



FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**Diagnóstico y propuesta de intervención en emprendimiento, autoestima y habilidades
sociales en mujeres dirigentes rurales de la región del Maule**

Tesis para optar al grado de Magíster en Psicología Social
Mención en gestión y desarrollo de organizaciones saludables

Autor: Victoria Paz González Alzamora

Profesor Guía: Andrés Jiménez Figueroa

Talca, 2012

CONSTANCIA

La Dirección del Sistema de Bibliotecas a través de su unidad de procesos técnicos certifica que el autor del siguiente trabajo de titulación ha firmado su autorización para la reproducción en forma total o parcial e ilimitada del mismo.



Talca, 2019

Resumen

El objetivo de este estudio es diagnosticar de forma descriptiva los niveles de autoestima, capacidad emprendedora y habilidades sociales, de mujeres dirigentes de la región del Maule, para diseñar un plan de intervención que permita el desarrollo de las variables anteriormente mencionadas. La muestra del estudio corresponde a **34** mujeres dirigentes rurales, pertenecientes a distintas localidades de la región del Maule, y que en conjunto conforman la Mesa Mujer Rural de la Región.

Se administraron técnicas cuantitativas, relativas a las escalas de autoestima de Rosenberg, Habilidades Sociales y Capacidad emprendedora.

Los resultados muestran que las mujeres se sienten escasamente empoderadas de su rol de dirigentes, presentando un nivel de autoestima medio, con habilidades sociales medianamente desarrolladas. Por otra parte, la evidencia cualitativa concuerda en la influencia que tienen estas variables a la hora de iniciar un negocio, lo que conlleva a la desmotivación y finalmente a la frustración del negocio.

A partir de lo mismo, se desprende la necesidad de diseñar un proyecto de intervención que potencie aquellas características de desarrollo personal que inciden en la capacidad emprendedora, y que a partir del diagnóstico se mostraron más débiles en las diferentes escalas.

Palabras claves: Emprendimiento, Habilidades Sociales, Autoestima.

I. Índice

I. Resumen.	2
II. Índice.	3
III. Introducción.	5
IV. Marco Teórico.	8
1. Participación Laboral y la mujer rural	8
2. Organismos públicos y sus lineamientos estratégicos en relación al desarrollo de la mujer rural.	10
2.1 Políticas públicas	11
2.2 Políticas públicas y equidad de género.	12
2.3 Programa: Área mujer, trabajo y participación.	13
a) Capital Semilla.	13
b) Mejorando empleabilidad y condiciones laborales de las mujeres.	14
c) Mujer trabajadora y jefa de hogar.	15
d) Emprendimiento y participación.	16
e) Empeña en familia.	16
3. Emprendimiento.	18
3.1 Factores que afectan el emprendimiento.	19
3.2 Emprendimiento y equidad de género.	23
3.3 Autoconcepto y HH.SS. en la mujer emprendedora	24
V. Objetivos	28
1. Objetivo General	28
2. Objetivos Específicos	28
VI. Metodología	29
1. Grupo Objetivo	29
2. Tipo y Diseño de la intervención	29
3. Procedimientos	30
4. Operacionalización de las variables	30
4.1 Definición Conceptual	30
Autoestima	30
Emprendimiento	31
Habilidades Sociales	31
4.2 Definición Operacional.	31
Escala Autoestima Rosenberg	31
Escala Emprendimiento	32

Escala Habilidades Sociales.	33
5. Plan de Análisis	34
VII. Resultados Diagnósticos	34
1. Autoestima	34
2. Habilidades Sociales	35
3. Emprendimiento	37
VIII. Productos de Intervención	40
Modulo 1. Desarrollo Personal	41
Modulo 2. Habilidades Sociales y Capacidad Emprendedora	41
MML Modulo 1	42
MML Modulo 2	46
Cronograma de Actividades	52
Presupuesto.	53
IX. Discusión y Conclusiones	55
X. Referencias.	60
XI. Anexos	66
Cuestionario datos sociodemográficos	67
Escala de Autoestima de Rosenberg	68
Escala Habilidades Sociales	69
Escala Emprendimiento	71
Formato Corrección Escala de Rosenberg	73
Formato Corrección Escala Habilidades Sociales	74
Formato Corrección Escala Habilidades Sociales por dimensión	75
Formato Corrección Escala Emprendimiento	77
Formato Corrección Escala Emprendimiento por dimensión	78

II. Introducción

La mujer rural se caracteriza por realizar labores de tipo doméstica, comunitaria, productiva y económica. El trabajo económico que ella realiza ha permanecido en la invisibilidad, lo que provoca que en la mayoría de los casos no reciba remuneración en sus tareas y su trabajo no sea valorado. En este contexto, aumentar la participación laboral de las mujeres constituye una dimensión fundamental para el desarrollo del país, ya que según la Encuesta Nacional Laboral (2008) la gran mayoría de los trabajadores sigue correspondiendo a hombres, alcanzando las mujeres solamente un 32,7% de los trabajadores contratados a nivel nacional, mientras que las cifras por región no son diferentes, siendo la región del Maule una de las más bajas con un 25,3% de participación laboral en relación a los hombres (74,7%).

Por su parte, al desagregar la información por tipo de empresa, se puede apreciar que, si bien hay algunas diferencias entre las empresas de distinto tamaño, no existe una relación directa entre el tamaño de la empresa y su composición por sexo, siendo la gran empresa la que presenta un mayor porcentaje de mujeres (ENCLA, 2008)

A pesar de esto, en Chile aún 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' (Amorós y Pizarro, 2006). Sin embargo, esta situación está cambiando y según lo establecen los resultados de algunos programas gubernamentales en apoyo a la mujer rural,

la mujer está cambiando su pasividad en la actividad productiva, asumiendo más participación y liderazgo en el medio rural.

El PNUD (2008), manifiesta que las mujeres del campo participan cada vez más en el mercado de trabajo, acortando su distancia respecto de la participación masculina incluso a una velocidad mayor que en las zonas urbanas. De esta manera, se ha ido modificando la distribución de roles de género que excluía a las mujeres rurales del trabajo remunerado extradoméstico. El aumento de la dinámica agrícola y de la productividad, las transformaciones demográficas y los enormes esfuerzos de las instituciones públicas en promoción y en asistencia directa, se han traducido en un mejoramiento de las condiciones de vida en las zonas rurales.

Ahora bien, según una recopilación de estudios realizados por la GEM y la Universidad del Desarrollo, entre 2006 y 2010, se plantea que la actividad emprendedora en Chile sigue siendo mayoritariamente encabezada por hombres, con un ratio hombre-mujer de 0,55, es decir, casi 2 de cada 3 emprendedores son hombres. A pesar de esto, la opinión recogida por expertos profesionales y emprendedores, indica que en nuestro país, los hombres y las mujeres poseen las mismas capacidades para comenzar una nueva empresa. Sin embargo, la opinión de las mujeres consultadas respecto al contexto del emprendimiento femenino tiende a ser mucho más negativa en cuanto al incentivo que se da a la mujer para que sea emprendedora, así como el acceso igualitario por parte de éstas a oportunidades de negocios.

Según cifras del MIDEPLAN (2004) para la región del Maule la situación se vuelve de mayor relevancia si se considera que es la región más rural del país (33,6%), donde sólo 7 de las 30 comunas presentan niveles de ruralidad

inferiores al 30% (Talca, Curicó, Linares, Constitución, Cauquenes, Molina y Parral). Partiendo de esta base, se puede mencionar que un 33,6% de la población de la Región se desarrolla en forma selectiva en entidades, como aldeas y caseríos, bajo un patrón de localización disperso. Estas son entidades fuertemente sujetas a la economía de subsistencia y trabajo agrícola.

Si se considera esta situación de acuerdo al área de residencia de las personas, se observa que quienes residen en el área urbana son aquellas personas que en mayor medida, tienen la oportunidad de acceder a mejores opciones de desarrollo, educación y autonomía económica pero, ¿Qué pasa con las mujeres que continúan en las zonas rurales?

Esta **Propuesta de Intervención**, se ha diseñado en función del contexto de la elaboración y aplicación de planes de igualdad de oportunidades para las mujeres rurales, el cual se encuentra a cargo de la organización pública Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM).

Hoy en día, las mujeres rurales buscan incorporarse al mercado laboral, sin embargo, un gran porcentaje de ellas consideran que no tienen las competencias y conocimientos necesarios para hacerse cargo de un negocio. En esto último, se incluye una percepción disminuida por parte de las mujeres, de su autoconcepeto y desarrollo personal, factores que, como se presentan en esta investigación, son claves para el surgimiento exitoso de la mujer microempresaria.

Se observa, que la vulnerabilidad de la mujer en relación al emprendimiento, se encuentra fuertemente relacionada con el desarrollo personal de la mujer, una inserción precaria al mercado laboral y una falta de

acceso a recursos productivos como el conocimiento y la educación (PNUD, 2010).

III. Marco Teórico.

1. Participación Laboral y la Mujer Rural

En Chile, históricamente la tasa de participación laboral femenina ha sido inferior a la que presentan los hombres. Éste fenómeno condice con aspectos inherentes tanto a la oferta como la demanda de trabajo, determinando la existencia de una significativa distancia en las oportunidades económicas de mujeres y hombres (FAO, 2007).

De acuerdo al censo (2002) las mujeres rurales de la región del Maule, tienen una participación minoritaria en el trabajo para el mercado (19%). Sin embargo, esto cambia cuando se habla del trabajo doméstico no remunerado (91%), el cual si es incorporado como contribución, se tiene que la participación femenina en el trabajo total llega al 49% en el área rural.

Por otra parte, el Censo (2002) de Población y Vivienda, indica que de los 15.116.435 habitantes a la fecha, el 50.7% corresponde a mujeres y, el 49.3% restante a hombres. De este total, el 86.6% reside en zonas urbanas y el 13.4% restante en el área rural. De este modo, la población rural del país corresponde a 2.026.322 personas, dentro del cual, el 47% corresponde a mujeres y el 53%, a hombres. Por otro lado, las estadísticas regionales muestran que las mujeres rurales que habitan en la Región del Maule, representan el 15.3% de las 944.938 mujeres rurales del país y, en

consecuencia, ésta ocupa el tercer lugar en términos del aporte al total de mujeres rurales en Chile, después de las regiones X y VIII.

La tasa de participación laboral de la mujer se mantuvo relativamente estable durante las décadas de los sesenta y setenta, para luego aumentar alrededor de 15 puntos porcentuales entre mediados de los ochenta e inicios de los 2000, mostrando por una parte, que la participación de las mujeres más jóvenes tiende a caer por la extensión del ciclo de estudios que tiene lugar en éste período; Mientras que por otra, la tasa de participación de las mujeres entre 25 y 60 años muestra un aumento, empezando a crecer lentamente a partir de fines de los años sesenta para acelerar su expansión desde mediados de los ochenta en adelante. No obstante, pese a los desarrollos de las últimas décadas, el nivel de participación de la mujer en el país es relativamente bajo desde una perspectiva de comparación internacional (FAO, 2007).

Conforme a los datos del Censo (2002), del total de trabajadores rurales en actividades domésticas, ellas constituyen el 91% y, como consecuencia de ello, el total de trabajadores en actividades mercantiles representan sólo el 19%. Entre el 40% y el 81% de quienes tienen 15 o más años de edad tienen los “quehaceres del hogar” como actividad principal, proporción que en el caso de los hombres rurales no se eleva nunca por sobre el 9%. De todos modos, vale la pena resaltar que la tasa de participación de las mujeres rurales de la Región del Maule es conforme a los datos censales, similar a la de las mujeres rurales del país (19%).

Ahora bien, las desigualdades en la distribución, acceso, uso y control de los recursos productivos, tales como trabajo, tierra, capital, información, nuevas tecnologías, recursos naturales y vivienda, explican las limitaciones que

enfrentan las mujeres para generar ingresos, en especial para emprender iniciativas empresariales y obtener beneficios acordes con los aportes que realizan, así como para incorporarse a los procesos de movilidad ascendente. Las desigualdades existentes en el ámbito laboral se repiten en lo que respecta al acceso al crédito y al sistema financiero, lo que impide a las mujeres desplegar sus capacidades de emprendimiento (FAO, 2007).

2. Organismos Públicos y sus lineamientos estratégicos en relación al desarrollo de la mujer rural

Junto al cambio institucional que significó la reinstalación de las estructuras de representación democrática y los procesos electorales, uno de los rasgos distintivos del cambio de gobierno en Chile a comienzos de los '90 fue la reactivación de las políticas públicas. Luego del predominio de la ideología "anti-estatista" y del prolongado debilitamiento de las funciones no represivas del Estado durante la larga dictadura militar, la concertación de partidos por la democracia, planteó la necesidad de renovar la acción pública, y lo hizo priorizando el área social (Maza,2004).

En este sentido, la PNUD (2010) manifiesta que el Estado ha sido un factor de primer orden en la promoción de estrategias que permitan el desarrollo y progreso del país, siendo parte de estas estrategias y transformaciones las relacionadas con el género. A continuación se describen las principales políticas públicas en relación al emprendimiento femenino.

2.1 Políticas públicas:

En Chile, la gestión anual de las diversas políticas públicas diseñadas por el Gobierno, son responsabilidad de la Dirección de Presupuestos (DIPRES), este mismo organismo, administra un complejo sistema de control de gestión vinculado al presupuesto que incluye un enorme conjunto de indicadores que permiten monitorear el desempeño de la institucionalidad pública.

Sin embargo, a pesar de la existencia de esta entidad (DIPRES), existe bastante debate en relación al poco “conocimiento” sobre los mejores enfoques, prácticas, implementaciones efectivas y métodos de evaluación o medidas de desempeño en la gestión pública (Waissbluth, Inostroza, Acuña y Avedaño, 2009).

En un meta-análisis realizado sobre una serie de estudios respecto a la gestión de programas públicos chilenos realizado por Waissbluth et al (2009), se encuentra que existe un importante descuido por los indicadores y evaluación ex post en relación a las políticas y programas públicos, el cual en opinión de los participantes del estudio, la mayoría de los datos e indicadores se refieren a una superabundancia de cifras poco significativas, poco oportunas y confiables.

Siguiendo esta línea, el mismo estudio (Waissbluth et al, 2009) señala que, a partir de los resultados de las evaluaciones realizadas por el DIPRES a los programas públicos, los resultados indican que de 31 programas, el 68% requiere modificaciones en su gestión interna hasta

la finalización de éstos (6%), teniendo sólo que el 32% de ellos requieren ajustes menores.

2.2 Políticas Públicas y Equidad de Género:

Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM)

El aumento de la participación política de la mujer en Chile desde la reinstalación de la democracia describe la importancia de la inclusión en la planificación de gobierno de temáticas relacionadas con los derechos de la mujer (PNUD, 2006). En 1991 nace el Servicio Nacional de la Mujer, (SERNAM) con el objetivo de promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, siendo la entidad responsable por parte del Estado de velar por la transversalización del género a través del diseño y evaluación de políticas públicas destinadas al logro de la igualdad de posibilidades en los ámbitos social, político, económico, educacional, cultural, familiar y comunitario de las mujeres chilenas, además de lograr que todo el aparato público del Estado, considere los intereses específicos de las mujeres en su planificación, presupuesto, estadísticas y acciones.

En el año 2000, en un contexto histórico donde toman fuerza los temas de democratización social, el presidente Ricardo Lagos crea el Consejo de Ministros para la Igualdad de Oportunidades, el cual durante el año 2001 implementa el Sistema de Equidad de Género del *Programa de Mejoramiento de la Gestión*, estrategia que permite iniciar un proceso de transversalización con perspectiva de género en los productos estratégicos de la administración pública, teniendo como organismo validador del sistema en equidad de género a SERNAM (SERNAM, 2007).

Actualmente SERNAM se encuentra desarrollando líneas y programas de trabajo consideradas en la Agenda de Género, entre las cuales se encuentran las siguientes temáticas: violencia, economía, participación, transversabilidad, reformas legales y cooperación internacional (SERNAM, 2007), participando en prácticamente todas las actividades de índole económica, incluyendo por supuesto la creación de nuevas empresas, lo que en consecuencia no sólo genera empleo y bienestar sino que también impacta en el desarrollo de sus comunidades, incluso entendiendo el emprendimiento como punto de movilidad social (Amorós, Guerra y Stjepović, 2010).

Para los requerimientos de esta investigación, se describirá a continuación el programa impulsado por SERNAM que apunta al incentivo de la productividad, competitividad, innovación y emprendimiento en las mujeres Chilenas.

2.3 Programa: Área mujer, trabajo y participación.

El programa Área Mujer, Trabajo y Participación, ha impulsado iniciativas que apuntan a temáticas como el emprendimiento, las relaciones de trabajo, la eliminación de la discriminación y la conciliación de la vida laboral y familiar entre otras. Sin embargo, con el objetivo de promover la inserción laboral de mujeres que se encuentran en áreas rurales o en situación de extrema pobreza SERNAM ha publicado en su portal (<http://portal.sernam.cl/>) los subprogramas que se describen a continuación:

- a) *Capital Semilla*: Este programa contempla 15 medidas concretas para incentivar la productividad, competitividad e innovación, junto

con estimular el emprendimiento. Surge como una respuesta del Gobierno de la Presidenta Bachelet para hacer frente a la crisis derivada de un entorno económico mundial más complejo y se refiere a un financiamiento no reembolsable, destinado a un apoyo concreto para el fortalecimiento, consolidación y aumento de la competitividad de las empresas formales de menor tamaño.

Como requisitos de entrada a este programa se solicita que sean: personas naturales y jurídicas; Que posean microempresas formales (iniciación de actividades ante SII, patente municipal, y resolución sanitaria si corresponde) con una antigüedad mínima de 12 meses, con ventas demostrables; Que el giro y la patente municipal de la empresa del postulante sea coherente con la naturaleza del proyecto que postula y su localización sea territorial.

- b) *Mejorando la Empleabilidad y Condiciones Laborales de las Mujeres Jefas de Hogar*: Programa que se caracteriza por ofrecer acceso a talleres de habilitación laboral. Este programa nace con el objetivo de mejorar las condiciones laborales de las trabajadoras jefas de hogar y de núcleo, entendiendo por mujer *jefa de hogar* a toda aquella mujer que es económicamente activa y el principal sustento económico de su familia. Por otro lado, la mujer *jefa de núcleo* se refiere a toda aquella mujer que vive en el hogar de otro/a jefe/a (es allegada, arrienda, madre adolescente, etc.); que genera ingresos (o necesita generar ingresos) a través de un trabajo dependiente o independiente.

Como requisitos de entrada a este programa se solicita que sean: Jefas de Hogar o de núcleo; Económicamente activas, trabajando, subempleada, cesantes o buscando trabajo; Pertenecer al II y III quintil de ingresos y/o en condición de vulnerabilidad social, contando con un puntaje igual o superior de Ficha de Protección Social a 4214; Que tenga cargas familiares (hijos/as pequeños y/o que se encuentren estudiando, discapacitados, enfermos crónicos y adultos mayores); Ser el principal sustento económico de la familia, con o sin pareja; En el caso de estar cesante o buscando trabajo por primera vez, deberá estar inscrita en la Oficina Municipal de Información Laboral (OMIL) y Compromiso para participar activamente en el Programa.

- c) *Programa Mujer Trabajadora y Jefa de Hogar*: Corresponde a la reformulación del Programa “Mejorando la Empleabilidad y Condiciones Laborales de las trabajadoras Mujeres Jefas de Hogar, buscando contribuir a la inserción laboral de calidad de las mujeres trabajadoras de los quintiles I, II y III, y con responsabilidades familiares, disminuyendo las principales barreras de acceso al trabajo que las afectan, a través del mejoramiento de la empleabilidad y emprendimiento.

Como requisitos de entrada a este programa se solicita que sean: económicamente activas: estar trabajando, cesante o buscando trabajo por primera vez (dependiente o independiente); Mujeres con responsabilidades familiares (hijos/as, nietos/as padres, etc.); Tener

entre 18 y 65 años; Pertenecer al I, II o III quintil de ingresos o quintiles de vulnerabilidad; En el caso del I quintil, pueden participar solo las mujeres egresadas del programa Puente, Chile Solidario y PRODEMU u otro organismo estatal que entregue apoyos similares al de este programa; En el caso de estar cesante o buscar trabajo por primera vez, deberá estar inscrita en la OMIL u otra unidad afín; Tener Ficha de Protección Social o estar en proceso de aplicación.

- d) *Programa Emprendimiento y Participación*: Programa que busca contribuir a la visibilización y aumento del emprendimiento femenino, generando redes y alianzas que fortalezcan y desarrollen sus capacidades emprendedoras de las mujeres.

Como requisitos de entrada sólo se solicita que sean personas y/o Instituciones u organizaciones interesadas en fomentar el emprendimiento femenino

- e) *Programa Mujer Emprende en Familia*: Programa que busca el emprendimiento de las mujeres y sus familias a partir de un proyecto familiar con los recursos y capacidades de sus integrantes, que les permita el logro de metas comunes de superación y autonomía familiar, a través de un proceso de intervención integral que considere los ámbitos individual, familiar y socio-comunitario y a su vez que logren articular proyectos familiares para mejorar el manejo de ingresos, empleabilidad y el micro emprendimiento de negocios, el acceso a la vivienda y a una mejor calidad de vida familiar integra.

Como requisitos de entrada a este programa se solicita que sean:
Mujeres que han realizado acciones previas de emprendimiento económico independiente para la generación de ingresos; Mujeres que cuenten con una idea de negocio o tienen ganas y necesidad de emprender económicamente; Que sean pertenecientes al II y III quintil según encuesta CASEN; Que se encuentren dispuestas a emprender proyectos familiares; Mujeres con sus familias que presenten interés y compromiso por participar activamente en las distintas actividades del programa.

En síntesis, de los programas mencionados anteriormente, es posible señalar que todos ellos tienen como objetivo general, el apoyo e incentivo del emprendimiento de la mujer chilena, específicamente la *mujer jefa de hogar*, aquella que es económicamente activa y el principal sustento económico de su familia.

En general, los programas que ofrece el gobierno para el fomento del emprendimiento, especifican en sus descripciones el tipo de asistencia a entregar y los requisitos que debe poseer la persona que quiera ser beneficiaria. Sin embargo, el tipo de descripción que se realiza de estos programas en las páginas on line es impreciso al referirse a los contenidos, describiendo este apoyo como de tipo financiero, habilitación laboral o generación de redes que fortalezcan el desarrollo de las capacidades emprendedoras, sin especificar por ejemplo, ¿cuales son las capacidades emprendedoras a desarrollar?, ¿Por qué dichas capacidades y no otras? ¿Como serán medidas estas capacidades? o cuales son los indicadores de desarrollo.

En base a lo mismo, es posible señalar que todos los programas que presenta el gobierno hacen hincapié en el desarrollo del enfoque económico, es decir, en el fomento de la racionalidad y habilitación económica de las mujeres que deseen iniciarse como microempresarias, dejando de lado el desarrollo personal que puedan requerir las mismas para lograr un emprendimiento exitoso.

Por otro lado, también existe imprecisión cuando se hace referencia a los requisitos de entrada a estos programas, siendo los principales de ellos, que sean mujeres jefas de hogar, en situación de vulnerabilidad y económicamente activas. El tener un grupo objetivo tan amplio limita la capacidad de desarrollo que pueda ofrecer un programa de fomento al emprendimiento, además de dejar en evidencia la cantidad de recursos que se invierten en programas de fomento al emprendimiento sin poseer un perfil estándar de la mujer con potencial emprendedor.

3. Emprendimiento:

Dada la complejidad que representa el fenómeno del emprendimiento y los diferentes enfoques y matices que se pueden dar al concepto, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), proyecto que nació en el año 1997 como una iniciativa de la London Business School y del Babson College para crear una red internacional de investigación en entorno a la creación de empresas, adopta una visión amplia de este fenómeno, y se focaliza en el rol jugado por diferentes individuos en el proceso emprendedor, es decir, reconoce la importancia de las características del emprendedor; el entorno que potencia o inhibe a las personas que inician y gestionan, así como el emprendimiento

desde un enfoque de procesos, es decir, desde la fase inicial o “naciente” de los negocios, hasta que se encuentran en gestación (GEM, 2009).

Ahora bien, como mencionan Amorós, Guerra y Stieповić (2010) el emprendimiento es un factor determinante para el desarrollo económico y social de los países, sin embargo, y a pesar de las evidencias de la contribución que éste tiene al desarrollo económico y social, existe aún un largo camino por recorrer para comprender en profundidad como se relaciona con el desarrollo económico y social.

En respuesta a esta realidad, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), ha llevado a cabo un esfuerzo sistemático en forma anual a través de la recolección de información relevante, desarrollando a lo largo de sus años la existencia de un modelo conceptual y metodológico que ayuda a operacionalizar sus objetivos, con la finalidad de contar con mediciones comprensibles sobre el fenómeno emprendedor, dentro del cual se encuentran el análisis y evaluación de políticas nacionales y, como a través de estas se pueden mejorar los niveles nacionales de actividad emprendedora.

3.1 Factores que afectan el emprendimiento

Desde una perspectiva general, podría decirse que las investigaciones en este campo se basan en tres grandes enfoques (Álvarez y Urbano, 2011).

- *Enfoque Económico*, donde se imponen los aspectos relativos a la racionalidad económica y, a grandes rasgos se plantea que el emprendimiento obedece a cuestiones puramente económicas (Audretsch y Keilbach, 2004).

- *Enfoque Sociológico o institucional*, el cual defiende que el entorno sociocultural condiciona la decisión de crear una empresa (Aldrich y Zimmer, 1986).
- *Enfoque Psicológico*, postula que son los factores individuales o los rasgos psicológicos de las personas que determinan la actividad emprendedora (Carsrud y Johnson, 1989).

En relación a lo mismo, la GEM (2009) ha definido un conjunto de nueve variables que afectan directamente el desempeño del emprendedor, en cuanto a su capacidad para identificar, evaluar y tomar las oportunidades disponibles (1) Apoyo Financiero; 2) Políticas de Gobierno; 3) Programas de Gobierno,; 4) Educación y Capacitación; 5) Transferencia de I+D; 6) Infraestructura Comercial y Profesional; 7) Apertura del mercado interno; 8) Acceso a Infraestructura Física y 9) Normas Sociales y Culturales), las cuales a pesar de abarcar una gran cantidad de aspectos relacionados con el emprendimiento se encuentran en su mayoría abocadas al enfoque institucional. Esto se ve reflejado en la cantidad de trabajo empírico presentado por la GEM, donde la mayor parte de ellos están directamente relacionados con las condiciones sociales (43%); le siguen las condiciones económicas (31%), luego las políticas y procedimientos gubernamentales (12%), la asistencia financiera (9%) y, en último lugar, los conocimientos y habilidades emprendedoras (5%) (Alvarez y Urbano, 2011).

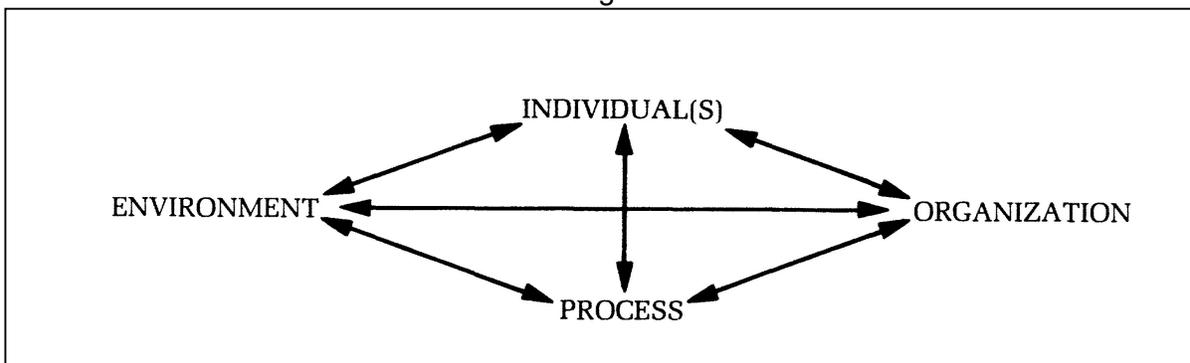
Nuestra forma de abordar el emprendimiento será a partir de la perspectiva de Gartner (1985), el cual resulta especialmente beneficioso para

analizar específicamente el emprendimiento femenino (Amorós y Pizarro, 2006).

La mayor parte de las investigaciones en torno al emprendimiento han sido de carácter unidimensional, con un focalizado interés en aspectos únicos para la creación de nuevas empresas, y en su mayoría, con el propósito principal de mostrar en que difieren las personas emprendedoras de aquellas que no lo son (Gartner, 1985). Toda nueva empresa es una Gestalt, y no se puede concebir la creación de una empresa sin tener en cuenta en forma adecuada la complejidad de la misma (Miller, 1981 en Gartner, 1985).

El modelo de Gartner (1985), presenta cuatro dimensiones que interactúan entre sí, las cuales deben ser consideradas para analizar el emprendimiento, estas dimensiones son: 1) el Individuo (características que debe desarrollar la persona emprendedora); 2) la Organización (tipo de negocio que se pretende iniciar); 3) El proceso (acciones llevadas a cabo para iniciar la empresa) y 4) El medio Ambiente (La influencia de la situación bajo la cual se encontrará inserta la nueva organización).

Figura 1.



Tomada de, *A conceptual Framework for Describing the Phenomenon of new venture creation* (Gartner, 1985).

Siguiendo la línea señalada por Álvarez y Urbano (2011) en relación a la escasa investigación desarrollada en torno a los conocimientos y habilidades de los emprendedores (5%), se considera de relevancia incorporar esta investigación en el marco de la bibliografía que pretende desarrollar la dimensión individual del modelo de Gartner (1985) en mujeres dirigentes de la región del Maule, entendiendo que existe un déficit en esta área y que según lo planteado por Gartner (1985), es el desarrollo integral así como la forma en que interaccionan estas cuatro dimensiones, lo que permite conocer las variantes de éxito o fracaso en la creación de nuevas empresas.

3.2 Emprendimiento y Equidad de Género:

En muchos países, cualquiera sea su nivel de desarrollo, el acceso al mercado del trabajo es sistemáticamente más difícil para las mujeres que para los hombres. Con frecuencia se niega a las mujeres la posibilidad de ejercer un empleo asalariado a causa de sus responsabilidades familiares, de su falta de calificaciones, de barreras sociales y culturales o por falta de puestos de trabajo, en este contexto, el ejercicio de una actividad independiente o la creación de una empresa – por lo general una microempresa- son con frecuencia los únicos medios de que disponen las mujeres para obtener ingresos que les permitan garantizar su subsistencia y la de sus hijos (Carosio, 2004).

En base a lo mismo, Julie Weeks (2001) sostiene que el acceso al capital es un aspecto clave para el desarrollo de las empresarias, pero no es por sí mismo suficiente. Las iniciativas de apoyo para los negocios de las mujeres deben incluir asistencia para el fortalecimiento de redes de apoyo, que proporcionen asistencia técnica, entrenamiento y consultoría para el crecimiento.

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 se mide la motivación para emprender (Espinoza y Stiepoviae, 2006).

Estudios realizados en Argentina, Chile y Venezuela muestran que en el terreno de las dificultades, las empresarias coinciden en destacar la falta de experiencia empresarial y de comercialización, la insuficiente formación empresarial específica, las barreras de acceso a la información, así como la falta de confianza en sí mismas (Carosio, 2004).

En este sentido, se ha demostrado que las mujeres sienten mayor temor al fracaso que los hombres y confían menos en tener las habilidades para empezar un negocio (GEM, 2010).

En la misma línea, Langowitz & Minniti (2007) plantean que la percepción de la existencia de oportunidades, la auto-confianza en habilidades empresariales propias y conocer a otros emprendedores son las características fundamentales que diferencian a mujeres y hombres que se encuentran iniciando un negocio, considerando el hecho de contexto macroeconómico y la motivación.

3.3 Auto- Concepto y Habilidades Sociales en la Mujer Emprendedora:

La mujer se encuentra en un momento en que debe adquirir una nueva identidad para adaptarse y asumir los nuevos roles impuestos por los cambios sociales, dentro de los cuales sin duda se encuentra la inserción al mundo laboral, desde la gestión, hacia un marco de trabajo propio o autónomo (Contreras y Navas, 1998).

El conocimiento de las características de comportamiento y fortalezas actitudinales que son pertinentes a las mujeres emprendedoras exitosas, permite conocer a priori las dimensiones del espíritu emprendedor que deberían desarrollarse con el fin de alcanzar la gestación y consolidación de

nuevos emprendimientos, los cuales se encuentran correlacionados a una mayor participación de la mujer en el mundo empresarial (Rábago, D'Annunzio y Monserrat, s/a).

Carosio (2004) plantea que las emprendedoras crean empresas para satisfacer sus necesidades personales; y deben estar convencidas de que la naturaleza del negocio está acorde a sus deseos, actitudes, personalidad, conocimientos y potencialidades, es decir, el trabajo en la microempresa es definido como un crecimiento personal.

En esta línea, Abella, De Luis y Pérez (2000) realzan la importancia de la elaboración de los cursos de formación empresarial, los cuales en su generalidad encuentran su mayor dificultad en la elección de los contenidos, debido a los múltiples roles que debe desempeñar la persona emprendedora, siendo algunos de ellos susceptibles de aprender, mientras que otros se encuentran relacionados con una serie de características personales como actitudes, valores y objetivos personales.

Quizás el contenido más sorprendente sea la inclusión de técnicas de autoestima para que las mujeres se sientan capaces de comenzar una actividad emprendedora. En este punto, existen autores (Abella, De Luis y Pérez, 2000) que consideran que la razón de que tales conocimientos no se impartan habitualmente en los cursos dirigidos a hombres, muestra una tendencia social a seguir considerando a la mujer como un ser inferior.

A pesar de esto, existe evidencia empírica que demuestra como las mujeres son más propensas a reconocer su ignorancia y demandan en mayor medida formación en ésta área, en la seguridad de que una mayor formación

las ayudará a sacar adelante sus empresas, a pesar de que la falta de conocimientos empresariales es observada por igual en hombres y mujeres (Kourilsky y Walstad, 1998).

En este sentido, Duarte y Ruiz (2009) plantean que la persona emprendedora debe contar con características particulares, encontrándose dentro de ellas la alta autoestima.

Es ésta percepción que la persona tiene de sí misma, la que puede influir a favor o en contra de la motivación al emprendimiento; a favor en el sentido de que el autoconcepto de la persona está relacionado con contenido de autoeficacia y de autoestima, y en el caso contrario, la persona con un autoconcepto negativo probablemente no tenga una motivación a favor del emprendimiento (Latorre, 2011).

Latorre (2011) explica que en el caso de los emprendedores, la autoeficacia se refleja en el reconocimiento de sus capacidades específicas, pero también en el reconocimiento de poseer capacidades de aprendizaje y de superar situaciones que obstaculicen su emprendimiento así como de lograr lo que se propone, siendo esta confianza en sí mismo la que permite que las intenciones de emprender pasen a la acción.

En lo que se refiere a las habilidades sociales, Bourdieu (1977) argumenta que las relaciones que las mujeres tienen con diferentes estructuras (familia, mercado laboral, Estado, entre otros) incluyen normas contradictorias de ecléctica, e incluso varían de acuerdo con la posición de clase social en que la mujer se encuentre. En este sentido el mismo autor (Bourdieu, 1977) plantea que la noción de "estructura" se hace visible en las

estrategias que las mujeres utilizan para hacer frente a las dificultades que enfrentan en estas relaciones, debido a que la forma en que lo hacen, está determinada por la dinámica del régimen de género, el cual no es independiente de las estructuras sociales y de las Instituciones.

Del Bosque & Aragon (2008) plantean que el lograr un ajuste entre características personales – incluyendo sus necesidades – y las demandas del entorno depende del medio en el cual se interactúa. Relacionando este punto con el autoconcepto que tienen las mujeres de sí mismas, Llinares, Molpeceres & Mucito (2001) afirman que las personas de alta autoestima tienden a priorizar los valores pro-sociales, por ende se desprende que ambas variables van de la mano, y por ello se vuelve de relevancia para este trabajo el desarrollo de ambas en la potenciación de la mujer emprendedora, ya que como afirman Nobre, Irurtia, Garrido Mateo, Romero y Caballo, (2007) los sujetos más hábiles socialmente presentarán con mayor frecuencia, cantidad y duración en contacto visual, sonrisa y expresión facial general, postura volumen y duración del habla entre otras; mientras que los menos sociables realizarán menor contacto visual, sonrisas, gestos y mostraran un mayor índice de ansiedad y presencia de conductas de consentimiento.

La persona socialmente hábil, es segura de si misma, capaz de autoafirmarse y de responder correctamente a los demás (Coronel, Levin y Mejail, 2011)

Por otro lado, los cursos de formación empresarial son un medio que permite influir en estas características (Abella, De Luis y Pérez, 2000). Así, por ejemplo, Gibb (1994) afirma que *“puede esperarse que la transferencia de conocimiento y la adquisición y desarrollo de actividades relevantes*

incrementen la propia eficacia y efectividad del emprendedor potencial". De acuerdo con esta idea, la educación empresarial debería incluir cursos en los que se fomenten habilidades como la negociación, el liderazgo, la creatividad y exposición a la innovación tecnológica y desarrollo de nuevos productos (McMullan y Long, 1987).

IV. Objetivos

1. General:

- Realizar un diagnóstico y propuesta de intervención para el desarrollo de la capacidad emprendedora a partir del fortalecimiento de la autoestima y habilidades sociales en 34 mujeres dirigentes rurales de la región del Maule.

2. Específicos:

- a) Describir la capacidad emprendedora de 34 mujeres dirigentes de la región del Maule a partir de su autoestima y habilidades sociales.
- b) Identificar a partir de un diagnóstico aquellos recursos personales y habilidades sociales que se encuentran disminuidos en 34 mujeres dirigentes de la región del Maule.
- c) Elaborar una propuesta de intervención en base a las necesidades identificadas en el diagnóstico.
- d) Proponer indicadores que permitan la evaluación y seguimiento de las mujeres intervenidas.

V. Metodología

1. Grupo objetivo de la intervención:

El diagnóstico se realizó a partir de un muestreo por conveniencia, a 34 mujeres dirigentes rurales, de un universo de 73.115 mujeres pertenecientes a dos comunas de la región del Maule, en donde el 47% de ellas pertenecía a la Comuna de Teno y el 53% restante a la comuna de Curicó. Las edades de las participantes fluctuaban entre los 18 y 73 años de edad, con una media de 48 años. Se agrega que las mujeres que participaron del diagnóstico debían poseer un mínimo de 10 años de estudios aprobados, ya que esta es la media regional de estudios para las mujeres de la región

Por otro lado, se solicitó que las mujeres participantes hayan mantenido un emprendimiento con al menos un año de existencia y funcionando (ya sea de manera formal o informal), además del compromiso de participar en el 100% de las actividades propuestas en el proyecto.

2. Tipo y diseño de la Intervención:

El diagnóstico es realizado a partir de un tipo de investigación denominada como *evaluativa*, la cual es un tipo especial de investigación aplicada, cuya meta a diferencia de la investigación básica, no es el descubrimiento del conocimiento, sino la entrega de información para la planificación, realización y su desarrollo de programas (Suchman, 1967). Por ende, el diseño del mismo es no experimental y descriptivo, ya que su objetivo no es la manipulación de las variables que rodean a la mujer rural de la VII

región, sino la descripción de sus características personales, para a partir de las mismas diseñar un plan de intervención.

3. *Procedimientos:*

Para acceder a la muestra se realizó un Pre-diagnóstico y detección de posibles necesidades del grupo objetivo con la institución Seremi de Salud en coordinación con SERNAM, con la cual se definieron las ciudades beneficiarias, el perfil de mujer y las características que les permitirían participar del diagnóstico y posterior intervención.

Posterior a la detección de necesidades y definición del grupo objetivo, se coordinaron las fechas de administración de instrumentos en las ciudades beneficiadas de la región.

4. *Operacionalización de las variables.*

4.1 Definición Conceptual:

a) Autoestima: La autoestima es un concepto ampliamente estudiado y discutido, observándose su directa relación con el bienestar general de la persona Robis, Hendin & Trzesniewski, 2001).

Rosenberg (1965) entiende la autoestima como un sentimiento hacia uno mismo, que puede ser positivo o negativo, el cual se construye por medio de una valuación de las propias características. Existen diversos instrumentos que miden la autoestima, siendo uno de los más utilizados la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) (Rosenberg,1965), la cual ha sido traducida y validada en distintos países.

b) Emprendimiento: Esta investigación toma el concepto de emprendimiento a partir del modelo de Gartner (1985), quien plantea que la creación de una nueva empresa es un fenómeno multidimensional y complejo compuesto por cuatro dimensiones (Individuo, Organización, Proceso y Medio Ambiente), en donde cada una de ellas interacciona con las otras para describir el fenómeno del emprendimiento, y por lo tanto, no deben ser consideradas de forma independiente a las demás.

c) Habilidades Sociales: Cuando hablamos de habilidad, cualquiera sea el calificativo que le añadamos, estamos hablando de la posesión o no de ciertas capacidades y aptitudes necesarias para cierto tipo de ejecución, ahora si estas se refieren a las habilidades sociales estamos hablando entonces de actividad social en general, de la conducta social en sus múltiples manifestaciones (Avila, 1997).

Se entenderá entonces por Habilidad Social, el conjunto de habilidades y capacidades variadas como específicas para el contacto interpersonal y la situación de problemas de índole personal, así como socioemocional, desde actividades de carácter básico hacia otras características avanzadas e instrumentales (Goldstein, 1980)

4.2 Definición Operacional:

a) Escala de Autoestima de Rosenberg

Esta escala fue creada por Rosenberg en el año 1965, y ha sido traducida y validada en distintos países e idiomas tales como francés, alemán, japonés, portugués, español , etc (Rojas-Barahona, Zegers y Förster, 2009). Schmitt y Allik (en (Rojas-Barahona, Zegers y Förster, 2009) realizaron un estudio multicultural, administrando la EAR en 53 naciones, en donde 48 de las cuales

se presenta una confiabilidad sobre 0,75. En Chile la validación del mismo fue realizada a partir de un Análisis Factorial de Componentes Principales (AFCP) determinando la validez de constructo del instrumento y considerando los requisitos del test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y el test de Bartlett. El análisis se llevó a cabo por cada afirmación considerando: media, desviación estándar, asimetría, curtosis y correlación ítem test, entregando valores significativos ($p < 0,001$) y superior a 0,5 en todos los ítems, La confiabilidad se estimó con Alfa de Cronbach la cual se estimó una confiabilidad de 0,754.

La escala se encuentra compuesta por 10 afirmaciones que hacen alusión a los sentimientos que tiene la persona sobre ella, 5 de ellas direccionadas positivamente (ítems 1, 2, 4, 6 y 7) y las otras 5 negativamente (ítems 3, 5, 8, 9 y 10), con un formato de respuesta tipo Likert de 4 puntos (1 =muy en desacuerdo, 2 =en desacuerdo, 3 =de acuerdo y 4 =muy de acuerdo) y se asigna el puntaje inverso a las afirmaciones direccionadas negativamente.

b) Escala de Emprendimiento:

Esta escala fue elaborada, para responder a las necesidades propuestas por Seremi de Salud en relación al grupo objetivo (Mujeres Dirigentes pertenecientes a las mesas rurales).

El instrumento generado se encuentra compuesto por 29 ítems, dentro de los cuales 19 pertenecen a cuatro de las siete dimensiones utilizadas por la escala de emprendimiento de (Spencer & Spencer), escala de emprendimiento construida a partir del modelo de emprendimiento de Spencer 1993 con la finalidad de medir emprendimiento a nivel organizacional. Los restantes 10

items pertenecen a dos dimensiones solicitadas por la Seremi de Salud (Planificación sistemática y seguimiento; y cumplimiento). Ítems que se obtuvieron del Cuestionario de *Autoevaluación de Hábitos Emprendedores*, instrumento utilizado para generar diagnóstico por Programas de fomento al emprendimiento como EMPRETEC; MIEMPRES (Microempresarios Exitosos); SERCOTEC y la PYME, entre otros.

Para evaluar la confiabilidad y validez del mismo, se utilizó una muestra de 134 sujetos, correspondientes a la muestra de una memoria de pregrado que utilizó el mismo cuestionario.

La validez de constructo se realizó a partir de un análisis factorial exploratorio o de componentes principales (AFCP), considerando los requisitos del test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y el test de Bartlett, arrojando un total de 10 factores, los que en su totalidad explican el 63,89 % de la varianza total. Por otro lado, el análisis de fiabilidad arrojó un Alfa de Cronbach de 0,80.

c) Escala Habilidades Sociales:

La Lista de Chequeo de Habilidades Sociales de Goldstein se basa en el modelo teórico elaborado por el mismo autor (1981), clasificando las habilidades sociales en 6 grupos (Primeras habilidades sociales; Habilidades sociales avanzadas; Habilidades relacionadas con los sentimientos; Habilidades alternativas a la agresión; Habilidades para hacer frente al estrés; Habilidades de planificación).

Para evaluar la confiabilidad y validez del mismo, se utilizó una muestra de 134 sujetos, correspondientes a la muestra de una memoria de pregrado que utilizó el mismo cuestionario.

La validez de constructo se realizó a partir de un análisis factorial exploratorio o de componentes principales (AFCP), considerando los requisitos del test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y el test de Bartlett, arrojando un total de 13 factores, los que en su totalidad explican el 64,36 % de la varianza total. Por otro lado, el análisis de fiabilidad arrojó un Alfa de Cronbach de 0,83.

5. Plan de Análisis:

Los datos del diagnóstico fueron analizados mediante el programa estadístico SPSS 15.0 en su versión en español para Windows para la obtención de datos, los cuales son de tipo descriptivos (media y desviación estandar) en relación a las dimensiones respectivas de cada test (Autoestima, Emprendimiento y Habilidades Sociales); Comparaciones por ciudad, edad, Agrupación, Actividad Productiva entre otros.

VI. Resultados de Diagnóstico

A continuación, se presentan los análisis descriptivos del diagnóstico realizado a 34 mujeres dirigentes de la región del Maule, en relación a las siguientes variables: Autoestima, Habilidades Sociales y Capacidad Emprendedora.

1. Autoestima

Tabla 1.

Tabla descriptiva de autoestima, en 34 mujeres dirigentes de la región del Maule.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Autoestima	34	15	40	28,50	5,743
N válido (según lista)	34				

Como se puede apreciar en la Tabla 1, los resultados correspondientes al nivel de autoestima de las 34 mujeres dirigentes de la muestra (n= 34) muestran en primer lugar, una media de puntajes de 28, 50 puntos (SD= 5,74), lo que según rangos establecidos, indica que en promedio las mujeres se encuentran en un nivel de autoestima media, es decir, no presentan problemas graves de autoestima, pero es conveniente mejorarla. Sin embargo, es necesario considerar el alto nivel de desviación en los puntajes, ya que el puntaje mínimo en la muestra alcanzó los 15 puntos, indicando que existen mujeres dentro de la muestra, que tienen problemas significativos en su autoestima.

2. *Habilidades Sociales:*

Tabla 2.

Tabla descriptiva de habilidades sociales en 34 mujeres dirigentes de la región del Maule.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
HH.SS.	34	71	106	94,38	8,094
N válido (según lista)	34				

En la Tabla 2 se pueden observar los datos correspondientes a la generalidad de habilidades sociales evaluadas en el diagnóstico. A partir de la misma, se desprende una media de puntajes de 94,38 (SD = 8,09), indicando que este grupo de mujeres (n=34) presentan un nivel avanzado en el desarrollo de sus habilidades sociales, con un valor mínimo de 71 puntos (nivel avanzado de desarrollo), y un valor máximo de 106 puntos.

Tabla 3.

Tabla descriptiva por dimensión, de habilidades sociales, en 34 mujeres dirigentes de la región del Maule.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Primeras HHSS	34	11	18	15,62	1,985
HHSS avanzadas	34	7	17	14,65	1,905
HH relacionadas con los sentimientos	34	7	15	12,15	1,743
HH alternativas a la agresión	34	13	18	15,50	1,285
HH para hacer frente al estrés	34	9	18	15,38	2,387
HH de planificación	34	11	24	21,09	2,989
N válido (según lista)	34				

En la primera dimensión, Primeras Habilidades Sociales, la media de puntajes se encuentra en los 18 puntos (SD = 1,98), lo que según rangos establecidos indica que las participantes presentan un nivel avanzado de desarrollo en ésta dimensión, con un valor mínimo en los puntajes de 11 y, un valor máximo de 18 puntos.

La segunda dimensión, correspondiente a las Habilidades Sociales Avanzadas, muestra que las mujeres obtuvieron una media de puntajes de 14,65, (SD = 1,90) estableciendo de este modo que en esta dimensión las participantes tienen un mediano nivel de desarrollo, con un valor mínimo de 7 puntos y un valor máximo de 17.

En la tercera dimensión, Habilidades relacionadas con los sentimientos, la media de puntajes fue de 12,15 (SD=1,74). De esta forma se desprende que las mujeres tienen un nivel de desarrollo medio en esta dimensión, con un valor mínimo de 7 y un valor máximo de 15 puntos.

Para la cuarta dimensión, habilidades alternativas a la agresión, la media de puntajes fue de 15.50 (SD= 1,28), lo que indica según los rangos establecidos, que las participantes presentan un nivel medio de desarrollo, con un valor mínimo de 13 y un máximo de 18 puntos.

En la quinta dimensión, habilidades para hacer frente al estrés, se obtuvo una media de 15,38 (SD= 2,38), lo que en base a los rangos establecidos indica que hay un alto nivel de desarrollo por parte de las participantes en esta dimensión, con un valor mínimo de 9 y un máximo de 18 puntos.

Para la última dimensión evaluada, Habilidades de planificación, la muestra obtuvo una media de puntajes de 21,09 (SD= 2,98), lo que según los parámetros establecidos indica que las mujeres tienen un alto desarrollo en esta dimensión, con un puntaje mínimo de 11 puntos y un máximo de 24.

3. Capacidad Emprendedora

Tabla 4.

Tabla descriptiva de la capacidad emprendedora en 34 mujeres dirigentes de la región del Maule.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
emptotal	33	51	80	70,88	6,552
N válido (según lista)	33				

La Tabla 4, presenta los resultados correspondientes al nivel global de capacidad emprendedora de las 33 mujeres dirigentes de la región del Maule (n=33). A partir de la misma, se desprende que en general la muestra tiene un alto desarrollo de su capacidad emprendedora, con una media de 70,88 puntos (SD = 6,55), un puntaje mínimo de 51 y máximo de 80 puntos.

Tabla 5.

Tabla descriptiva por dimensión de la capacidad emprendedora en 34 mujeres dirigentes de la región del Maule.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Búsqueda de información	33	6	9	8,06	1,088
Riesgo	33	9	17	14,24	1,786
Perseverancia	33	10	15	13,45	1,460
Autoconcepto	33	5	15	12,18	1,991
Planificación sistemática y seguimiento	33	6	15	11,88	2,219
Cumplimiento	33	8	13	11,06	1,248
N válido	33				

En la primera dimensión, Búsqueda de la información, la media de puntajes se encuentra en los 8,06 puntos (SD = 1,08), lo que según rangos establecidos indica que las participantes presentan un nivel avanzado de desarrollo en ésta dimensión, con un valor mínimo en los puntajes de 6 y, un valor máximo de 9 puntos.

La segunda dimensión, correspondiente al Riesgo, muestra que las mujeres obtuvieron una media de puntajes de 14, 24, (SD = 1,78) estableciendo de este modo que en esta dimensión las participantes tienen un alto nivel de desarrollo, con un valor mínimo de 9 puntos y un valor máximo de 17.

En la tercera dimensión, Perseverancia, la media de puntajes fue de 13,45 (SD=1,46). De esta forma se desprende que las mujeres tienen un nivel de desarrollo elevado en esta dimensión, con un valor mínimo de 10 y un valor máximo de 15 puntos.

Para la cuarta dimensión, Autoconcepto, la media de puntajes fue de 12.38 (SD= 1,99), lo que indica según los rangos establecidos, que las participantes presentan un nivel medio de desarrollo, con un valor mínimo de 5 y un máximo de 15 puntos.

En la quinta dimensión, Planificación Sistemática y Seguimiento, se obtuvo una media de 11,88 (SD= 2,19), lo que en base a los rangos establecidos indica que hay un mediano nivel de desarrollo por parte de las participantes en esta dimensión, con un valor mínimo de 6 y un máximo de 15 puntos.

Para la última dimensión evaluada, Cumplimiento, la muestra obtuvo una media de puntajes de 11,06 (SD= 1,24), lo que según los parámetros establecidos indica que las mujeres tienen un mediano desarrollo en esta dimensión, con un puntaje mínimo de 8 puntos y un máximo de 13.

VIII. Productos de la intervención

Como se desprende de los objetivos, la propuesta de intervención está orientada a potenciar el desarrollo personal y habilidades sociales de mujeres emprendedoras de la Región del Maule. Por ende, la propuesta propiamente tal, consiste en la realización de dos módulos donde se trabajaran respectivamente las temáticas de Autoestima y Habilidades Sociales desde un formato taller. Estos talleres se desarrollarán a partir de diversas actividades, las cuales buscan fortalecer a la mujer tanto en su autoestima como en la validación de sus actividades económicas.

1. Productos Esperados.

Cada módulo de trabajo (Autoestima y Habilidades Sociales) tiene sus respectivos productos de entrega, los cuales son detallados a continuación a partir de la elaboración de dos marcos lógicos.

a) Modulo I : Desarrollo Personal

a.1) Se espera que al finalizar éste módulo las mujeres logren un nivel de autoestima adecuado, en el cual cada participante se sienta empoderada validándose como mujer empresaria.

a.2) Se espera una mejor disposición y mayor participación en el módulo subsecuente, como resultado de una reestructuración cognitiva (cambio de mentalidad) obtenida a partir de las actividades a realizar en el módulo.

b) Modulo II: Habilidades Sociales y Emprendimiento

b.1) Se espera una potenciación de habilidades sociales tales como negociación, comunicación efectiva de las propias emociones, así como empatía y asertividad, las cuales han sido consideradas como herramientas fundamentales para el desarrollo emprendimiento.

b.2) Información, potenciación y desarrollo de la formalización de emprendimiento a partir de la entrega de herramientas que permitan la habilitación laboral y, así una posterior obtención de beneficios u recursos sean estos provenientes del estado o privados

c) MATRIZ DE MARCO LÓGICO (MML)

MODULO I AUTOESTIMA

Estructura	Descripción	Indicadores verificables	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>Fin</p>	<p>Mujeres empoderadas en su rol de microempresarias a través del aumento de su autoestima.</p>	<p><i>i1.</i> Nivel de autoestima de cada participante a través de la medición en dos momentos, pre y post intervención.</p> <p><i>i2.</i> Recopilación de impresiones y reacciones de las participantes acerca de su autoestima una vez finalizado el taller.</p>	<p>1. Instrumentos Psicológicos. 2. Encuestas. 3. Revisión de Registros.</p>	<p>Un nivel de autoestima adecuado en cada participante, las empodera y permite que se validen y las validen como mujeres microempresarias.</p>

<p>Propósito</p>	<p>Lograr que las participantes reconozcan sus potencialidades y recursos personales, fortaleciendo aspectos de su personalidad relativos a la autoestima y motivación, explorando el conocimiento de sí mismas e integrando adecuadamente sus fortalezas.</p>	<p><i>i1</i> Disponibilidad de 12,5 horas para trabajo presencial con las participantes.</p> <p><i>i2</i> Salón equipado para 35 personas.</p>	<p>1. Coordinación y contratación anticipada del personal y arriendo de salón.</p> <p>2. Revisión de Registros.</p>	<p>La restructuración cognitiva (cambio de mentalidad) en las participantes, permitirá que estén mejor dispuestas para el siguiente módulo.</p>
<p>Componentes</p>	<p><i>c1</i> Empoderar a las participantes en su rol de mujeres microempresarias.</p> <p><i>c2</i> Aumentar la tolerancia al fracaso de las participantes.</p> <p><i>c3</i> Realizar restructuración</p>	<p><i>i1</i> Nivel de participación en actividades.</p> <p><i>i2</i> Percepción de aumento de la autoestima y motivación.</p>	<p>1. Encuestas.</p> <p>2. Reportes vivenciales de las participantes (en términos afectivos y cognitivos).</p> <p>3. Pauta conductual (realizada por relatoras).</p> <p>4. Lista de asistencia (por</p>	<p>La participación activa de las mujeres permite que las competencias propuestas por el módulo se adquieran.</p>

	cognitiva en las participantes.		horas presenciales).	
Actividades	C1.2.3 A1.2.3 Exposiciones	/1 La persona asiste a la totalidad de las exposiciones.	Lista de asistencia Puntualidad.	Prestar atención a las exposiciones entrega las herramientas teóricas para fortalecer el desarrollo personal
	C1.2.3 A1.2.3 Rol Playing	/1. La persona es capaz de interpretar el rol asignado.	Pautas de Observación. Autoevaluación.	Interpretar papeles en formato rol playing desarrolla y potencia en forma práctica Los conceptos trabajados.
	C1.2.3 A1.2.3 Actividades didácticas.	/1 Promedio de actividades didácticas realizadas.	Cantidad de actividades realizadas Evaluaciones de la sesión.	Las actividades didácticas permiten a la participante integrar los contenidos y autoconocerse, dando paso a la reflexión acerca de sus comportamientos y su forma de ser, potenciando su desarrollo personal y la integración
		/1. Promedio de análisis		

	C1.2.3 A1.2.3 Ejecución de Tareas	tareas realizadas.	<p>Cantidad de tareas realizadas.</p> <p>Evaluaciones por tareas ejecutadas.</p>	<p>de los conocimientos adquiridos.</p> <p>Ejecutar tareas pequeñas permite el reforzamiento de los conocimientos adquiridos.</p>
--	-----------------------------------	--------------------	--	---

d) MATRIZ DE MARCO LÓGICO (MML)

MODULO II HABILIDADES SOCIALES Y EMPRENDIMIENTO

Estructura	Descripción	Indicadores verificables	Fuentes de verificación	Supuestos
Fin	Desarrollo de habilidades sociales relacionadas con el emprendimiento.	<p>i1. Defensa de un mini proyecto al final del taller.</p> <p>i2. 50% de las mujeres han realizado una cotización o preguntado por un crédito bancario.</p> <p>i3. 50% de las mujeres con un crédito bancario aprobado 6 meses después.</p> <p>i4. 50% de las mujeres han</p>	<p>Pautas de Observación.</p> <p>Revisión de registros.</p>	El apoyo adecuado en componentes que refuerzan el emprendimiento, mejora la calidad de trabajo y productividad de las microempresarias.

		formalizado ante el S.I.I su emprendimiento.		
Propósito	Desarrollo de habilidades sociales y habilitación laboral en mujeres microempresarias.	<i>i1.</i> Mayores puntajes en escala de emprendimiento. <i>i2.</i> Mayores puntajes en escala de habilidades sociales. <i>i3.</i> Mayor cantidad de formalización de emprendimientos.	Escala de emprendimiento Escala de Habilidades sociales. Documentación pertinente del S.I.I	Desarrollo de habilidades sociales y habilitación laboral en mujeres microempresarias promueve el emprendimiento en las mismas.

Componentes	<p><i>C1</i> Potenciar y desarrollar las habilidades sociales disminuidas en diagnóstico, tales como HH.SS avanzadas y relacionadas con la expresión de sentimientos.</p> <p><i>C2.</i> Informar respecto a fuentes de financiamiento estatales y privadas.</p> <p><i>C3.</i> Informar, potenciar y desarrollar habilitación laboral mediante la formalización de</p>	<p><i>i1.</i> Cantidad y calidad de habilidades sociales implementadas en actividades de rol playing.</p> <p><i>i2</i> Aprobación análisis de caso.</p> <p><i>i3</i> Ejecución de tareas</p> <p><i>i4</i>Comprensión y conocimiento sobre requisitos y pasos a seguir para postular a fuentes de financiamiento.</p> <p><i>i5</i> Visión positiva hacia la</p>	<p>Pautas de Observación.</p> <p>Revisión de Resultados.</p> <p>Cantidad de tareas realizadas.</p> <p>Lista de Asistencia.</p> <p>Listado tipo resumen de fuentes de financiamiento disponibles para</p>	<p>Potenciar y desarrollar las habilidades sociales relacionadas entrega herramientas que fomentan directamente el emprendimiento.</p> <p>Informar, potenciar y desarrollar la formalización de los emprendimientos para la posterior obtención de beneficios, sean estos provenientes del estado o de privados.</p>

	emprendimientos.	formalización de emprendimiento.	de cada tipo de emprendimiento. Pautas de observación.	
Actividades	C1.2.3 A1.2.3 Exposiciones C1.2.3 A1.2.3 Rol Playing	/1 La persona asiste a la totalidad de las exposiciones. /1. La persona es capaz de interpretar el rol asignado.	Lista de asistencia Puntualidad. Pautas de	Prestar atención a las exposiciones entrega las herramientas teóricas en el desarrollo de habilidades sociales. Interpretar papeles en formato rol playing desarrolla y potencia en forma práctica las

	C1.2.3 A1.2.3 Ejecución de Tareas		Cantidad de tareas realizadas. Evaluaciones por tareas ejecutadas.	
--	-----------------------------------	--	---	--

*La ejecución de tareas consiste en pequeñas actividades relacionadas con las temáticas trabajadas, tales como lista de requisitos para postular a beneficios, lista de fuentes de financiamiento existentes por rubro, cotización de créditos en internet, aplicación de formularios, cuestionarios, entre otras.

e) Cronograma

Actividad	2011					2012														
	MESES					SEMANAS														
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Proceso de selección y evaluación.	■																			
Aplicación y administración de los instrumentos.		■	■																	
Tabulación y análisis de los datos.			■	■																
Elaboración de Diagnóstico.				■																
Diseño Plan de Intervención					■															
Ejecución Modulo I: Desarrollo Personal.						■	■	■	■											
Ejecución Modulo II: Emprendimiento y Habilidades Sociales.										■	■	■	■							
-Elaboración y entrega del informe final con los resultados														■	■					
Asesoría y Seguimiento.																■	■	■	■	

f) Presupuesto.

Ítem	Detalle	Valor
Material para el proceso de selección	Fotocopias de instrumentos y entrevistas	\$105.000
	Fichas de ingreso	
	Carpetas	
Elaboración Diagnostico		\$ 150.000
Materiales de los módulos	Manuales	\$ 150.000
	Material de apoyo	\$60.000
	lápices	\$ 3.750
	Carpetas	\$15.000
Honorarios relatores	Módulo 1 (12 horas)	\$ 300.000
	Módulo 2 (12 horas)	\$ 300.000
Alimentación	Coffe Break para 32 P. aprox.	\$ 224.000 aprox.
Traslado	Pasajes participantes \$1.000 p/p por clase.	\$ 192.000
	Pasajes relatores	\$ 24.000

Coordinación y Logística	Honorario coordinador	\$ 75.000
Honorarios profesionales asesores (Seguimiento)	30 horas de asesoría (\$5.000 hr)	\$ 150.000
Instrumentos	Materiales	\$ 25.000
Cierre y Certificación	Pasajes	\$150.000
	Certificación	\$ 10.000
	Cocktail	\$ 100.000
Informe Final		\$ 100.000
		\$ 2.133.750

IX. Discusión y Conclusiones

El Gobierno definió el año 2012 como el año del emprendimiento y en este contexto, se han organizado una serie de actividades que incentivan una cultura que favorezca el emprendimiento y la innovación en cada región, tomando en cuenta las particularidades y vocaciones productivas de cada una de ellas (CORFO, 2012). En base a lo mismo, hoy existen una serie de sub-programas impulsados por SERNAM que tienen por objetivo apoyar el emprendimiento de la mujer chilena.

A pesar de esto, a nivel de los programas existentes, es posible identificar una serie de debilidades que es necesario considerar a la hora de generar un plan de intervención en el área del emprendimiento.

En primer lugar, el perfil de mujer emprendedora que puede postular y posteriormente acceder a los beneficios que ofrecen los programas de gobierno es bastante deficiente, ya que en todos ellos como requisito de postulación, sólo se hace referencia a antecedentes basados en el estrato socio-económico. Esto deja de lado características de tipo personal, contrastando fuertemente con lo que se puede definir como “perfil emprendedor”, el cual como señala McClelland (1961), presenta una serie de atributos tales como: originalidad, innovación; moderada aversión al riesgo; aceptación de sus responsabilidades; conocimiento de los resultados de sus actos; planificación, en base al largo plazo, entre otros. Aspectos que, claramente apuntan a factores del individuo, y que a la hora de seleccionar a las beneficiadas, no forman parte de la evaluación diagnóstica. Esta propuesta de intervención, se basa en lo planteado por Miller (1981, en Gartner, 1985), quien argumenta que no es

posible concebir la creación de una empresa sin tener en cuenta de manera adecuada la complejidad de la misma, por lo que se considera necesario generar proyectos que fomenten el emprendimiento a partir del desarrollo de todas las dimensiones implicadas en el proceso (Individuo, Organización, Proceso y Medio ambiente), tal como lo menciona Gartner (1985) en su modelo, quien argumenta que para analizar y desarrollar el emprendimiento, se debe considerar la interacción de estas 4 dimensiones.

Esta propuesta de intervención se enmarca en la bibliografía que fomenta el desarrollo del emprendimiento desde la dimensión del individuo, entendiendo que existe un déficit en la integración de esta variable en el fomento de la capacidad emprendedora, y considerando que es el desarrollo integral, así como la forma en que interaccionan estas cuatro dimensiones, lo que permite conocer las variantes de éxito o fracaso en la creación de nuevas empresas (Gartner, 1985).

En segundo lugar, la entrega de información relacionada con los contenidos y evaluación de los mismos es impreciso, describiendo el apoyo que entregan como de *tipo financiero, habilitación laboral o generación de redes* que fortalezcan el desarrollo de las capacidades emprendedoras, sin especificar a que se refieren con habilitación laboral, cuales serán las capacidades emprendedoras a desarrollar, o a partir de que indicadores se evaluarán el desarrollo de las mismas.

En base a esto, se considera que existe poca claridad acerca de cuales son los contenidos a reforzar cuando se habla de desarrollo, fomento y evaluación del emprendimiento. Abella, De Luis y Pérez (2000) argumentan que ésta imprecisión se debe a los múltiples roles que debe desempeñar la persona

empresaria, siendo algunos de ellos susceptibles de aprender, mientras que otros se encuentran relacionados con una serie de características del individuo como actitudes, valores y objetivos personales. Esto lleva nuevamente a la necesidad de considerar el emprendimiento como una variable multidimensional, la cual no puede ser abarcada solamente desde el aspecto financiero.

A pesar de esto, en Chile el fomento del emprendimiento sigue abocado al enfoque económico, es decir, en el fomento de la racionalidad y habilitación económica de las mujeres que deseen iniciarse como microempresarias, dejando de lado el desarrollo personal que puedan requerir las mismas para lograr un emprendimiento exitoso, lo que se ve reflejado en la cantidad de trabajo empírico presentado por la GEM, donde la mayor parte de ellos están directamente relacionados con las condiciones sociales (43%); le siguen las condiciones económicas (31%), luego las políticas y procedimientos gubernamentales (12%), la asistencia financiera (9%) y, en último lugar, los conocimientos y habilidades emprendedoras (5%) (Alvarez y Urbano, 2011).

En relación a la evaluación de efectividad que se realiza a los programas gubernamentales, Waissbluth et al (2009), argumentan que existe un importante descuido por los indicadores y evaluación ex post, no significando que en el sector público no existan cifras e indicadores, sino que la mayoría de estos son poco significativos.

En base a lo descrito anteriormente, la propuesta de intervención generada en ésta investigación, se estructura dentro de la metodología de marco lógico, el cual permite conocer en detalle las temáticas a abordar por módulo de

trabajo, actividades, tiempos, formas de evaluación y seguimiento a partir de indicadores confiables en el tiempo.

El diagnóstico realizado a estas 34 mujeres, muestra que existen elementos del desarrollo personal de las mujeres dirigentes rurales, tales como autoestima y habilidades sociales, que es necesario reforzar antes de educar en habilitación laboral y apoyo económico, y por lo tanto, la propuesta de intervención generada en ésta investigación pretende reforzar aquellos recursos personales se encuentran disminuidos. La razón de reforzar en primera instancia el aspecto personal, se explica según Latorre (2011), porque la autoeficacia se refleja en el reconocimiento de capacidades específicas, pero también en el reconocimiento de poseer capacidades de aprendizaje y superar situaciones que obstaculicen el emprendimiento, así como lograr lo que se proponen, siendo esta confianza en sí mismas la que finalmente permite que la intención de emprender pase a la acción.

En relación a las habilidades sociales, que a partir del diagnóstico se han propuesto reforzar, se encuentran aquellas que se vinculan con dar a conocer y expresar los propios sentimientos; enfrentarse al enfado de otros y resolver el miedo; autorrecompensarse cuando es necesario y comprender los sentimientos de los demás, entre otras. Entendiendo que, la persona socialmente hábil es segura de sí misma, capaz de autoafirmarse y de responder correctamente a los demás (Coronel, Levin y Mejail, 2011), se desprende la importancia de generar instancias que, refuercen estas capacidades en las mujeres, de manera previa a cualquier otro tipo de habilitación laboral.

En síntesis, esta propuesta de intervención surge como una iniciativa que recoge aquellos aspectos que se consideran más deficientes en los subprogramas propuestos por el gobierno, para generar una intervención que abarque aspectos del desarrollo personal de la mujer rural y dirigente de la región del Maule, a partir de contenidos específicos y medibles, los cuales se desprenden de una necesidad y un diagnóstico previo.

X. Referencias

- Bosque, A., & Aragon, L. (2008). Nivel de adaptación en adolescentes mexicanos. *Interam. j. psychol.* [online]. vol.42, n.2
- Aldrich, H. & Zimmer, C.(1986). "Entrepreneurship Through Social Networks." Donald Sexton and Raymond Smilor (eds.), The Art and Science of Entrepreneurship. New York: Ballinger.Pp.3-23
- Álvarez, C. y Urbano, D. (2011). Una Década de Investigación basada en el GEM: Logros y retos. *Revista Latinoamericana de Administración*. Vol 46 . pp. 16 – 37.
- Amorós. J, Guerra. M, y Pizarro. O. (2010). *Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile 2009- 2010*. Universidad del Desarrollo. Santiago de Chile.
- Amorós, J. Guerra, M. y Carrillo, J (2007). *Global entrepreneurship monitor (GEM). Reporte Nacional de Chile 2007*.primera edición. Ediciones Universidad del desarrollo Santiago de Chile.
- Amorós, J., Pizarro, O. (2006). *Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio*. Univ. Empresa, Bogotá. Vol. 5 (11). Pp. 15-32.
- Amorós, J. y Pizarro, O. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Reporte Mujeres y actividad Emprendedora, Chile, 2005/2006*. Universidad del Desarrollo: Santiago, Chile

Audretsch, D. & Keilbach, M. (2004). "Entrepreneurship Capital: Determinants and Impact," Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy. Institute of Economics.

Avella, S., De Luis, P. y Perez, M. (2000). Formación Empresarial y Género. VII Jornada de Economía Crítica. Albacete.

Avila., M. (1997). La intervención psicosocial: Su implementación a través de programas de entrenamiento en el ámbito grupal. Revista Cubana de Psicología. Vol 14, No. 2, pp. 179 – 191.

Bourdieu, P. (1977). Outline of a Theory of Practice. Cambridge, England: Cambridge University Press

Carosio, A. (2004). "Las Mujeres y la opción emprendedora: Consideraciones sobre la gestión". Revista Venezolana de estudios de la Mujer. Caracas. Vol. 9 pp. 79-111

Carsrud, A. & Johnson, R. (1989). "Entrepreneurship: A social Psychological Perspective. Entrepreneurship and Regional Development, 1. Pp 21 – 32.

Coronel, C., Levin, M. y Mejail, S. (2011). Social skills: an investigation with Young adolescents from different socioeconomic context. Electronic Journal of Research in Educational Psychology. Vol 9 (1). Pp. 241 – 262.

Contreras, C. y Navas, M. (1998). Identidad Social y Autoestima en Mujeres Empresarias Almerienses. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales del IEA No. 16, pp 21- 42

Duarte, T. y Ruiz, M. (2009). Emprendimiento una opción para el desarrollo. Scientia Et Technica, Universidad Tecnológica, Colombia. vol. 15, pp. 326-331

Gartner (1985): "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture creation". The Academy of Management Review, Vol. 10, No. 4, pp. 696 – 706.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2009); Condiciones del Contexto para el Emprendimiento en Chile. Universidad del Desarrollo. Santiago de Chile

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2010); Universidad del Desarrollo (2006-2010). Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile. Maule de Chile.

Gibb, A. (1994). Do you Really Teach (Approach) Small Business the way we should?. Journal of Small Business and Entrepreneurship, v. 11, n.2, pp 4- 27.

Instituto Nacional de Estadísticas, INE (2002). *Resultados Censo de Vivienda y Población* pp.70-85.

- Kourilsky, M. & Walstad, W. (1998); Entrepreneurship and Female Youth: Knowledge, Attitudes, Gender differences, and Educational Practices. *Journal of Business Venturing*, n. 13 pp. 77 – 88.
- Lahera, E. (2004). *Política y Políticas Públicas*. División de desarrollo Social. CEPAL. Santiago de Chile.
- Latorre, Z. (2011). La motivación, el autoconcepto y la creatividad, como factores esenciales para el emprendimiento. *Pedagogía y Desarrollo Humano Cohorte XVIII*, de la Universidad Católica de Pereira.
- Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). *The Entrepreneurial propensity of women*. Economics and Entrepreneurship Division. Baylor University.
- Maza, G. (2004). *Políticas Públicas y Sociedad Civil en Chile: El caso de las Políticas Sociales (1990-2004)*. Programa Ciudadanía y Gestión Local. N° 43, pp. 105-148.
- McClelland (1961). *The Achieving Society*, D. Van Norstrand Co., Princeton, NJ.
- McMullan, W. y Long, W. (1987). Entrepreneurship education in the nineties. *Journal of Business Venturing*. University of Calgary, Canada. Vol 2. Pp. 261-275

- Nobre, L. A., Irurtia, M. J., Garrido L., Romero, N. y Caballo, V. E. (2007). Intervención en habilidades sociales y discusión de tiempo libre como prevención secundaria en población adolescente. Comunicación presentada en el V World Congress of Behavioural and Cognitive Therapies, Barcelona (España).
- Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación (FAO) (2007). Mujeres rurales en Chile. Región del Maule.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2006). Guía para la Transversalización del Género.. Santiago de Chile
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2008). Desarrollo humano en chile rural. Santiago de Chile.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2010). Desarrollo humano en chile. Género: los desafíos de la igualdad. Santiago de Chile.
- Rábago, P., D'Annunzio, M., y Monserrat, S. (s/a). El perfil de mujeres emprendedoras exitosas de Argentina. Centro de estudios en Administración. Facultad de Ciencias económicas. UNICEN.
- Robis, R., Hendin, H., Trzesniewski, K.(2001). Measuring global self-esteem: construct validation of a single item measure and the Rosenberg Self-Esteem Scale. *Pers Soc Psychol Bull* ; 27: 151-61.

ROJAS-BARAHONA, C., ZEGERS, B. y FORSTER, C. (2009). La escala de autoestima de Rosenberg: Validación para Chile en una muestra de jóvenes adultos, adultos y adultos mayores. *Rev. méd. Chile* [online]., vol.137, n.6

Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM) (2007). Guía de Transversalización del Enfoque de Género en los Instrumentos de Gestión a Nivel Regional y Municipal. Santiago de Chile.

Spencer, L.M. y Spencer, S.M. (1993). *Competence at Work*. New York: John Wiley and Sons.

Suchman, E. (1967) *Evaluative Research*. New York: Russell Sage Foundation, 1967

ROSENBERG M.(1965) *Society and the adolescent selfimage*. Princeton: Princeton University Press.

Waissbluth, M., Inostroza, J., Acuña, E., Avedaño, C. (2009). *La Gestión de Organizaciones y Programas Públicos en Chile. Programa en gestión y políticas públicas*. Universidad de Chile.

Weeks, J. (2001). *Women's entrepreneurship in Latin America: An exploration of current knowledge*. Washington, Inter-American Development Bank

ANEXOS

Anexo I.

Datos Sociodemográficos.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

EDAD	
ACTIVIDAD PRODUCTIVA	
RUBRO	
TIEMPO EN LA MESA RURAL	

A continuación le pedimos que coloque en el siguiente recuadro 3 Fortalezas y 3 Debilidades que usted considere que posee en relación a sus capacidades emprendedoras.

Fortalezas	Debilidades

Anexo II.

Escala de Autoestima de Rosenberg

Escala de Autoestima de Rosenberg

Este test tiene por objeto evaluar el sentimiento de satisfacción que posees hacia ti mismo/a. Por favor, conteste las siguientes frases con la respuesta que considere más apropiada, marcando con una X en el recuadro de la figura que mejor represente tú manera de pensar.

Edad _____ Profesión u oficio _____

Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
			

				
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.				
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.				
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.				
4. Tengo una actitud positiva hacia mi mismo/a.				
5. En general estoy satisfecho/a de mi mismo/a.				
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a.				
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasado/a.				
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mi mismo/a.				
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				
10. A veces creo que no soy buena persona.				

Anexo III.

Cuestionario de Habilidades Sociales

Cuestionario Habilidades sociales

A continuación se le presentarán una serie de afirmaciones donde deberá marcar con una equis "x" la opción que más la identifique (Nunca, A veces, Siempre). Recuerde marcar una sola opción por afirmación y al responder, piense que no hay preguntas ni buenas ni malas, solo representativas de lo que usted hace o piensa.

Edad _____

Profesión u oficio _____

Opciones por afirmación	Nunca	A veces	Siempre
			

HABILIDADES SOCIALES				
1	Prestas atención a la persona que te está hablando y haces un esfuerzo para comprender lo que te está diciendo			
2	Hablas con los demás de temas poco importantes para pasar luego a los más importantes			
3	Hablas con otras personas sobre cosas que interesan a ambos			
4	Clarificas la información que necesitas y se la pides a la persona adecuada			
5	Permites que los demás sepan que les agradeces los favores			
6	Te presentas ante los demás por iniciativa propia			
7	Pides que te ayuden cuando tienes alguna dificultad			
8	Eliges la mejor forma para integrarte en un grupo o para participar en una determinada actividad			
9	Explicas con claridad a los demás cómo hacer una tarea específica			
10	Prestas atención a las instrucciones, pides explicaciones y llevas adelante las instrucciones correctamente			
11	Pides disculpas a los demás por haber hecho algo mal			
12	Intentas persuadir a los demás de que tus ideas son mejores y que serán de mayor utilidad que las de la otra persona			
13	Intentas reconocer las emociones que experimentas			
14	Permites que los demás conozcan lo que sientes			
15	Intentas comprender lo que sienten los demás			
16	Si estás asustado(a) piensas ¿Por que?, y luego haces algo para disminuir el miedo			

17	Te dices a ti mismo o haces cosas agradables cuando te mereces una recompensa			
18	Te ofreces para compartir algo que es apreciado por los demás			
19	Ayudas a quien lo necesita			
20	Llegas a establecer un sistema de negociación que te satisface tanto a ti como a quienes sostienen posturas diferentes			
21	Controlas tu carácter de modo que no se te “escapan las cosas de la mano”			
22	Defiendes tus derechos dando a conocer a los demás cuál es tu postura			
23	Te mantienes al margen de situaciones que te pueden ocasionar problemas			
24	Informas a los demás cuándo han sido los responsables de de algún problema e intentas encontrar una solución			
25	Intentas llegar a una solución justa ante la queja justificada de alguien			
26	Comprendes la razón por la cual has fracasado en una determinada situación y te preguntas qué puedes hacer para tener más éxito en el futuro			
27	Reconoces y resuelves la confusión que se produce cuando los demás te explican una cosa pero dicen o hacen otras que se contradicen			
28	Comprendes lo que significa la acusación y por qué te la han hecho y luego, piensas en la mejor forma de relacionarte con la persona que te ha hecho la acusación			
29	Planificas la mejor forma para exponer tu punto de vista antes de una conversación problemática			
30	Resuelves la sensación de aburrimiento iniciando una nueva actividad interesante			
31	Reconoces si la causa de algún acontecimiento es consecuencia de alguna situación bajo tu control			
32	Tomas decisiones realistas sobre lo que eres capaz de realizar antes de comenzar una tarea			
33	Eres realista cuando debes dilucidar cómo puedes desenvolverte en una determinada tarea			
34	Resuelves qué necesitas saber y cómo conseguir la información			
35	Determinas de forma realista cuál de los numerosos problemas es el más importante y el que deberías solucionar primero			
36	Consideras las posibilidades y eliges la que te hará sentir mejor			
37	Te organizas y te preparas para facilitar la ejecución de tu trabajo			

Anexo IV.

Cuestionario de Emprendimiento.

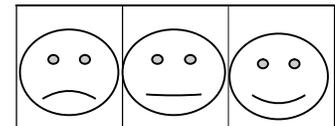
CUESTIONARIO DE EMPRENDIMIENTO

Edad _____

Profesión u oficio _____

A continuación, usted encontrará una serie de afirmaciones donde deberá marcar con una equis “x”, en la opción que más la identifique (Nunca, A veces, Siempre). Recuerde marcar una sola opción por afirmación y al responder, piense que no hay preguntas ni buenas ni malas, solo representativas de lo que usted hace o piensa.

Opciones por afirmación	Nunca	A veces	Siempre
			



1	Le interesa saber más, para hacer mejor su trabajo			
2	Realizaría un negocio, sólo sabiendo que es seguro.			
3	Cuando comete errores, se frustra y deja de hacer las cosas			
4	Puede resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión			
5	Ha Planificado tareas grandes dividiéndolas en actividades más chicas			
6	Termino mi trabajo a tiempo			
7	Antes de iniciar una actividad importante, estudia para mejorar su efectividad			
8	Al emprender alguna actividad desconocida, realiza cálculos para predecir mejor su riesgo			
9	Sabe que a pesar de los errores los intentos aumentan sus posibilidades de lograr objetivos			
10	Se siente inseguro (a) de sus propias ideas y posibilidades			
11	Antes de hacer algo, considero cuidadosamente las ventajas y desventajas de las distintas maneras de hacerlo			
12	Cumplo todas las promesas que hago			
13	Prefiere dejar de hacer algo desconocido en un proyecto, que buscar ayuda			
14	Piensa que en la vida se deben tomar riesgos para alcanzar las metas que desea			
15	Cuando se plantea una meta, Insiste hasta que lo logra			
16	Está convencido (a) de sus capacidades y sabe muy bien cómo explotarlas			
17	Hago las cosas sin perder tiempo buscando información			
18	Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros para cumplir con			

	una entrega a tiempo			
19	Aunque sea riesgoso un proyecto, seguiría adelante para conseguir las ganancias que desea			
20	Considera que la perseverancia es importante para llegar al éxito			
21	Le resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema			
22	Me enfrento a los problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos			
23	Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo mucho para que quede satisfecha			
24	Considera que el riesgo es a veces estimulante			
25	Cuando tiene una idea, lucha por conseguirla			
26	Se siente seguro (a) incluso cuando alguien critica lo que ha hecho			
27	Si no resulta una manera de solucionar un problema, busco otra forma de hacerlo			
28	Aunque yo mismo (a) fije la fecha de entrega de una tarea o trabajo, mi familia es más importante			
29	Piensa que a las personas que se arriesgan les va mejor			

Formato de Corrección Escala de Autoestima de Rosenberg

Criterios de Corrección

De los ítems 1 al 5, las respuestas A a D se puntúan de 4 a 1.

De los ítems 6 al 10, las respuestas A a D se puntúan 1 a 4.

Puntajes

Puntaje total de cuestionario: 40 puntos.

Rangos de puntaje	Niveles de Autoestima
De 30 a 40 puntos	Autoestima elevada. Considerada como autoestima normal.
De 26 a 29 puntos	Autoestima media. No presenta problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarla.
Menos de 25 puntos	Autoestima baja. Existen problemas significativos de autoestima.

Formato de Corrección Habilidades Sociales

Dimensiones	Preguntas	Puntajes máximo
Primeras Habilidades Sociales	1 +2+3+4+5+6	18 pts
Habilidades Sociales Avanzadas	7+8+9+10+11+12	18 pts
Habilidades relacionadas con los sentimientos	13+14+15+16+17	15 pts
Habilidades Alternativas a la agresión	18+19++20+21+22++23	18 pts
Habilidades para hacer frente al estrés	24+25+26+27+28+29	18 pts
Habilidades de Planificación	30+31+32+33+34+35+36+37	24 pts
Puntaje Total		111

Puntajes

Puntaje Total del Cuestionario: 111 puntos.

Rangos de Puntaje	Habilidades Sociales
De 37 a 62 puntos	Bajo desarrollo en Habilidades Sociales
De 63 a 88 puntos	Adecuado desarrollo en Habilidades Sociales
De 89 a 111 puntos	Avanzado desarrollo en Habilidades Sociales.

Anexo VII.

Formato de Corrección Dimensiones Habilidades Sociales

Dimensión	Puntaje	Clasificación
Primeras habilidades sociales	6-10	Bajo desarrollo de las primeras habilidades sociales
	11-15	Mediano desarrollo de las primeras habilidades sociales
	16-18	Alto desarrollo de las primeras habilidades sociales
Habilidades sociales avanzadas	6-10	Bajo desarrollo de las habilidades sociales avanzadas
	11-15	Mediano desarrollo de las habilidades sociales avanzadas
	16-18	Alto desarrollo de las habilidades sociales avanzadas
Habilidades relacionadas con los sentimientos	5-8	Bajo desarrollo de las habilidades relacionadas con los sentimientos
	9-12	Mediano desarrollo de las habilidades relacionadas con los sentimientos
	13-15	Alto desarrollo de las habilidades relacionadas con los sentimientos
Habilidades alternativas a la agresión	6-10	Bajo desarrollo de las habilidades alternativas a la agresión
	11-15	Mediano desarrollo de las habilidades alternativas a la agresión
	16-18	Alto desarrollo de las habilidades alternativas a la agresión
Habilidades para hacer frente al estrés	6-10	Bajo desarrollo de las habilidades para hacer frente al estrés

	11-15	Mediano desarrollo de las habilidades para hacer frente al estrés
	16-18	Alto desarrollo de las habilidades para hacer frente al estrés
Habilidades de planificación	8-13	Bajo desarrollo de las habilidades de planificación
	14-19	Mediano desarrollo de las habilidades de planificación
	20-24	Alto desarrollo de las habilidades de planificación

Anexo VIII.

Formato de Corrección Cuestionario de Emprendimiento

Dimensiones	Preguntas	Puntaje máximo
Búsqueda de Información	1; 7 ;(-) 13	9 puntos
Riesgo	(-) 2; 8; 14; 19; 24; 29	18 puntos
Perseverancia	(-) 3; 9; 15; 20; 25	15 puntos
Autoconcepto	4: (-)10; 16;(-) 21; 26	15 puntos
Planificación Sistemática y Seguimiento	5; 11; 17; 22; 27	15 puntos
Cumplimiento	6; 12; 18; (-) 23; 28	15 puntos

Puntajes

Puntaje Total del Cuestionario: 87 puntos.

Rangos de Puntaje	Niveles de Emprendimiento
De 29 a 48 puntos	Bajo Nivel de Emprendimiento
De 49 a 68 puntos	Nivel de Emprendimiento Moderado
De 69 a 87 puntos	Alto Nivel de Emprendimiento

Anexo IX.

Formato de Corrección Dimensiones Cuestionario de Emprendimiento

Dimensión	Puntaje	Clasificación
Búsqueda de información	3-5	Bajo desarrollo de búsqueda de información
	6-7	Mediano desarrollo de búsqueda de información
	8-9	Alto desarrollo de búsqueda de información
Riesgo	6-10	Bajo riesgo
	11-15	Mediano riesgo
	16-18	Alto riesgo
Perseverancia	5-8	Baja perseverancia
	9-12	Mediana perseverancia
	13-15	Alta perseverancia
Autoconcepto	5-8	Bajo desarrollo del autoconcepto
	9-12	Mediano desarrollo del autoconcepto
	13-15	Alto desarrollo del autoconcepto
Planificación sistemática y seguimiento	5-8	Bajo desarrollo de la planificación sistemática y seguimiento
	9-12	Mediano desarrollo de la planificación sistemática y seguimiento
	13-15	Alto desarrollo de la planificación

		sistemática y seguimiento
Cumplimiento	5-8	Bajo cumplimiento
	9-12	Mediano cumplimiento
	13-15	Alto cumplimiento