a la diversificación y dinamización de la matriz productiva, lo cual es vital para el desarrollo económico de un país (Ahmad y Seymour, 2008).

Así también el emprendimiento es parte fundamental para la autonomía de las personas en una sociedad, donde el trabajo dependiente carece de oferta y las remuneraciones no son las más adecuadas; aún más en un contexto donde la inflación ha sido un factor relevante para la economía de los países en los últimos años en América Latina. Según (De Somocurcio Bertocchi Fabrizzio, 2024), por medio de una revisión en base a los factores que inciden en la inflación en América Latina y el Caribe, y EE.UU., hace mención que el alza sostenido en el nivel de precios de bienes y servicios se vió incrementado entre los años 2021 y 2023, por la interrupción en las cadenas de suministros que dejó como efecto la pandemia por Covid-19 y la reciente guerra que se encuentra en desarrollo a la fecha entre Rusia y Ucrania en el norte de Europa y parte de Asia. El autor menciona también que las diferencias económicas actualmente presentes en la población de los diferentes países de la región, pueden incrementar a causa de la inflación en países cuyas economías se encuentren en vías de desarrollo, lo cual se encuentre en pleno acuerdo con lo citado por Garciamartin et. al (2020), en base a los modelos de consumo en cada uno de los diferentes países de la región.

De acuerdo a lo anterior, según el informe nacional en América Latina se destaca por su alta propensión al emprendimiento, más del 25% de la población adulta se autoidentifica como emprendedora, y aproximadamente el 66% de los ciudadanos conoce a alguien que emprende; es así como se revela que, aunque hubo un aumento del 11% en la actividad emprendedora en 2019 respecto a 2018, el 73% correspondía a emprendimientos nacientes, es decir, aquellos en etapas muy iniciales (GEM, 2021).

En Chile, el emprendimiento presenta cifras destacables. De acuerdo con la VII Encuesta de Microemprendimiento realizada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y el

Instituto Nacional de Estadística, en 2022 se registraron 1.977.426 personas emprendedoras, de las cuales el 41,7% correspondían a mujeres, totalizando 804.278 emprendedoras (MINECON, 2022). Este panorama refleja la creciente participación femenina en el ámbito empresarial, esto dado que las mujeres emprendedoras, a menudo impulsadas por la necesidad y la búsqueda de flexibilidad, enfrentan barreras significativas como el acceso limitado a financiamiento y redes comerciales, pero su participación puede promover la equidad de género y el crecimiento económico (Ellis, A., 2010).

El informe de Empresas en Chile del Ministerio de Economía (2017) muestra que el 49,1% de las empresas en el país son creadas por personas naturales, y el 62,1% de estas empresas son creadas por mujeres. Sin embargo, esta participación disminuye a medida que las empresas crecen. Esto destaca la necesidad de evaluar y mitigar las brechas que dificultan el crecimiento del emprendimiento femenino.

En respuesta a estos desafíos, Chile ha implementado programas como el Programa Mujeres Jefas de Hogar (PMJH), dirigido por el Servicio Nacional de Equidad de Género (SERNAMEG). Este programa busca fomentar la independencia económica de las mujeres jefas de hogar, brindándoles herramientas para generar y gestionar sus propios ingresos (MIDES, 2023). Según datos del Banco Mundial, las mujeres dedican un 10,8% más de tiempo al trabajo doméstico no remunerado en comparación con los hombres, lo que subraya la importancia de estos programas para equilibrar las responsabilidades laborales y domésticas (World Bank Group, 2022).

Por otro lado en cuanto a las motivaciones que impulsan a los individuos a emprender es crucial. En la región de Ñuble, el 33,5% de los emprendedores son mujeres, y de estas, el 58,4% inició sus actividades por necesidad, mientras que el 30% lo hizo por oportunidad (MINECON, 2022). La incertidumbre inherente al emprendimiento plantea desafíos significativos, pero también convierte esta actividad en una herramienta vital para la generación de ingresos autónomos, ya sea como fuente principal o complementaria de ingresos. Las motivaciones para emprender entre las mujeres suelen estar vinculadas a factores salariales. Según el INE (2020), un 57,4% de las mujeres emprenden por necesidad, frente al 40,1% de los hombres. Esta disparidad se refleja en las cifras de empleo vulnerable, donde el 23,4% de las mujeres y el 23,3% de los hombres están en empleos que no aseguran protección social y económica (World Bank Group, 2022).

En Chile, desde 2019 hasta la fecha, se ha observado una marcada disminución en la tasa de emprendimientos, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021. Este descenso se refleja en la percepción de capacidades, modelos de referencia y deseos de emprender de los chilenos. El informe nacional atribuye esta tendencia a factores externos, como el estallido social en 2019 y la pandemia de Covid-19 a partir de marzo de 2020, eventos que generaron un ambiente de incertidumbre para la iniciativa de nuevos negocios o el fortalecimiento de los existentes. Estos

factores también afectaron a la población que trabajaba a tiempo parcial, completo o de forma independiente. Las cifras del informe indican que el 70% de la población experimentó una disminución en sus ingresos familiares, y cerca del 60% de la población autoempleada cerró sus modelos de negocio. Estos datos subrayan la urgencia de fortalecer la cultura emprendedora en todas las áreas, desde la concepción de una idea de negocio.

Finalmente, según Instituto Nacional de Estadística (2020) al desglosar el apartado respecto a la motivación por emprender, podemos ver que la necesidad de obtener ingresos que satisfagan las necesidades básicas, vemos que este se ve representado entre el público masculino y femenino en un 31% y un 39,4% respectivamente, prevaleciendo las motivaciones en las mujeres. Sin embargo las motivaciones que justifican la necesidad de emprender en ambos sectores son: no lograr encontrar trabajo como asalariado en un 25,4% y el ser desvinculado de un trabajo como dependiente con un 19,1% en los hombres. Mientras tanto que en las mujeres que emprenden por necesidad se debe a factores como flexibilidad y compatibilidad del emprendimiento mismo con el trabajo de cuidado y actividades domésticas en el hogar, siendo esto representado por un 39,7% versus el 17,1% de los hombres que lo hace por estas razones. Este problema también resultó afectar a los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por la ONU para la agenda 2030, específicamente hablando de los objetivos 1, 4, 5 y 8; de los cuáles Chile no está ausente de la problemática social y cómo esto influye directamente en materias de desarrollo sostenible.

Objetivo General:

Evaluar la eficacia un programa de intervención integral en adquisición de estrategias de Innovación y de Modelos de Negocios en emprendimientos femeninos de subsistencia pertenecientes al Programa Mujeres Jefas de Hogar.

Objetivos Específicos:

- a. Realizar un diagnóstico de la situación actual respecto a las estrategias de innovación utilizadas por mujeres jefas de hogar que poseen emprendimientos de subsistencia, en sus respectivos modelos de negocios.
- b. Diseñar un programa de intervención que abarque capacitación, asesoría y herramientas prácticas para las mujeres jefas de hogar emprendedoras en Chillán Viejo.
- c. Implementar el programa de intervención por medio de los proyectos de Vinculación con el Medio de la carrera de Ingeniería Comercial, con un grupo representativo de mujeres emprendedoras de subsistencia del Programa Jefas de Hogar de Chillán Viejo.

METODOLOGÍA

1. Tipo de proyecto de intervención:

El proyecto de intervención tuvo un enfoque cuantitativo preexperimental de una sola muestra para fortalecer emprendimientos liderados por mujeres jefas de hogar en la comuna de Chillán Viejo, por medio de los proyectos de Vinculación con el Medio de la Facultad de Ingeniería y Negocios de la Universidad Adventista de Chile.

2. Caracterización de los participantes y lugar de intervención:

Caracterización de Participantes: Las beneficiarias del proyecto fueron 25 emprendedoras pertenecientes al 60% más vulnerable según el Registro Social de Hogares y que hayan sido parte del Programa Mujeres Jefas de Hogar de la comuna de Chillán Viejo, que hayan contado con un emprendimiento de subsistencia, que hayan participado de algún proyecto de VcM de la Facultad de Ingeniería y Negocios de la UNACH y que tengan responsabilidades familiares mayores o sean responsables de la salud de algún integrante de su familia en forma parcial o total.

Los criterios de exclusión fueron: Mujeres Jefas de Hogar de comunas ajena a Chillán Viejo, beneficiarias que hayan participado de los programas PMJH y que hoy se encuentren empleadas a tiempo completo, ya sea contrato a plazo o indefinido., beneficiarias del PMJH de años anteriores al periodo 2022-2023.

3. Entorno:

La intervención se llevó a cabo en la comuna de Chillán Viejo y en espacios disponibles de la Universidad Adventista de Chile, donde se llevaron a cabo encuentros, reuniones, capacitaciones y otras jornadas o eventos del proyecto. De la misma forma se buscó desarrollar entrevistas de manera online con las beneficiarias, para los casos en que la reunión en forma presencial no sea posible.

4. Diagnóstico:

Para el diagnóstico del grupo objetivo, se utilizó la encuesta de caracterización de microemprendimientos aplicada a las usuarias correspondiente a la etapa previa al inicio del Programa Mujeres Jefas de Hogar de Chillán Viejo. Este instrumento es desarrollado por el Instituto Nacional de Estadísticas y el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2023). Para efectos de este proyecto de intervención, se recurrió a la Séptima Encuesta de Microemprendimiento (EME 7), para caracterizar las personas microemprendedoras formales e informales del país.

5. Intervención:

La intervención se desarrolló en dos etapas principales, ambas diseñadas bajo la metodología de Aprendizaje y Servicio (APS). La primera etapa se llevó a cabo en el marco del proyecto de Vinculación con el Medio de la carrera de Ingeniería Comercial titulado “Innovando Emprendo”. En esta fase, se utilizó la metodología Design Thinking para diagnosticar el emprendimiento, identificando su modelo de negocios y descubriendo los problemas que afectan el alcance de los objetivos específicos. A partir de este diagnóstico, se definió el problema principal que requeriría una solución innovadora.

Una vez identificado el problema, se procedió a diseñar una idea de solución innovadora que busque responder a la necesidad específica de la emprendedora. Este proceso incluyó la creación de un prototipo, el cual fue probado en el contexto real del emprendimiento. Posteriormente, se evaluó la efectividad de la solución mediante una revisión sistemática de los resultados obtenidos. Los posibles desenlaces incluyeron la validación de la solución, evidenciando un cambio positivo en la conducta y los conocimientos de la emprendedora, o la necesidad de ajustes, ya sea por problemas en la implementación o en la definición inicial del problema.

La implementación de esta primera etapa se realizó a través de cuatro talleres teórico-prácticos basados en el modelo CANVAS, integrando paralelamente las etapas del Design Thinking. El primer taller abordó la propuesta de valor y el mapa de empatía del cliente. El segundo se enfocó en la segmentación de clientes, relación con los clientes y canales de distribución (sector derecho del CANVAS). El tercero cubrió a los asociados clave, actividades clave y recursos clave (sector izquierdo del CANVAS). Finalmente, el cuarto taller trató la estructura de costos, flujo de efectivo y herramientas digitales para marketing. Además, se contó con un acompañamiento semanal para reforzar los aprendizajes y guiar el avance de las emprendedoras.

La segunda etapa, desarrollada en el marco del proyecto de Vinculación con el Medio “Creando Emprendo”, se enfocó en la creación y gestión estratégica del emprendimiento, dando continuidad al trabajo realizado en la primera fase. Esta etapa consistió en cinco talleres. En la primera sesión, se enseñó a las emprendedoras a crear un video pitch, resaltando su importancia para acceder a fondos de inversión y otras oportunidades de financiamiento. En la segunda sesión, se revisó y ajustó los detalles del modelo CANVAS trabajado previamente, con el objetivo de garantizar un enfoque sólido y corregir posibles debilidades.

En la tercera sesión, se abordó el análisis de mercado y la segmentación del público objetivo, trabajando en estrategias de marketing y posicionamiento para fortalecer la competitividad del modelo de negocios. La cuarta sesión fue dedicada al estudio financiero, técnico y organizacional del emprendimiento, integrando herramientas de planificación presupuestaria y organizacional clave para

su viabilidad. Finalmente, en la quinta sesión se realizó un acompañamiento directo al emprendimiento, revisando los detalles pendientes y consolidando todo el trabajo en un plan de negocios. Este plan, junto con el video pitch, fue una herramienta clave para que las emprendedoras puedan postular a fondos de inversión públicos o privados.

Ambas etapas fueron diseñadas para fomentar el aprendizaje significativo y empoderar a las emprendedoras, entregándoles herramientas prácticas y estrategias innovadoras que aseguren la sostenibilidad y éxito de sus proyectos.

6. Post Intervención:

Una vez realizada la intervención en sus 2 etapas, se aplicó el retest por medio de un instrumento que permitió realizar la medición de impacto en el desarrollo de un programa de intervención integral de Innovación y Modelos de Negocios, para elevar el nivel de autonomía en emprendimientos femeninos; lo cual fue observado en el aumento de ventas, de la productividad, postulación y adjudicación a fondos de inversión. El instrumento considerado en esta fase correspondió a:

- Séptima Encuesta de Microemprendimiento (EME 7) desarrollado por el Instituto Nacional de Estadísticas y el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2023), para caracterizar las personas microemprendedoras formales e informales del país.

7. Análisis de datos:

Para el análisis de los datos de la intervención se consideró el siguiente tipo de análisis:

- Cuantitativo: Por medio de la utilización de software JAMOVI, para evaluar medias de tendencia antes y después de la intervención, frecuencias, porcentajes, además de pruebas paramétricas o no paramétricas como T de Student y Wilcoxon respectivamente; además de análisis de correlaciones de Sperman o Pearson.

8. Consideraciones éticas:

La siguiente propuesta de intervención fue enviada al comité de ética de la Dirección de Investigación de la Universidad Adventista de Chile, para que esta pueda ser evaluada y aprobada para su correcta implementación.

RESULTADOS

De acuerdo a los datos sociodemográficos (tabla 1) la mayoría de las participantes presentaban una edad entre el intervalo de 47 a 57 años (37.5%). El grupo de mayores de 58 años es el menos frecuente, representando solo el 12.5% de la muestra. En cuanto al nivel educativo, la mayoría de los participantes ha completado la educación media (50.0%), mientras que el resto se distribuye equitativamente entre otros niveles, como educación básica completa (12.5%), técnico medio incompleto (12.5%), técnico superior completo (12.5%) y técnico superior incompleto (12.5%). Estos resultados sugieren que la muestra está compuesta predominantemente por adultos de mediana edad con un nivel educativo mayormente centrado en la educación media completa.

Tabla 1: Datos sociodemográficos de las mujeres participantes en la intervención integral en adquisición de estrategias de Innovación y de Modelos de Negocios en emprendimientos femeninos

Intervalo	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Edad			
De 47 a 57 años	3	37.5%	37.5%
De 25 a 35 años	2	25.0%	62.5%
De 36 a 46 años	2	25.0%	87.5%
Mayores de 58 años	1	12.5%	100.0%
Nivel educacional			
Educación Básica Completa	1	12.5%	12.5%
Educación Media Completa	4	50.0%	62.5%
Técnico Medio Incompleta	1	12.5%	75.0%
Técnico Superior Completa	1	12.5%	87.5%
Técnico Superior Incompleta	1	12.5%	100.0%

En la tabla 2 se puede evidenciar que al analizar la situación laboral de los participantes antes y después del inicio de su negocio o actividad por cuenta propia, la mayoría no trabajaba para un empleador en la etapa previa (87.5%), aunque esta proporción disminuyó al 75.0% después del inicio de su emprendimiento. En contraste, el porcentaje de quienes estaban empleados aumentó del 12.5% al 25.0%, aunque esta diferencia no resultó estadísticamente significativa ($p = 0.456$). En cuanto a la motivación principal para iniciar su propio negocio, la mayoría de los participantes (75.0%) mencionó la necesidad de obtener ingresos suficientes para cubrir sus necesidades básicas en la etapa previa. Asimismo, la proporción de personas que iniciaron su negocio debido a responsabilidades familiares con hijos aumentó del 12.5% al 37.5%. Factores como la expectativa de mayores ingresos y la

realización personal se mantuvieron constantes o tuvieron un incremento leve, pero sin diferencias estadísticamente significativas ($p = 0.814$). Estos resultados sugieren que la motivación económica sigue siendo predominante, aunque con un cambio en las prioridades, reflejando una mayor influencia de las responsabilidades familiares en la decisión de emprender.

Tabla 2: Información con respecto a las actividades propias de las mujeres participantes de la intervención

Actualmente se encuentra trabajando para un empleador	Pre (n)	% del Total	Pos (n)	% del Total	valor p
No	8	87,5	6	75,0%	0,456
si	1	25,0%	2	25,0%	
Motivación principal por la cual inició su actual negocio o actividad por cuenta propia					
Iniciar su propio negocio o actividad independiente	0	0	1	12,5	0,814
Expectativa de mayores ingresos respecto a su ocupación anterior	1	12,5	1	12,5	
Obtener ingresos suficientes para necesidades básicas	6	75	2	25	
Realización personal	0	0	1	12,5	
Responsabilidades familiares con hijos	1	12,5	3	37,5	

Al analizar la actividad económica de las emprendedoras (tabla 3) se muestra que la distribución de los rubros productivos es homogénea para cada actividad, con una participación del 12.5% en cada categoría. Sin embargo, se observó un leve incremento en el sector de artesanías y corte y confección, que aumentaron del 12.5% al 25% en la etapa posterior a la intervención. En cuanto a la localización del negocio, la mayoría trabaja desde su vivienda, teniendo una instalación especial (50.0%) o con una estructura adaptada para la actividad (25.0%), sin variaciones significativas tras el periodo evaluado ($p = 1.00$). Respecto a la infraestructura utilizada, el 50.0% de los emprendedores cuenta con un local propio pagado, y el 12.5% labora en condiciones más precarias, como espacios ambulantes, arrendados o sin local fijo, sin cambios estadísticamente significativas entre las mediciones pre y post intervención. En términos de costos operativos, los principales egresos se asocian a la adquisición de mercadería, materias primas y materiales (37.5%), seguido de gastos combinados con servicios básicos (37.5%) y otros rubros complementarios como combustibles o mantenimiento de equipos (12.5%). La ausencia de diferencias significativas en la distribución de recursos y estructura de operación sugiere estabilidad en el modelo de negocio de los emprendedores durante el periodo analizado ($p > 0.05$).

Tabla 3: Análisis de la actividad económica de las emprendedoras participantes de la intervención integral

Actividad principal de su negocio o actividad por cuenta propia	n Pre	%	n Pos	%	p
Amigurumi a crochet	1	12.5%	1	12.5%	0,298
Artesanías	1	12.5%	2	25%	
Coctelería y pastelería seca	1	12.5%	1	12.5%	
Corte y confección	1	12.5%	2	25%	
Manicurista	1	12.5%	1	12.5%	
Masajes terapéuticos	1	12.5%	1	12.5%	
Preparación de desayunos	1	12.5%	1	12.5%	
Producción de hortalizas y plantas ornamentales	1	12.5%	1	12.5%	
Lugar donde se realiza su negocio					
Dentro de su vivienda con una instalación especial	2	25.0%	2	25.0%	1
Dentro de su vivienda sin una instalación especial	4	50.0%	4	50.0%	
En calle o espacio público	1	12.5%	1	12.5%	
En casa o negocio del cliente (a domicilio)	1	12.5%	1	12.5%	
Local, instalaciones o el vehículo en las que trabaja					
Ambulante	1	12.5%	1	12.5%	1
Arrendado	1	12.5%	1	12.5%	
No tengo local	1	12.5%	1	12.5%	
Propio pagado	4	50.0%	4	50.0%	
Propio por pagar (dividendo)	1	12.5%	1	12.5%	
Gastos en los últimos 12 meses					
Mercadería, materias primas, materiales e insumos	3	37.5%	3	37.5%	1
Mercadería, materias primas, materiales e insumos, Servicios básicos (agua, luz, gas, telefonía e internet)	3	37.5%	3	37.5%	
Mercadería, materias primas, materiales e insumos, Servicios básicos (agua, luz, gas, telefonía e internet), Gasolina y diésel	1	12.5%	1	12.5%	
Mercadería, materias primas, materiales e insumos, Servicios básicos (agua, luz, gas, telefonía e internet), Otros gastos (en arriendo de maquinaria, reparaciones, mantención repuestos, herramientas menores, aceite y lubricantes)	1	12.5%	1	12.5%	

De acuerdo a la tabla 4 se observa que los ingresos de los emprendedores revela que un 62.5% de los encuestados recibe ingresos provenientes de fuentes externas como arriendos, jubilaciones o subsidios, sin cambios entre las mediciones pre y post intervención. En términos de gestión financiera,

la capacidad para diferenciar los gastos del negocio de los gastos personales aumento, pasando de un 25.0% a 50%, lo que sugiere la adquisición de herramientas en la administración contable. En cuanto a la formalización de actividades, inicialmente, el 100% de los emprendedores no había iniciado actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (SII), aunque posteriormente un 12.5% lo hizo bajo la figura de empresa constituida como persona natural. La principal razón para no formalizar el negocio fue la percepción de que la actividad es demasiado pequeña o poco frecuente, aunque este porcentaje disminuyó del 100% al 75%, mientras que nuevas barreras, como problemas de salud, comenzaron aemerger (12.5%). Todos los emprendimientos se enmarcan dentro de la categoría de microempresas, con una dotación de entre 1 y 9 trabajadores. En relación con los ingresos anuales por ventas y servicios, se observa una alta variabilidad en los montos declarados, con algunos incrementos en ciertos segmentos, aunque sin diferencias estadísticamente significativas ($p > 0.05$). Por lo tanto, estos resultados reflejan la persistencia de un alto grado de informalidad y dificultades en la gestión financiera de los negocios, factores que podrían influir en la sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo.

Tabla 4: Condición económica, fuentes de ingreso y estructura de la empresa de mujeres participantes de la intervención integral

Ingresos provenientes de otras fuentes: ¿arriendos, jubilación, pensión, subsidio u otros?	n Pre	%	n Pos	%	valor de p
No	3	37.5%	3	37.5%	0,102
Si	5	62.5%	5	62.5%	
A través de la contabilidad, ¿puede separar los gastos de su negocio o actividad por cuenta propia de los gastos de su hogar?					
No	4	50.0%	6	75%	0,317
Si	4	50.0%	2	25%	
¿Inició actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII)?					
No	8	100%	7	87.5%	0,157
Sí, como empresa constituida como persona natural	0	0	1	12.5%	
Principal razón por la que no ha iniciado actividades de su negocio o actividad por cuenta propia ante el Servicio de Impuestos Internos (SII)					

El negocio es demasiado pequeño o la actividad es poco frecuente	8	100%	6	75.0%	0,083
El negocio es demasiado pequeño y por problemas de salud	0	0	1	12.5%	
Si tengo iniciación de actividades	0	0	1	12.5%	
Cantidad					
Entre 1 y 9 trabajadores	8	100.0%	100.0%		
¿Promedio de ingresos anuales por ventas y servicios?	n Pre	% del Total	n Pos	%	
1.000.000	1	12,5%	2	25%	0,453
10000000	1	12,5%	1	12,5%	
156000	1	12,5%	1	12,5%	
4.000.000	2	12,5%	2	25%	
400.000	1	12,5%	1	12,5%	
600000	1	12,5%	1	12,5%	
800	1	12,5%	0	0	

Con respecto a actividades propias de la efectividad de la intervención en la tabla 5 se observa un avance significativo en el conocimiento y acceso de los emprendedores a los servicios y beneficios ofrecidos por diversas instituciones de apoyo. Antes de la intervención, ninguno de los participantes tenía conocimiento sobre programas de entidades como FOSIS, SENCE, SERCOTEC, CORFO o PRODEMU. Sin embargo, después del proceso, el 12.5% de los encuestados declaró conocer al menos una de estas instituciones y sus beneficios, lo que sugiere una mayor difusión de la información sobre apoyo al emprendimiento ($p = 0.008$). En cuanto a la capacitación, se observa una mejora notable. Inicialmente, el 100% de los emprendedores no había recibido ningún tipo de formación. Tras la intervención, un 12.5% participó en cursos relacionados con la formulación de proyectos, corte y confección, manicura, depilación y masajes, entre otros. Este cambio indica que los emprendedores han comenzado a acceder a herramientas que pueden fortalecer sus habilidades y mejorar la sostenibilidad de sus negocios ($p = 0.039$). Es así como estos resultados reflejan una evolución positiva en la búsqueda de oportunidades de capacitación y en la identificación de instituciones de apoyo, factores clave para el crecimiento y formalización de los emprendimientos.

Tabla 5: Conocimiento de capacitaciones ofrecidas a un grupo de emprendedoras en Chillan.

Conocimiento de los servicios o beneficios ofrecidos por alguna de las siguientes instituciones	n Pre	%	n Pos	%	valor de p

Fosis	0	0	1	12.5%	0,008
Fosis, Prodemu(Fundación de Promoción y Desarrollo de la Mujer)	0	0	1	12.5%	
Fosis, Sence, Prodemu(Fundación de Promoción y Desarrollo de la Mujer)	0	0	1	12.5%	
Fosis, Sercotec	0	0	1	12.5%	
Fosis, Sercotec, Corfo/ Innova Chile, Indap, Sence, Prodemu(Fundación de Promoción y Desarrollo de la Mujer)	0	0	1	12.5%	
Fosis, Sercotec, Corfo/ Innova Chile, Sence, Prodemu(Fundación de Promoción y Desarrollo de la Mujer)	0	0	1	12.5%	
Sence, Prodemu(Fundación de Promoción y Desarrollo de la Mujer)	0	0	1	12.5%	
Sercotec, Sence, PMJH	0	0	1	12.5%	
Capacitación					
No ha recibido	8	100%	1	12.5%	0,039
Capacitaciones dictadas por unach	0	0	1	12.5%	
Capacitación en la formulación de proyectos	0	0	1	12.5%	
Curso corte y confección	0	0	1	12.5%	
Emprende	0	0	1	12.5%	
Formulación de proyecto	0	0	1	12.5%	
Formulación de proyectos	0	0	1	12.5%	
Manicura	0	0	1	12.5%	
Manicure, depilación, masajes.	0	0	1	12.5%	

Discusión

En este estudio la mayoría de las participantes presentan una edad mediana y una educación media completa, este resultado es diferente al presentado en una estudio en México por Flores y su grupo (2024) donde la mayoría de los emprendedores eran adultos mayores con un nivel educativo, esto posiblemente se destaca en que la propensión a emprender es alta en personas con una educación básica o media debido a que tienen menos oportunidades de empleo que la población que ha accedido a educación superior. Sin embargo, en un estudio realizado en Chile por se contrasta que la mayoría de los Jóvenes del sexo femenino emprendedoras pertenecen a grupos universitarios, permitiendo adquirir recursos para sus estudios o gastos diarios (Quintana y Riquelme, 2025).

En este estudio se evidencio que la principal motivación para emprender fue la necesidad de obtener ingresos suficientes para necesidades básicas, sin embargo, la mayoría de las usurarias comentaban que consideraban su negocio demasiado pequeño y algunos problemas de salud influyen en su crecimiento y expansión, En un estudio del 2025 se identificaron oportunidades y desafíos que enfrentan los emprendedores, así como las desigualdades y particularidades que afectan su éxito, se destaca que factores como el género, el estado civil y la edad influyen en la disposición y capacidad de emprender, mientras que la educación y la formación son herramientas clave para potenciar habilidades empresariales; asimismo, se encontró que la ubicación geográfica determina el acceso a recursos y mercados, lo que incide directamente en la sostenibilidad del negocio (Limones *et al.*, 2025)

En este estudio las participantes destacaron la importancia y utilidad de la intervención en la organización y desarrollo de su negocio; en un estudio del 2025 se evidenció la creación de un emprendimiento y su éxito requiere condiciones como acceso al financiamiento, capacitación adecuada y un entorno regulatorio favorable; por tanto las intervenciones integrales permiten evitar la quiebra ante la falta de gestión financiera, permitiendo la fluidez y planificación de la empresa (Espín *et al.*, 2022). El 50% de los emprendimientos sobreviven los primeros cinco años debido a la falta de organización y fluidez financiera (OECD, 2022). En Ecuador solo el 30% de los nuevos negocios sobreviven no más de tres años pero al tener acceso a información precisa y actualizada en áreas como finanzas, contabilidad o administración ayuda a los emprendedores prepararse ante el mercado financiero y enfrentarse con mayores herramientas ante su competencia (Macedonio *et al.*, 2025).

Las intervenciones integrales para emprendedores juegan un papel fundamental en la promoción del desarrollo comunitario y la sostenibilidad de los negocios, especialmente en sectores con alto impacto social y económico, en el proyecto titulado "Diseño de una estrategia psicosocial basada en talleres experienciales para la promoción de la autogestión comunitaria en emprendedores de turismo de naturaleza del municipio de Lejanías (Colombia)" evidencia la importancia de estrategias que no solo aborden aspectos económicos y técnicos, sino que también consideren el desarrollo de habilidades psicosociales como el liderazgo, la autogestión y la toma de decisiones; evidenciando que los programas de intervención que aborden de manera integral las barreras y oportunidades de los emprendedores permiten la autogestión comunitaria resaltando la importancia de la colaboración y el trabajo en red para el desarrollo económico local, alineándose con enfoques de economía social impactando en la calidad de vida de los emprendedores, promoviendo el empleo (Mendieta, 2025).

Si bien los hallazgos de este estudio aportan información valiosa sobre la importancia de las intervenciones integrales para emprendedores, una de las principales limitaciones fue la baja participación de las emprendedoras, lo que podría haber influido en la representatividad de los resultados y en la posibilidad de identificar cambios significativos en los efectos de la intervención.

Por ello, se recomienda que futuros estudios aborden esta limitante mediante estrategias que incentiven una mayor participación de emprendedoras, un ejemplo el uso de plataformas digitales para el seguimiento y acompañamiento, y la articulación con redes de apoyo comunitarias que faciliten su integración.

CONCLUSIÓN

Se concluye que un programa de intervención integral permite la adquisición de conocimiento con respecto a instituciones que apoyan, acceso a capacitaciones o talleres, formalización de inicio de actividades económicas sin embargo persiste el desafío con la gestión financiera y sostenibilidad de los negocios a futuro. Aunque se evidenció mejoras en recursos y formación, existió una baja participación de las emprendedoras siendo un limitante en la representatividad de los resultados, con respecto al impacto el programa se logró fomentar la apropiación de herramientas de gestión e innovación, pero no se evidenciaron cambios significativos, es así como de deben fortalecer a futuro estrategias de acompañamiento post intervención. Por lo tanto, se recomienda que futuras intervenciones consideren mecanismos de seguimiento más prolongados, metodologías más flexibles que se adapten a las realidades de las emprendedoras, y estrategias que fomenten una mayor participación.

REFERÊNCIAS

- Ahmad, N., & Seymour, R. G. (2008). Defining entrepreneurial activity. En *OECD Statistics Working Papers*. <https://doi.org/10.1787/243164686763>
- De Análisis, D. (s. f.). *ENFOQUE DE GÉNERO Y MICROEMPRENDIMIENTO*. Gob.cl. Recuperado 24 de agosto de 2023, de https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/microemprendimiento/publicaciones-y-anuarios/documentos/enfoque-genero-microemprendimiento-vi-eme-2019.pdf?sfvrsn=3561f40f_4

De Empresas, C. E. L. (s. f.). *Informe de resultados: Empresas en Chile*. Gob.cl. Recuperado 24 de agosto de 2023, de <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2017/03/Bolet%C3%ADn-empresas-en-Chile-ELE4.pdf>

De Somocurcio Bertocchi Fabrizzio, R. (2024, 1 febrero). *Disertación sobre la inflación reciente en Estados Unidos y América Latina*. <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/4314>

El estado del emprendimiento femenino en Chile. (s. f.). E-certchile.cl. Recuperado 24 de agosto de 2023, de <https://www.e-certchile.cl/noticias/el-estado-del-emprendimiento-femenino-en-chile>

Ellis, A. N., Orlando, M. B., Boudet, A. M. M., Piras, C., Reimao, M., Cutura, J., Frickenstein, J., Perez, A., & De Castro, O. (2010). Women's Economic Opportunities in the Formal Private Sector in Latin America and the Caribbean: A Focus on Entrepreneurship. En *Inter-American Development Bank eBooks*. <https://doi.org/10.18235/0012305>

Flores, M. T., Saavedra-Leyva, R. E., & Flores, D. C. (2025). Diversidad del perfil emprendedor en Puebla, México: un enfoque probabilístico. Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía, 56(220), 153-181.

Garcimartín, C., Astudillo, J., & Martínez, A. (Febrero de 2021). Inflation and income distribution in Central America, Mexico, Panama, and the Dominican Republic. Review of Development Economics, 25(1), 315-339.

Gender Data Portal. (s. f.). World Bank Gender Data Portal. Recuperado 24 de agosto de 2023, de <https://genderdata.worldbank.org/countries/chile/>

Lanzamiento GEM Chile 2021: 79% de los chilenos considera el emprendimiento como una carrera profesional deseable. (2022, agosto 3). Global Entrepreneurship Monitor Chile. <https://negocios.udd.cl/gemchile/2022/08/03/lanzamiento-gem-chile-2021-79-de-los-chilenos-considera-el-emprendimiento-como-una-carrera-profesional-deseable/>

Limones Sánchez, K. A., Muñoz Ochoa, E. A., Pérez Parra, N. G., Tomás Yela Burgos, R., & Rivera Velasco, J. L. (2025). El Emprendimiento y su Contribución en el Desarrollo Local de Quevedo. Revista Veritas De Difusão Científica, 6(1), 616–643. <https://doi.org/10.61616/rvdc.v6i1.424>

Macedonio Toledo, N., Lomelí Gutiérrez, R., & Hernández Ríos, G. (2025). Mujeres y trabajo. Un caso de vida laboral y familiar en Minatitlán, Veracruz. Políticas Sociales Sectoriales, 3(1), 52 – 72. Recuperado a partir de <https://politicassociales.uanl.mx/index.php/pss/article/view/129>

Mendieta, Y. E. (2025). Diseño de una estrategia psicosocial basada en talleres experienciales para la promoción de la autogestión comunitaria en emprendedores de turismo de naturaleza del municipio

de Lejanías (Colombia). [Proyecto aplicado]. Repositorio Institucional UNAD.
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/66522>

Perez, A. (2019, agosto 2). *Estudio revela que un 73% de las mujeres en Chile se hace cargo de su familia*. Noticias de la Universidad de Playa Ancha. <https://www.upla.cl/noticias/2019/08/02/estudio-revela-que-un-73-de-las-mujeres-en-chile-se-hace-cargo-de-su-familia/>

Proportion of time spent on unpaid domestic and care work (% of 24 hour day). (s. f.). World Bank Gender Data Portal. Recuperado 24 de agosto de 2023, de https://genderdata.worldbank.org/indicators/sg-tim-uwrk/?view=trend&geos=WLD_CHL.

(S. f.). Gob.cl. Recuperado 24 de agosto de 2023, de <https://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/btca/txtcompleto/midesocial/cta.pub-mds-2012mensaje.pdf>

Quintano-Méndez, F., Riquelme-Segura, L., Morales-Pizarro, J., Balmaceda-Gallardo, I., & Manríquez-Bravo, G. (2025). Perfil emprendedor en estudiantes de educación superior chilenos. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 23(1), 1-24.

Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género. (s. f.). *Programa Mujeres Jefas de Hogar*. Gob.cl. Recuperado 24 de agosto de 2023, de <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/12885-programa-mujeres-jefas-de-hogar>

Tomás Serey, M. G. (s. f.). *REPORTE NACIONAL DE CHILE 2020*. Dsc.cloud. Recuperado 24 de agosto de 2023, de <https://dsc.cloud/f46b2e/gem-nacional-2020-final-1628890051-Ej5eyOsOKHm0GONbWvyesTl8NCtSwE3VsJZRgq8oQ94RtPEiAOmDqJzCYhxLBjWkrWZ270TPe4iW6oexAzgO2cIZ0GWto2q5qKkT.pdf>

Zamora-Boza, C. S. (s. f.). *La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador*. *Importance of Entrepreneurship to the Economy: The Case of Ecuador*. Revistaespacios.com. Recuperado 24 de agosto de 2023, de <https://w.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>