
Estudio del carácter emprendedor de las mujeres jóvenes bolivianas de 22 a 30 años en las ciudades de La Paz y El Alto

The character study of young bolivian women entrepreneur of 22 to 30 years old from La Paz and El Alto cities

Mikaela Luciana Arteaga Arancibia & Shirley Carolina Valencia (2022). "Estudio del carácter emprendedor de las mujeres jóvenes bolivianas de 22 a 30 años en las ciudades de La Paz y El Alto". *Perspectivas*, Año 25, N° 49, mayo 2022. pp. 59 - 96. Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Sede Cochabamba. Clasificación JEL: E29 L26.

Mikaela Luciana Arteaga Arancibia

*Licenciada en Ingeniería Comercial
Universidad Católica Boliviana "San Pablo"*

Shirley Carolina Valencia Camacho

*Magíster en Administración de Empresas
Mención Economía Digital*

*Universidad Complutense de Madrid
Docente de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo"
Email: cvalencia@ucb.edu.bo*

Resumen

El emprendimiento femenino viene a ser un medio para alcanzar los objetivos de independencia y libertad, impulsando el empoderamiento de la mujer. En este estudio se identifican los factores que definen el carácter emprendedor de las mujeres de negocios informales, aquellas que se adaptan rápidamente, son sensibles y flexibles a los cambios del entorno.

Para el estudio se utilizó la Base de Datos de las socias de Crecer IFD de las sucursales de La Paz y El Alto. Los resultados fueron clasificados a partir de 21 indicadores agrupados en 5 dimensiones. De manera general, los resultados muestran que, los cuatro factores más importantes que motivan el emprendimiento son la búsqueda de independencia, la perseverancia, el altruismo y la necesidad de ingresos extra. El hecho de que muchas de las mujeres no tengan conocimientos formales en emprendimiento y que sus negocios, en la gran mayoría, son informales, les abre la posibilidad de cambiar y adaptarse rápidamente a condiciones desconocidas, manteniendo su esencia emprendedora. Resalta en ellas la perseverancia en la búsqueda de independencia y valía propia. Se puede decir que el emprendimiento genera efectos positivos en el empoderamiento de la mujer, les da la posibilidad de ser independientes, tomar sus propias decisiones y por consiguiente aportar a la sociedad boliviana.

CLASIFICACIÓN JEL: E29 L26

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento Femenino, Carácter, Mujeres, Negocios, Motivación, Independencia.

Abstract

The female entrepreneurship comes to be a way to reach the independence and freedom goals to impulse women empowerment. This study identifies the facts which defines the entrepreneur character of informal businesswomen; those who adapts quickly, are sensitive and flexible to changes of environment.

For this study it was used the Data Base of customers from "Crece IFD" from the branch offices of La Paz and El Alto. The results were classified starting from 21 indicators grouped in 5

dimensions. In general way, the results show that, the most important four factors that motivate entrepreneurship are the independence search, perseverance, altruism and extra incomes need. The fact is that many women do not have formal knowledge in entrepreneur and that her business, most of it, are informal; it opens the chance to change and quickly adapt to unknown conditions, keeping her entrepreneur essence. Perseverance in them highlight on the independence and self-worth search. It can be said that entrepreneurship generates positive effects on female empowerment, it gives her the chance to be independent, take her own decisions, and consequent, contribute to Bolivian society.

JEL CLASSIFICATION: E29 L26.

KEYWORDS: Female Entrepreneurship, Character, Women, Business, Motivation, Independence.

Introducción

La emancipación femenina conlleva un proceso histórico bastante largo. Según Thompson, como se cita en Andreassi (2015), dice que la emancipación de la mujer es el resultado de la opresión de género y clase (p. 48). Es decir, refiere a que la opresión deriva en liberación, pero por parte de los oprimidos. Los desbalances en la igualdad de género que se busca mejorar día a día han llevado a que las mujeres decidan buscar nuevas formas de encontrar una estabilidad laboral, un espacio para las oportunidades y la libertad de decidir por ellas mismas. Una forma de conseguirlo es el emprendimiento.

El término emprendimiento puede ser entendido de distintas maneras, sin embargo, la aplicación dentro del entorno de la población femenina boliviana en el mercado informal, es específicamente el concepto general. Según la Real Academia Española (RAE, 2019), emprender significa acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierra dificultad y peligro. Emprender, actualmente, es sinónimo de valentía y diferenciación, sin embargo, las personas no deciden emprender por una misma razón.

Es complejo especificar las razones y motivaciones que tienen las personas al momento de emprender. Algunas de esas razones pueden ser obtener ingresos importantes, aprovechar oportunidades de negocio, necesidad laboral o necesidad de independencia. Según el *Global Entrepreneurship Monitor*, Reporte Nacional Bolivia (GEM Bolivia, 2014), estas motivaciones se dividen en dos: por oportunidad o por necesidad. Este estudio se enfoca en la evaluación de las redes empresariales. Uno de los indicadores más importantes que presenta el GEM es la Tasa de Actividad Emprendedora Total en Etapa Inicial o “*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*” (TEA, por

sus siglas en inglés), que comprende a los emprendedores nacientes y a los propietarios de nuevos negocios. “La TEA refleja la dinámica de emprendimiento existente en un país” (GEM, 2014, p. 46).

Si se ve el emprendimiento desde el lado femenino, tomando en cuenta la lucha por la igualdad y empoderamiento de la mujer, podría ser considerado como una oportunidad de independencia, desarrollo personal y profesional. Saavedra y Camarena (2015) en su estudio del Emprendimiento Femenino en América Latina, mencionan que todavía la igualdad de género es baja (p. 135). Según un estudio mencionado en el artículo de Powers y Magnoni del 2010, América Latina ha alcanzado un nivel cercano a la de los países desarrollados en cuanto a salud, supervivencia y educación, sin embargo, la participación femenina en la economía todavía es baja. Bolivia se encuentra en el puesto 83, con un índice global de disparidad de género (2009) de 0,6693. Tomando en cuenta el nivel de estudio que en este tiempo han alcanzado las mujeres, los desafíos y responsabilidades que tienen ellas son distintos a los de los hombres (Saavedra & Camarena, 2016, p. 135).

Garay, secretario de Desarrollo Económico de El Alto, indica que: “En las últimas gestiones se notó la importancia de la formación de emprendimientos para el crecimiento de la ciudad y por ello que se empezó a trabajar con éstos (...)” (Garay, como se citó en Blanco, 2018, párr. 5).

La ciudad de La Paz no se queda atrás. El 2019, Cosas Claras publicó una nota que indica que en la ciudad de La Paz se registran aproximadamente 1500 emprendimientos por año. Esta nota indica que “las condiciones administrativas y legales vigentes en el municipio hacen que La Paz acoja al 40% de las Micro y Pequeñas Empresas vigentes en el país” (Cosas Claras, 2019, párr. 6).

En consecuencia, es importante conocer cuáles son los factores esenciales que llevan a una mujer a ser emprendedora. Más allá de su propia independencia laboral, los nuevos emprendimientos podrían nacer de motivadores internos como externos, relacionados con la necesidad de generar ingresos, aportar a la familia, reafirmación del valor propio, el aprovechamiento de oportunidades y otros aspectos que se busca identificar en esta investigación.

También se puede ver la relación del emprendimiento con el empoderamiento de la mujer y su participación en el desarrollo del país.

El objetivo de la investigación es identificar cuáles son los factores que definen el carácter emprendedor y los motivadores que impulsan a las mujeres jóvenes de 22 a 30 años de las ciudades de La Paz y El Alto, para emprender. Al mismo tiempo, conocer el estado actual de los emprendimientos y las barreras o dificultades principales con las que las mujeres emprendedoras se enfrentan.

Para dichos objetivos, el apoyo de Crecer, Institución Financiera de Desarrollo (IFD), fue de gran importancia, brindando los datos de mujeres socias de las ciudades de La Paz y El Alto y facilitando que la encuesta llegue al segmento elegido. Es por eso, que, el estudio está únicamente basado en las respuestas de las socias de Crecer IFD como sujeto de estudio.

1. Marco conceptual

1.1. Emprendimiento

El término emprendedor es parte de una evolución histórica. Cantillon (1755) introdujo la terminología emprendimiento en la década de 1750, estudiando diversas teorías como la economía, sociología, la psicología, antropología, ciencias políticas, administración, la historia, entre otras (Cantillón, como se citó en Terán & Guerrero, 2020, p. 7). Adicionalmente, aclaró que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, asume y soporta los riesgos relacionados a la actividad empresarial (p. 55).

Castiblanco (2013) menciona, además, a varios autores, quienes describieron el emprendimiento desde sus investigaciones personales. Entre ellos, Say (1803) define al emprendedor como “un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad” (Say, como se citó en Castiblanco, 2013, p. 55).

Otra definición importante es la de Peter Drucker (1985), quien menciona que Schumpeter fue el primer economista que analiza el emprendimiento de

manera profunda y afirma la existencia de un desequilibrio dinámico, llamando al emprendimiento una “destrucción creativa” (Drucker, como se citó en Castiblanco, 2013, p. 55). Drucker definió al emprendedor como un individuo innovador, y manifiesta que no toda persona que crea un nuevo negocio es un emprendedor. Destacó que las personas pueden aprender a ser innovadoras, que el emprendimiento es teoría y no intuición, por lo tanto, el emprendimiento es un rasgo de los individuos, pero no uno de personalidad (p. 56). En pocas palabras, el emprendedor se hace, no nace.

1.2. Carácter

La RAE (2020) define la palabra carácter como el “conjunto de cualidades o circunstancias propias de una cosa, de una persona o de una colectividad, que las distingue, por su modo de ser u obrar, de las demás”.

El carácter tiene un rol fundamental en el término emprendimiento. Ríos (2013) realiza un estudio de las mujeres emprendedoras chilenas. Menciona que el carácter es parte de las habilidades blandas desarrolladas en las mujeres emprendedoras, lo cual les permite seguir adelante a pesar de las adversidades (p. 31). Este estudio identifica distintos atributos que completan el término de carácter en las emprendedoras, entre ellos trabajadora, seguridad personal, disciplinada, equilibrada, enfocada, cautelosa, intuitiva, constante, clara, entre otros. Sin embargo, un rasgo común que se encontró en el proceso de entrevista a las emprendedoras es la capacidad de escuchar y el vínculo emocional, los cuales son mucho más rescatables en las mujeres, sin embargo, ninguno de los elementos del carácter emprendedor es propiamente de las mujeres (Ríos, 2013, pp. 32-35).

El estudio de Ríos (2013) se complementa a través de entrevistas y comentarios de distintos expertos y expertas. El carácter desarrollado en los emprendimientos se plantea como una variable importante. Velasco (2017) menciona que el emprendimiento es un factor crucial al momento de lograr que las mujeres encuentren mejores condiciones de vida y económicas, alcanzando la igualdad de género y el empoderamiento (párr. 3).

1.3. Motivación

En el marco de los atributos individuales están incluidos los aspectos motivacionales. Estos se ven como las iniciativas basadas en necesidad frente a la oportunidad e iniciativas motivadas por la independencia y mejores ingresos. Rodríguez y Santos (2008), como se cita en Guerrero et al. (2013), estructuran las motivaciones intrínsecas de motivación son la necesidad de independencia y las motivaciones trascendentales como ser el equilibrio entra familia y trabajo. Por otro lado, las motivaciones extrínsecas son aquellas denominadas “techo de cristal” las cuales están formadas por obstáculos no palpables como ser la discriminación laboral, falta de ingresos, entre otros (p. 27).

1.4. La mujer en la actividad emprendedora (empoderamiento femenino)

Castiblanco (2013), en su estudio de la construcción de la categoría del emprendimiento femenino, realiza una serie de comparaciones de emprendimientos femeninos en distintos países y culturas en las cuales encuentra que muchas veces “la barrera cultural impide que la población conciba a las mujeres como capaces de dirigir sus propios negocios y las inhibe de iniciar proyectos empresariales” (p. 60). De este modo, en la relación del empoderamiento femenino y el emprendimiento, Castiblanco (2013) menciona a Kabeisi (2010) quien “halló que en los países subdesarrollados donde el nivel de empoderamiento es bajo, las mujeres tienden a tener limitadas sus redes y movilidad, lo que les impide observar modelos de empresas exitosas, acceder a recursos e iniciar negocios exitosos” (p. 62).

El empoderamiento puede ser intrínseco, basado en actitudes y toma de decisiones. Alamilla y Trucios (2019) aseveran que el empoderamiento es un proceso gradual y dinámico de los individuos, siendo la autonomía y la toma de decisiones factores indispensables en el proceso, según los aportes de Hernández y García (párr. 14). Complementando a lo anteriormente dicho, autores como Casique-Rodríguez (2014), Emakunde (2013) y Vidal (2015), mencionados en el texto de Alamilla y Trucios (2019), confirman que la autonomía es fundamental en el proceso de empoderamiento. De este modo,

se puede relacionar al empoderamiento con el emprendimiento por necesidad de autonomía, esto a través del desarrollo de nuevas habilidades que permitan la participación de las mujeres directamente en el progreso de la sociedad (párr. 13). Emakunde (2013), también mencionado e Alamilla y Trucios (2019) descubre que el empoderamiento está compuesto, inicialmente, por el indicador de autonomía individual, el cual puede ser afectado por el ámbito laboral. En segundo lugar, el indicador se enfoca en la igualdad de oportunidades. El tercer indicador se refiere a la participación femenina en el ámbito de carácter social. De este modo, el emprendimiento femenino se ve relacionado con el empoderamiento en sus diferentes factores (párr. 16).

1.5. Espíritu emprendedor femenino

Saavedra y Camarena (2015) sostienen que el emprendimiento femenino en América Latina se ve limitado por las responsabilidades familiares. Aún existe la idea de que el hombre es el que trabaja y sostiene el hogar, mientras que a mujer es la que administra y cría a los hijos (p. 133). Sin embargo, Escandón y Arias (2011), citados por Saavedra y Camarena (2015), señalan que en los últimos años existe una tendencia a cambiar esta dinámica (p. 133).

Así también, Saavedra y Camarena (2015, pp. 133-134) indican que el Sistema Económico Latinoamericano (SELA, 2010) señala que las características de las mujeres emprendedoras en América Latina son muy marcadas. Estas son:

- El impulso detrás de la empresa de las mujeres está en la necesidad económica más que en la idea de desarrollar una nueva idea o aprovechar una oportunidad.
- Las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que las empresas de los hombres.
- El nivel de educación de las mujeres empresarias es, en general, más bajo que de los hombres.
- Las empresas de mujeres de América Latina y Caribe operan de manera más predominante en el sector de servicios y están mejor posicionadas para atender los nichos de mercado.
- Las mujeres empresarias presentan mayor dificultad en el acceso a

fuentes de financiamiento, crédito y capital, lo que limita el crecimiento de sus empresas.

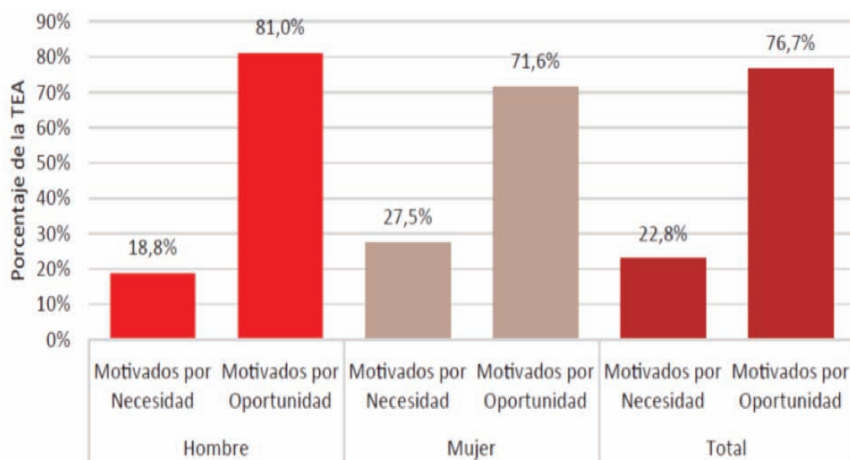
- La conciliación entre vida familiar y empleo muchas veces es resuelta a través de una empresa propia, sin embargo, es más difícil desarrollar la empresa.

Las mujeres empresarias enfrentan estereotipos negativos sobre su capacidad para establecer y desarrollar una empresa.

2. Aproximación desde el GEM

El proyecto GEM, realiza aproximaciones para explicar cómo se gestiona el emprendimiento en más de 70 países. En Bolivia, el último estudio GEM se realizó el año 2014, el cual realiza comparaciones con los estudios del 2008 y 2010. Uno de los indicadores más importantes, mencionado anteriormente es la TEA. Este indicador, comprende a los emprendedores nacies y a los propietarios de los nuevos negocios, reflejando la dinámica de emprendimientos existentes en el país (GEM Bolivia, 2014, p. 46).

El GEM en su Reporte Global (2014), diferencia entre negocios jóvenes o iniciales y los negocios recientes o nuevos. Aquellos negocios iniciales son los que comprometen recursos, pero aún no pagan sueldos ni salarios. Por otro lado, los negocios nuevos son los manejados por sus propietarios los cuales pagan salarios y sueldos por más de tres meses hasta 42 meses. Ese corte de los 42 meses se utiliza para diferenciar entre negocios nuevos y negocios establecidos (GEM Bolivia, 2014, pp. 23-24). El estudio identifica los tipos de motivación que generan iniciativas emprendedoras: las que surgen por necesidad, que muchas veces se da por falta de oportunidades laborales y las que surgen por oportunidad (p. 23).



Fuente: Extraído del Reporte GEM Bolivia, 2014 (p. 53).

Figura 1.1. Bolivia: Composición de la TEA según las motivaciones para emprender, por género (2014).

Se ve que, en Bolivia, los emprendimientos motivados por oportunidad tienen un porcentaje de TEA más alto que aquellos motivados por necesidad. Cuando se habla de género, los datos no son distintos. Tanto en hombres como en mujeres predomina la motivación por oportunidad. Sin embargo, observando Figura 1, se puede ver que las mujeres muestran un porcentaje de motivación por necesidad más alto que el de los hombres, con un 27,5% versus 18,8% respectivamente. Esta aproximación acentúa el hecho de que los hombres emprendan más motivados por las oportunidades, mientras que las mujeres lo hacen más por necesidad.

2.1. Factores de impulso al emprendimiento

Uno de los principales objetivos del GEM es identificar los factores que promueven o inhiben la actividad emprendedora en el país. Para lograr esto, se enfoca en los componentes de contexto social, cultural, económico y político (p. 39). En el reporte GEM Bolivia (2014) se recalca que estos componentes en los cuales interactúan los y las emprendedoras son

mutuamente dependientes (p. 22). En el GEM, se entiende entonces, que las motivaciones por oportunidad se refieren a independencia económica, mientras que las motivaciones por necesidad a opciones laborales (p. 53).

2.2. Etapas de crecimiento de la empresa según el GEM

Los conceptos y definiciones operativas que utiliza el GEM Bolivia (2014, p. 23) respecto a las fases del ciclo del emprendimiento son definidas como:

- **Emprendimientos nacientes:** son aquellos involucrados en la creación de un negocio en un tiempo de 0 a 3 meses.
- **Nuevos negocios:** Son los cuales están en operación en un periodo de entre 3 meses hasta 3 años y medio de vida.
- **Negocios establecidos:** Son los cuales tienen más de 3 años y medio de vida y mantienen un negocio consolidado.
- **Discontinuidad:** Pertencen los negocios que ya no operan, sea cual sea la razón, durante el último año.

Este concepto es manejado en todas las economías en las que se realiza el GEM, capturando tanto la actividad formal como informal.

3. CRECER: Institución Financiera de Desarrollo (IFD)

Como se mencionó, el estudio se aplicó en la entidad Crecer IFD. Esta es una institución que brinda servicios financieros y de desarrollo a mujeres de escasos recursos económicos, con el fin de mejorar su calidad de vida y la de sus familias. Trabaja en los nueve departamentos de Bolivia, con más de 70 agencia ubicadas en áreas rurales, periurbanas y urbanas. Los resultados que muestra son los más altos indicadores de desempeño social, lo que le da un reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Su filosofía busca el bienestar y la superación de las mujeres bolivianas, especialmente de aquellas que tienen menores oportunidades económicas (Crecer IFD, 2020). El 2019, Crecer IFD cerró su gestión con 215.726 clientes, posicionando a la institución en el puesto 84 del Ranking 2019 de “Empresas Más Grandes de Bolivia” (Memoria Anual de Crecer IFD, 2019, p. 7). “Asimismo, es importante destacar que el 77% de la clientela de Crecer

IFD son mujeres, pues éste es su público objetivo. Además, el rango de edad se encuentra en un grupo etario joven, el 32% tiene entre 21 y 30 años, seguido del 26% que está entre 31 y 40 años” (Crecer IFD, 2019, párr. 5).

4. Trabajo de campo y resultados

4.1. Identificación de variables

Las variables que se estudiaron se describen en la Tabla 1.1. La variable principal son los factores que impulsan el carácter emprendedor de las mujeres jóvenes bolivianas, contando con cinco dimensiones. A su vez, las dimensiones se dividieron en 21 indicadores, mismo que permitieron estructurar y ordenar los resultados.

Tabla 1.1.

Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones primarias	Indicadores
Factores que impulsan el carácter emprendedor de las jóvenes bolivianas.	Decisión de emprendimiento	Estado del emprendimiento Rubro
	Factores internos	Independencia Autorrealización Altruismo Perseverancia
	Factores externos	Familia dependiente Acceso al mercado laboral Ingresos extra Necesidad económica
	Barreras y dificultades	Acceso a financiamiento Acceso a redes de contactos Burocracia Rol de género Miedo Confianza Creatividad Adaptación al entorno
	Formación	Nivel de educación Experiencia previa Conocimiento de estructuración de emprendimiento

Nota. Fuente: Elaboración propia. 2020

4.2. Fuentes de recolección de información

4.2.1. Encuesta

Para obtener los datos requeridos, se aplicó una encuesta online a las socias de Crecer IFD sujetos de estudio. La encuesta cuenta con 29 ítems divididos en 5 secciones.

La población de 5499 socias, fue calculada tomando en cuenta los criterios de: mujeres que asistieron a las sucursales de La Paz y El Alto y con edades comprendidas entre los 22 y 30 años. La muestra aplicada fue estratificada por ciudad.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = tamaño de muestra

z = nivel de confianza elegido (90% = 1.645. Se utilizará este nivel de confianza dada la situación de pandemia y la dificultad de llegar a la población meta).

p = probabilidad de ser emprendedoras (50%)

q = probabilidad de no ser emprendedoras (50%)

N = tamaño de población (5499 total, 2914 de El Alto y 2585 de La Paz)

e = error máximo permitido (10%)

• Muestra de la Ciudad de El Alto:

$$n = \frac{(1.645)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 2914}{(0,1)^2 \times (2914-1) + (1.645)^2 \times 0,5 \times 0,5} = 66.14 = 66 \text{ socias}$$

• **Muestra de la Ciudad de La Paz:**

$$n = \frac{(1.645)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 2585}{(0,1)^2 \times (2585-1) + (1.645)^2 \times 0,5 \times 0,5} = 65.96 = 66 \text{ socias}$$

4.2.2. Entrevista

Se aplicaron entrevistas al personal de la Gerencia de Servicios de Desarrollo (SSDD) de Crecer IFD, con relación al emprendimiento, con el objetivo de conocer como el personal aborda el tema del emprendimiento y cuál el significado para la entidad, así como, cuál el enfoque en la relación de Crecer IFD con las mujeres y sus emprendimientos, la importancia del papel de la institución en el rol de la mujer boliviana y el punto de vista (a partir de la experiencia personal), acerca de la mujer como emprendedora y la percepción acerca de las principales barreras y perjuicios con los que se encuentra.

Las entrevistas se realizaron a Isabel Rueda, Gerente Nacional de SSDD, Lucía Cárdenas, Jefe de SSDD de la Sucursal La Paz y a Magaly Callisaya, Jefe de SSDD El Alto.

5. Análisis e interpretación de resultados

5.1. Análisis y Resultados de las encuestas

En la Tabla 1.2. se puede observar la distribución de las socias según la ciudad a la que pertenecen, el rango de edad. Las mujeres emprendedoras en la ciudad de El Alto es de 62% y en la ciudad de La Paz es de 67%. De manera global el 36% de las mujeres no han tenido la oportunidad de emprender.

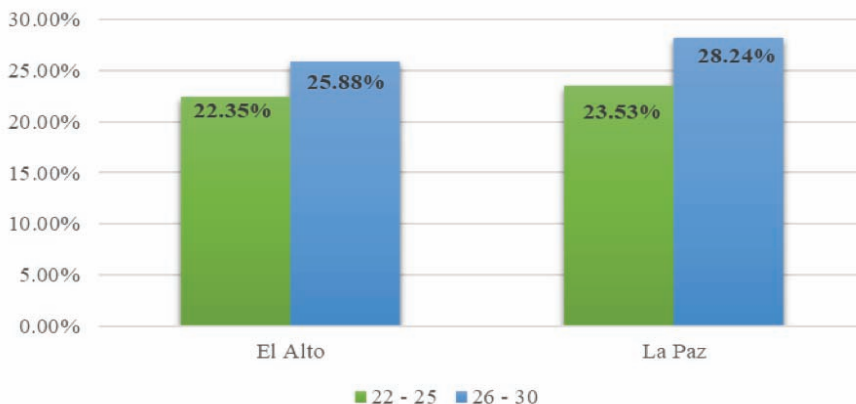
Tabla 1.2.

Conteo de socias por edad, ciudad y emprendimiento

Región	Rango de edades	Emprendieron	No emprendieron
El Alto	22 - 25	62%	38%
La Paz	22 - 25	67%	33%
	Totales	64%	36%

Nota. Fuente: Elaboración propia

Para tener más clara la distribución, la Figura 2 muestra las cantidades de socias que emprendieron según el rango de edad y la ciudad a la que pertenecen. En ambas ciudades se puede observar que la mayor cantidad de mujeres emprendedoras tienen una edad entre 26 a 30 años (26 % aproximadamente en la ciudad de El Alto y 28% en la ciudad de La Paz).



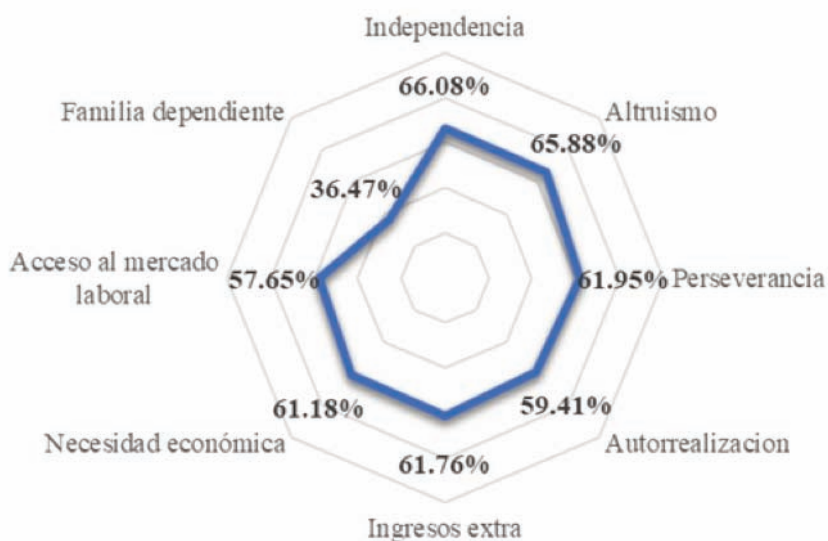
Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.2. Distribución de las emprendedoras por ciudad y rango de edad.

5.2. Factores que impulsan el carácter emprendedor

Para el análisis de los factores internos que afectan a la decisión de emprendimiento, se agruparon los indicadores: Independencia, Altruismo, Autorrealización y Perseverancia. A la vez, para los factores externos se tomaron en cuenta: Ingresos extra, Necesidad económica, Acceso al mercado laboral y Familia dependiente.

Dados los resultados, se puede observar en la Figura 3 que si bien, ninguno de los factores tiene un peso al 100% en el carácter emprendedor, aproximadamente dos tercios de las emprendedoras se sienten motivadas por estos factores, tanto internos como externos, exceptuando a la familia dependiente. Al mismo tiempo, para aproximadamente un tercio de ellas, esta misma motivación no funciona de la misma forma.

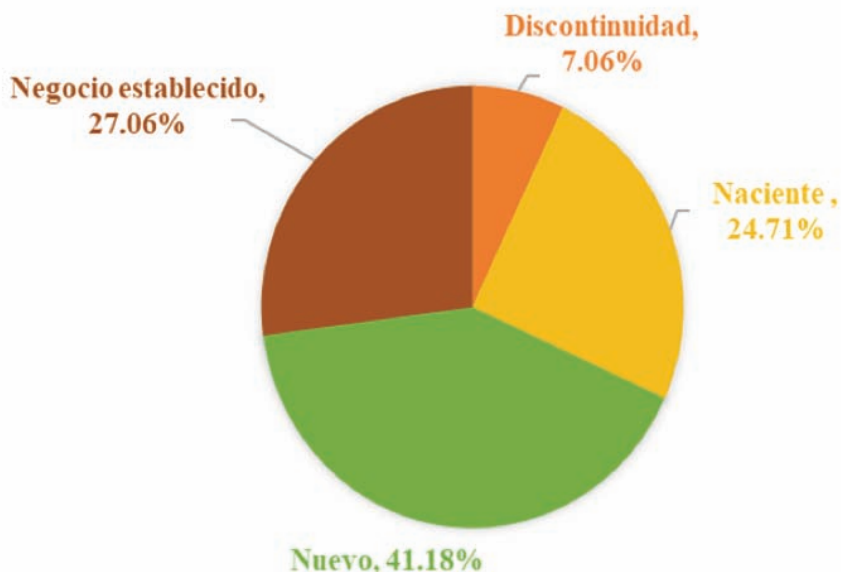


Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.3. Peso de los factores internos y externos.

5.3. Estado actual de los emprendimientos

En la figura 1.4 se puede observar que la mayoría de los emprendimientos son nuevos (41% aproximadamente). El 27,06% son negocios establecidos, que son los que tienen más de 3,5 años de operación continua en el mercado, el 24,71% son emprendimientos nacientes, que tienen de 0 a 3 meses de existencia, iniciando su actividad en medio de la cuarentena. Los emprendimientos o negocios que ya no operan y han descontinuado sus actividades pertenecen al restante 7,06%. Este resultado afirma que, a pesar de las situaciones cambiantes, los emprendimientos aún siguen en funcionamiento.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.4. Estado actual de los emprendimientos.

Sector de los emprendimientos

En la Figura 1.5 se observa que el 54,12% de los emprendimientos se dedican al comercio al por mayor o menor. El 31,76% son restaurantes o servicios de alimentos, el 17,65% son emprendimientos dentro de la industria de alimentos y el 16,47% se encuentran en la industria textil. Al parecer, los emprendimientos de servicios sociales son los menos interesantes.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.5. Sector de los emprendimientos.

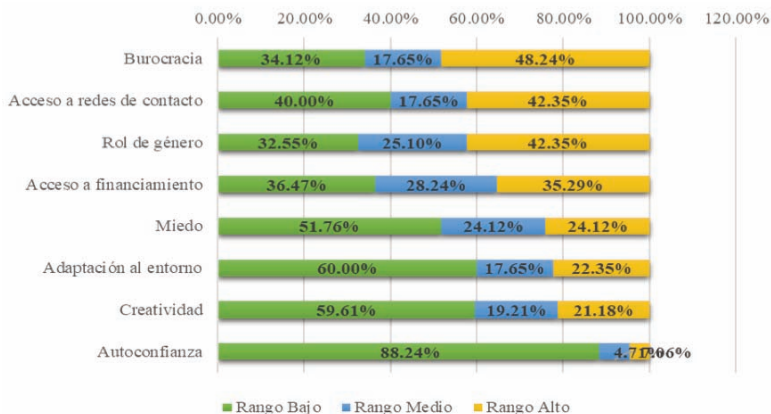
5.4. Barreras o dificultades más frecuentes a las que se enfrentan las emprendedoras

Dificultades

Las dificultades que se tomaron en cuenta son: el acceso a financiamiento, la creatividad, el acceso a redes de contacto, burocracia, el rol de género, la autoconfianza, la adaptación al entorno y el nivel de miedo. Los resultados fueron obtenidos de las respuestas de las socias emprendedoras y de las que, si bien tuvieron la intención de emprender, no lograron poner en marcha su emprendimiento.

La dificultad más grande está en el proceso de los trámites legales, que se resume en un nivel de burocracia para los emprendimientos. El 48,24% de las emprendedoras consideran que es la dificultad más alta, en comparación del 34,12% que indican que no le fue complicado. El acceso a redes al igual que el rol de género son dificultades que las mujeres emprendedoras consideran como altas (42,35% en ambos casos), sin embargo, el 40% consideran que el acceso a las redes de contacto si bien es una dificultad, la consideran de nivel bajo.

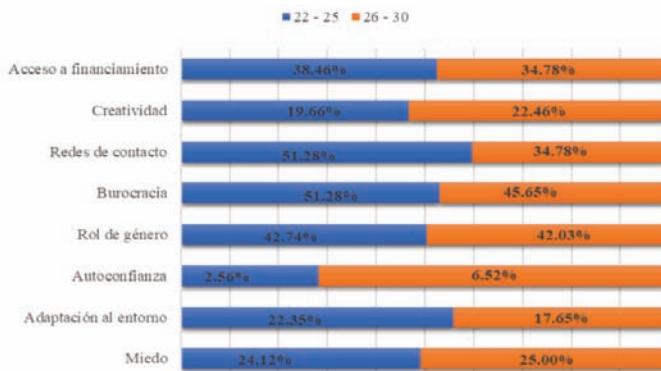
La autoconfianza es la dificultad que se considera de menor impacto, al igual que la creatividad y la adaptación al entorno.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.6. Barreras o dificultades para las emprendedoras.

En cuanto a la percepción de las dificultades según el rango edad de las socias, no existen diferencias significativas, excepto en la autoconfianza, las mujeres emprendedoras de edad entre 22 a 25 años consideran que esta variable no tiene impacto en comparación a las emprendedoras de edad de 26 a 30 años.

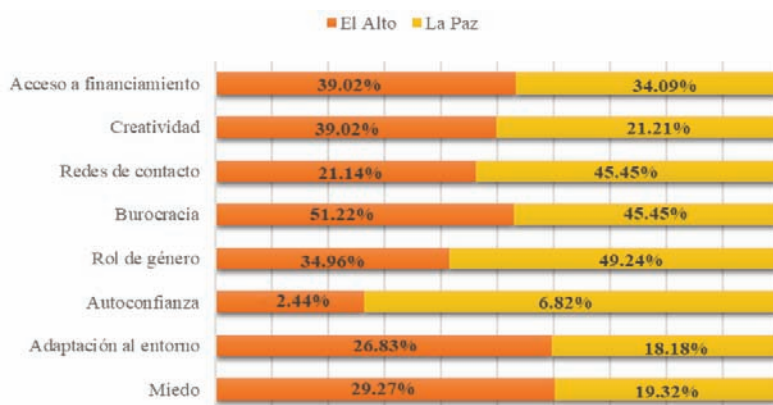


Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.7. Percepción de las dificultades según el rango edad de las socias.

Sin embargo, en la Figura 8 se ve la distribución del comportamiento de las dificultades según las ciudades, en la ciudad de El Alto la percepción del impacto de las dificultades para emprender es menores en general, en comparación con la ciudad de La Paz.

El comportamiento de las dificultades difiere por ciudad. El rol de género tiene un peso mayor en la ciudad de La Paz (45.45%), al igual que las redes de contactos (45.45%). Por otro lado, el miedo tiene un peso mayor en la ciudad de El Alto (19.32).



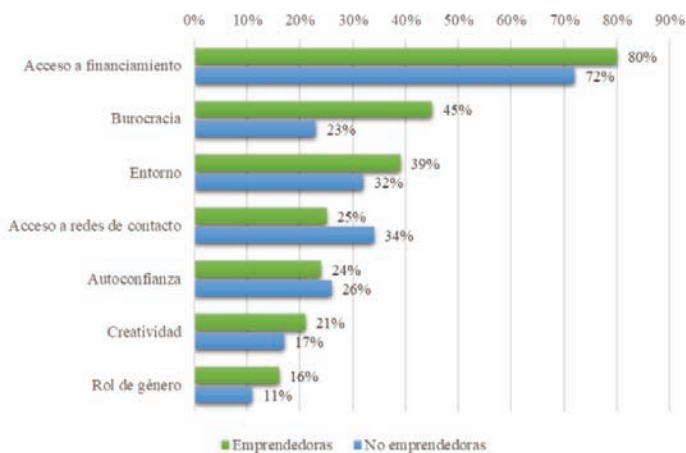
Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.8. Percepción de las dificultades por ciudades.

Barreras

La siguiente figura muestra las principales barreras para el emprendimiento desde el punto de vista de las mujeres emprendedoras y las que no pudieron emprender. El 80% de las emprendedoras indican que el acceso al financiamiento fue la barrera más alta para emprender, a su vez el 72% de las que no pudieron emprender afirman lo mismo. La segunda barrera es la burocracia y los trámites legales, lo que ocasionan que la motivación para emprender baje gradualmente.

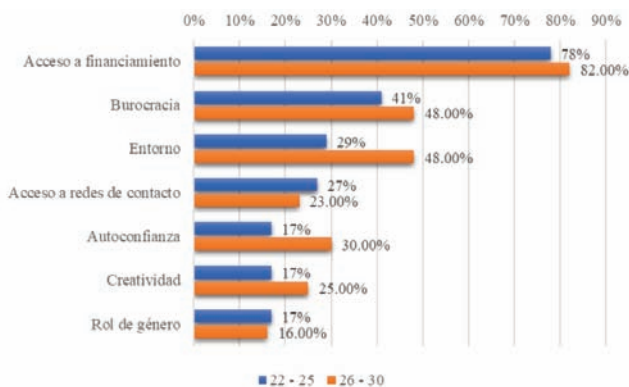
El rol de género y la creatividad son las barreras que las emprendedoras y las que no emprendieron consideran como bajas.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.9. Principales barreras para el emprendimiento.

En la Figura 1.10 muestra el peso de las barreras en cuanto a rango de edad. En general, son las emprendedoras de edades entre los 26 y 30 años son quienes perciben que las barreras tienen mayor impacto para emprender, en comparación con las de edad comprendida entre 22 a 25. El acceso al financiamiento, burocracia y entorno son las barreras más altas y el rol de género, creatividad y autoconfianza son las barreras con menor impactos.

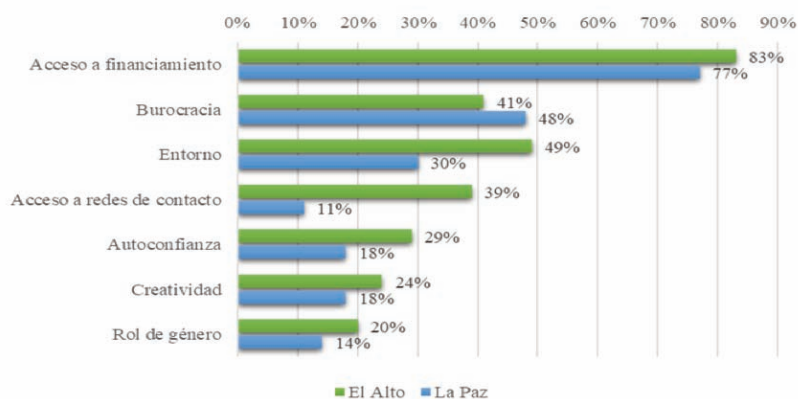


Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.10. Principales barreras por rango de edad.

Sin embargo, en la Figura 1.11, que la percepción de las barreras según las mujeres emprendedoras y las que no pudieron emprender varían según la ciudad. En general, en la ciudad de El Alto se percibe mayor peso en las barreras que en la ciudad de La Paz, manteniendo que las barreras más altas con acceso a financiamiento, burocracia y entorno.

Si bien el rol de género no es la barrera más alta, pues es un factor que se debe tomar en cuenta ya que se, puede generar impacto en la disminución de confianza personal y proceso de empoderamiento a través de actividades que desarrollan su personalidad y liderazgo.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1.11. Percepción de barreras para emprender por ciudad.

6. Análisis y Resultados de las entrevistas al personal de SSDD de Crecer IFD

Los resultados de las entrevistas fueron agrupados de manera agregada y resumida según las cinco dimensiones que se tomaron en cuenta para la investigación.

6.1. Decisión de emprendimiento

Desde el punto de vista de los entrevistados, la decisión de emprendimiento de las mujeres socias de Crecer, por el tipo de mercado en el que se encuentran, va ligada a la necesidad de generar ingresos.

Los emprendimientos que surgen son por necesidad y la mayoría de las veces por necesidad inmediata, ya que el nivel de pobreza de las personas está relacionado con el acceso limitado a las oportunidades laborales.

Una de las barreras más importantes para el emprendimiento es el acceso a fuentes de financiamiento, ya que afecta directamente a los resultados, ya que las mujeres emprendedoras en primera instancia obtienen recursos para cubrir sus necesidades básicas y en segundo lugar para reinvertir en sus negocios.

Sin embargo, a pesar de las barreras y la falta de oportunidades, las socias emprendedoras son multifacéticas y adaptables. Se adaptan a la situación y el entorno fácilmente., llevándolas a una búsqueda constante de nuevas oportunidades, nuevas actividades por realizar, aunque estas no cuenten un alto grado de innovación.

6.2. Factores internos

El emprendimiento tiene que ver con la educación, pero depende mucho del carácter de las personas. Hay emprendimientos de mujeres que, sin formación alguna, han llegado a afianzarse y son exitosos.

Uno de los motivadores más grandes para las mujeres bolivianas, dado el contexto cultural, es la motivación interna. El hecho de que las mujeres se sientan luchadoras y empoderadas con lo que hacen, el hecho, de no necesitar de otra persona para sentirse feliz y realizada, con pensamiento y accionar libre, es el motivador principal en la búsqueda de la superación personal y de libertad e independencia es el mayor motivador, en especial para las mujeres que no tienen familiares dependientes.

Se resaltan también que las mujeres tienen una tasa de morosidad menor a la de los hombres. Las mujeres planifican mejor el uso del dinero cuando su objetivo es salir adelante, ya que se sienten apoyadas y motivadas a buscar cosas nuevas. En este sentido, el emprendimiento les brinda la seguridad de sentirse capaces de poder generar sus propios ingresos y pagar sus deudas de manera rápida.

6.3. Factores externos

Los Factores externos se subdividieron en el rol de la familia, el entorno y las oportunidades.

El rol de la familia

Uno de los factores motivantes más importantes y renombrados por las entrevistadas son los hijos. Según lo que dijeron, las mujeres, en especial las mujeres madres, se sienten más motivadas cuando los beneficiarios principales son los hijos. Sin embargo, la búsqueda del bienestar de la familia y los hijos, principalmente, hacen que ellas mismas sean lo último en lo que piensan.

A partir de la educación y el emprendimiento se busca mejorar la calidad de vida de las mujeres y sus familias, en el sentido de buscar el bienestar de las mujeres y sus familias, dentro de los incentivos externos. Al ser la familia el principal incentivo para las mujeres, el rol que tienen las mujeres emprendedoras en sus familias y la forma en la que ellas están asociadas al núcleo familiar, determina la situación de las mujeres, empoderándolas en las distintas situaciones.

La familia puede generar mayor éxito a las mujeres mediante un aprendizaje integral. Las mujeres se sienten beneficiadas cuando sus hijos son beneficiados.

El entorno

Existen muy pocas instituciones que se encargan de facilitar el acceso a financiamiento para las mujeres, una de ellas es Crecer IFD, que otorgan pequeños créditos accesibles acompañado de desarrollo educativo, generando confianza en las mujeres emprendedoras con la entidad, y a su vez, confianza en ellas mismas, disminuyendo el miedo al fracaso o el miedo al éxito.

Las posibilidades de acceder a créditos financieros para las mujeres, acompañado del desarrollo educativo y aumentando el desarrollo económico y personal, funcionan como un incentivo difícil de romper.

Las oportunidades

La falta de oportunidades laborales en el mercado formal, hacen que las mujeres busquen nuevas fuentes de ingreso, llevándolas a trabajar en el mercado informal. Dadas las barreras del rol de género, las mujeres buscan formas de cubrir sus necesidades, cuidando a los hijos y llevándolos a sus puestos de venta, sin dejar de lado sus principales motivadores.

6.4. Barreras y dificultades

En cuanto a las barreras, la información se agrupó en educación, rol de género, entorno y la sociedad y la falta de oportunidades como sub factores.

- *La educación*

Según los resultados de las entrevistas, la educación viene desde la familia, por tanto, el rol de género y la apreciación de la mujer en la sociedad depende mucho de la educación que se recibe y la educación que las mismas mujeres dan a sus hijos. Todavía existe un pensamiento tradicionalista machista que afecta a las mujeres y su capacidad de tomar decisiones libres.

Es en este sentido que el apoyo y formación a las mujeres son limitadas. Son ellas quienes llevan cargas emocionales, sociales y familiares. A pesar de que existen programas de apoyo al emprendimiento femenino, el ciclo de vida de estos es muy corto y al final no se genera gran impacto.

- *El rol de género*

El rol de género es la barrera más grande y renombrada por los resultados de las entrevistas. El tema del género todavía es muy marcado en la sociedad, y a pesar de que ya se ha avanzado, cuando se pone en práctica, se olvida todo.

La familia, también está vista como una barrera, en algunos entornos de las emprendedoras, ya que, al tener una cultura inclinada hacia el machismo, la familia determina las acciones de las mujeres en cuanto a decisiones de permitir el emprendimiento o no. Muchas veces, la familia es un ancla que no le permite avanzar en sus planes, dado el pensamiento tradicional del rol de género. Esto sucede también, en algunos casos, por el pensamiento que existe

en la familia, que la responsabilidad del núcleo familiar es de la mujer, siendo una carga y una responsabilidad no compartida con la que deben lidiar.

La violencia a la mujer y el papel de ella en la sociedad, llevan a que muchas tengan una autoestima baja y eso no las deja surgir y mucho menos emprender.

- *El entorno y la sociedad*

El entorno es un factor que puede frenar el proceso de liderazgo y empoderamiento de las mujeres. Ellas pueden estar motivadas internamente, tener familia dependiente, buscar formas de mejorar su calidad de vida y la de sus hijos, pero si las barreras del entorno, que no dependen de ella, son mayores, entonces el problema ya no puede ser solucionado por ellas.

La situación del rol de género, las tareas familiares recaen sobre la mujer; Esto lleva a que, involuntariamente, las mujeres piensen en todos y no piensen en ellas mismas, en lo que ellas quieren y necesitan. Es ahí donde una de las barreras también se vuelven las mismas mujeres.

- *La falta de oportunidades*

Un dato importante que fue brindado por las entrevistadas es que el 40% de las mujeres emprendedoras y de las que no pudieron emprender, no han culminado sus estudios secundarios, disminuyendo sus oportunidades laborales en el sistema formal. Además, el poder procrear, también se vuelve un factor de limitación en la actividad laboral, en relación al de los hombres.

6.5. Formación

El quinto factor fue subdividido en el nivel educativo, la educación como factor para el emprendimiento, liderazgo y la educación y tecnología.

- *Nivel educativo y emprendimiento*

Los emprendimientos que nacen por necesidad, dependen totalmente, de cómo las mujeres emprendedoras los administren para consolidarse o morir. Muchas de las socias no evalúan el entorno, ni la competencia, ni hacen una estructuración “correcta” al momento de iniciar su negocio, por la falta de

conocimiento sobre las áreas de gestión en los negocios. La necesidad las inclina a producir y/o comercializa lo que pueden en el momento.

Es en este sentido que, los negocios son pequeños que suministran recursos para cubrir sus necesidades básicas familiares.

Así también, existen emprendedoras exitosas que no cuentan con nivel de educación superior u otros, sin embargo, están conscientes de que la educación académica va a permitirles tomar decisiones más acertadas respecto a su negocio, desde cómo administrar el dinero hasta cómo solicitar un crédito para fortalecer el negocio y cómo manipular el proceso de producción.

La educación no sólo se debe enfocar en el área financiera, comercialización y sanitaria, sino, debe trascender a la formación de liderazgo y empoderamiento. De esta manera el impacto se registrará en las acciones y decisiones que puedan tomar para desarrollar su negocio.

- *Educación como factor del emprendimiento y empoderamiento*

La educación es un factor importante para poder emprender y empoderar a las mujeres, pero también la formación en cuanto a su salud. Sin salud, nadie puede hacer nada. La salud y la educación deben ir de la mano.

Sin embargo, el nivel de educación no es esencial, pero si marca una diferencia el hecho de tener herramientas formativas. De este modo, los emprendimientos con mujeres que no tienen formación académica o alguna herramienta educativa van a tender a ser más informales, inmediatistas y del día a día.

- *Liderazgo*

El liderazgo es un factor que se debe trabajar, existen instituciones como algunas IFD, que trabajan el desarrollo de este factor a partir de la banca comunal, en la que se desarrollan actividades de fortalecimiento del liderazgo, resaltando el papel de la mujer líder cuyas acciones y decisiones familiares buscan el mejoramiento del bienestar familiar.

El liderazgo no solamente tiene que ver con que las emprendedoras conozcan

sus derechos, sino también con la forma en que van a administrar sus ingresos y el aporte de ellas en sus ambientes y espacios.

- *Educación y tecnología*

La tecnología es un aspecto importante para los emprendimientos, ya que permite, no solo generar innovaciones a los productos y servicios sino también, a las formas de comunicar y comercializar. La educación en tecnología es poco accesible para las mujeres de bajos recursos que desean emprender, pues indican que se requiere inversiones que muchas veces no se está dispuestos a realizar, sin embargo si están conscientes de que deben formarse en este aspecto, sobre todo, en formas de comunicación y comercialización de los productos en entornos digitales, ya que a raíz de la pandemia muchos de los emprendimientos tuvieron que adaptarse al entorno digital para enfrentar estos retos, pero muchos otros desaparecieron.

7. Relación entre la entrevista y la encuesta

La entrevista se ha enfocado en el rol de las instituciones con la mujer. La encuesta, por su parte, se ha enfocado en los factores, desde el punto de vista y la experiencia personal, de las mujeres que emprendieron y las que no pudieron emprender. En este sentido se ha visto que, en ambos resultados, tanto en la encuesta como en la entrevista, el rol de género y la búsqueda de independencia y reconocimiento personal son factores centrales, para el emprendimiento.

Desde el enfoque de Crecer IFD, el fortalecer o aportar al desarrollo de la mujer, de alguna manera permite ir consolidando estos emprendimientos. Por ejemplo, en la Banca Comunal, las socias se reúnen, se desarrollan capacidades y el compromiso al pago de créditos. De alguna forma esto fortalece un ambiente que apoya el desarrollo de los emprendimientos. De acuerdo con la entrevista, todos estos factores están interrelacionados y de alguna manera afectan ya sea, positiva o negativamente el desarrollo de los emprendimientos.

Según los resultados de la encuesta, la mayoría de los factores tienen una interrelación que afectan el desarrollo de los emprendimientos, sobre todo los

factores, redes de contacto, el acceso a financiamiento y el rol de género.

Son varios los factores comunes entre ambos instrumentos de recolección de información:

- Las mujeres son flexibles, adaptables y motivadas.
- Si bien las mujeres cuentan con conocimientos escasos sobre emprendimiento formal y a pesar de las dificultades del entorno, son arriesgadas logrando alcanzar resultados positivos.

Por otro lado, existen factores diferenciadores entre los resultados de los instrumentos, la percepción de las encuestadas respecto de la familia y su relación con el emprendimiento, y la percepción del acceso a financiamiento como barrera se encontraron como diferencias principales.

Conclusiones

• Factores del carácter emprendedor

Los resultados muestran, que los factores internos pesan más que los externos para impulsar los emprendimientos. Las mujeres emprendedoras se sienten motivadas a emprender porque les permite generar ingresos extras, independencia económica, y libertad para actuar y decidir. Otro factor relevante es la perseverancia, no se rinden ante el fracaso.

Las mujeres se adaptan a los cambios y al entorno rápidamente. Sin embargo, esta adaptación puede estar ligada a la informalidad. Esto se refleja en los datos del GEM Bolivia (2014, p. 34) que muestran que más del 80% del mercado laboral en Bolivia se caracteriza por la informalidad.

Como indicaba Kargwell (citado en Castiblanco, 2013, p. 61), la principal motivación de las mujeres para iniciar un negocio es generar ingresos y sentirse dueñas de su tiempo. En este sentido, los resultados obtenidos son coincidentes con la teoría.

La necesidad económica es el segundo motivador externo. Los emprendimientos surgen por necesidad, y muchas veces esa necesidad es inmediata. Las dificultades en el acceso al mercado laboral para las mujeres,

hace que busquen oportunidades para generar ingresos y así satisfacer la escasez económica. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y Zapata (como se citó en Saavedra y Camarena, 2015, p. 136), plantea que, son las mujeres quienes inician más negocios por necesidad por el limitado acceso al mercado laboral.

La familia dependiente económicamente es el factor menos relevante, a pesar de que los resultados afirman que la familia es el motivador más grande. Sin embargo, el beneficio que buscan las mujeres para su familia es mucho más que el beneficio económico.

Según el GEM Bolivia (2014), en Bolivia en los emprendimientos femeninos predomina la motivación por necesidad. A la vez, Powers y Magnoni (como se citó en Valencia, 2019, p. 9), indicaron que las mujeres que no tienen las herramientas ni conocimientos acerca de negocios, los inician más por necesidad. Según los resultados de la investigación, la necesidad económica y la búsqueda de independencia y autonomía son los factores principales que motivan a las mujeres a emprender.

• **Estado actual de los emprendimientos**

La mayoría de los emprendimientos son nuevos, tienen entre tres meses a tres años y medio de funcionamiento activo en el mercado. Sin embargo, hay un grupo de emprendimientos que tienen más de 3,5 años de operación. Se observó también que las emprendedoras iniciaron sus negocios desde muy jóvenes y actualmente siguen en funcionamiento incluso a pesar de la pandemia.

Los emprendimientos nuevos, entre 0 a 3 meses de funcionamiento, han surgido en medio de la pandemia y la crisis económica, los cuales continúan con sus actividades. Una vez más, se remarcada la flexibilidad y la capacidad de adaptación de las emprendedoras a las situaciones desconocidas. En la ciudad de La Paz, en especial en las mujeres de 22 a 25 años, se encuentra la mayor cantidad de emprendimientos nacientes y son los que muestran mayores niveles de creatividad e innovación.

Algo relevante es que, la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado y de

nuevas ideas de negocio en una situación de incertidumbre forman parte del carácter emprendedor de las mujeres.

Más del 50% de las emprendedoras encuestadas tiene un negocio relacionado con el comercio. Este resultado confirma lo mencionado en el GEM Bolivia (2014) y en el estudio de Guerrero et al. (2013, p. 26), donde se concluye que la mayoría de los emprendimientos femeninos resaltan en el sector de comercio. En segundo lugar, están los emprendimientos relacionados con el sector gastronómico. Esto puede deberse a que son los negocios más rentables.

• **Barreras o dificultades más frecuentes**

Las emprendedoras ven como la barrera más relevante el acceso a financiamiento, sin embargo, a pesar de eso, ellas han emprendido con las herramientas y posibilidades a su alcance. En la presente investigación se confirma lo mencionado en el GEM Bolivia (2014, p. 81), ya que el 80% de las emprendedoras consideran que el acceso a financiamiento es una barrera para el emprendimiento femenino.

La burocracia es el segundo factor relevante. En el GEM Bolivia (2014), los resultados de “evaluación del contexto emprendedor” con las políticas gubernamentales muestran que los y las emprendedoras indican que los trámites burocráticos dificultan el desarrollo de emprendimientos (p. 89). En la presente investigación se obtuvieron resultados similares, sin embargo, las emprendedoras han superado esta barrera de alguna forma, probablemente relacionado con la informalidad.

Los niveles de confianza y la superación son altos y se incrementan a medida que el emprendimiento se consolida y esto reduce las barreras relacionadas con el rol de género, la falta de información, el acceso a contactos entre otros. Estos resultados son coincidentes con los mencionados por Jia (como se citó en Castiblanco, 2013, p. 62). Estos factores también generan que las emprendedoras busquen maneras de superar las principales dificultades con las que se encuentran.

Entre las ciudades del Alto y La Paz, dependiendo del rango de edad, las percepciones relacionadas con las barreras son diferentes. Por ejemplo, para las

emprendedoras entre 22 y 25 años de la ciudad de La Paz y para las de 26 a 30 años de El Alto el acceso a financiamiento es más complicado. Otro hallazgo es que el rol de género para las emprendedoras de la ciudad del Alto es menos problemático que para las emprendedoras de la ciudad de La Paz. Esto podría abrir la posibilidad para profundizar el estudio.

Por lo anterior se puede concluir que tanto los factores internos como los factores externos son relevantes. Se puede ver que el carácter emprendedor está conformado por la combinación de todos los factores en proporciones equilibradas.

Cabe resaltar que los resultados obtenidos muestran el comportamiento de un segmento de mujeres emprendedoras, que son flexibles, adaptables y con un sentido de perseverancia importante y que no necesariamente basan sus emprendimientos en análisis formales.

Con relación a las barreras y dificultades si éstas afectan la decisión de emprender, ellas tienen una capacidad muy fuerte para vencerlas. Casi dos tercios de las encuestadas superan las barreras.

Las emprendedoras encuestadas tienen una capacidad de adaptación y flexibilidad al mercado muy elevadas, es interesante el hecho de que un día pueden estar vendiendo fruta y al día siguiente estar cosiendo barbijos.

Todos los factores identificados como indicadores están conectados y determinan el carácter emprendedor de las mujeres, estos en general revelan la actitud ante las adversidades. Algo relevante en todo el estudio es la capacidad de reinventarse y la perseverancia.

Se puede resaltar que el emprendimiento genera efectos positivos en el empoderamiento de la mujer, les da la posibilidad de ser independientes, tomar sus propias decisiones y por consiguiente de alguna manera aportar a la sociedad boliviana.

- En resumen, las emprendedoras:
- Buscan oportunidades que les permitan cubrir sus necesidades.
- Tienen confianza en lo que pueden hacer.

- Son creativas, lo que aumenta su seguridad personal y disminuyen los niveles de incertidumbre.
- Pueden tener un nivel de confianza bajo, pero el emprendimiento les permite aumentar superarlo y aumentar su seguridad personal.
- Son mujeres que se adaptan al entorno y son flexibles a los cambios.
- No se dejan llevar por las opiniones negativas del entorno.
- Son capaces de enfrentar y superar los miedos.
- Buscan su independencia.
- Buscan el bienestar de su familia y de las personas que las rodean.

Se puede definir a una mujer emprendedora a aquella que, a pesar de las dificultades, falta de estudio no se rinde, se reinventa, busca su empoderamiento y le gusta tomar sus propias decisiones.

Recomendaciones

Este trabajo genera una nueva perspectiva y un nuevo enfoque a la emprendedora joven con escasos recursos y sin una formación estructurada y profunda en emprendimientos. Rescata la capacidad de adaptación y flexibilidad de las mujeres.

Se encuentra un valor agregado importante porque permite identificar el comportamiento, la capacidad de mujeres jóvenes emprendedoras sin formación formal ni sin gran cantidad de recursos. En este sentido, se han identificado los siguientes puntos:

- Son mujeres sin formación.
- Se identificaron motivadores que sirven como base para impulsar el desarrollo de las mujeres.
- Se encuentra que el principal motivador es el reconocimiento y valía propia.
- Estas mujeres son adaptables, flexibles y rápidas al cambio del mercado.
- Se ha identificado que la perseverancia es un factor que resalta. Pese a

los cambios y dificultades se mantienen a flote.

- Pese a que la ciudad de El Alto y de La Paz son parecidas y básicamente unidas, las percepciones son distintas y no solamente entre ciudades sino también entre rangos de edad.

Es un importante aporte a la sociedad porque se enfoca en segmentos que no habían sido estudiados a profundidad.

Es evidente que las emprendedoras muestran que la motivación interna y la sensación de verse como mujeres empoderadas e independientes, fortalece su confianza y su carácter como emprendedoras. Es en este sentido que se deben generar estrategias para fortalecer las capacidades y habilidades de las emprendedoras aprovechando los factores que las estimulan y motivan. Al ser un segmento de personas con pocos estudios, la pregunta es ¿cuántos más resultados alcanzarían si se desarrollan capacidades más formales y técnicas?

Este segmento de mujeres representa el espíritu luchador, adaptable, flexible a los cambios y exigencias del mercado. Esto puede ser una oportunidad para que las empresas tanto públicas o privadas puedan generar actividades de apoyo al desarrollo de estos emprendimientos, a través de:

- Desarrollar proceso de fortalecimiento de capacidades para mejorar habilidades técnicas y gestión de emprendimientos para las mujeres. Este fortalecimiento puede estar orientado a gestión de negocio, planificación, uso de redes sociales y marketing.
- Fortalecer los procesos para el empoderamiento y valoración de la mujer, en especial en la ciudad de La Paz. Se pueden implementar algunas sesiones de coaching para trabajar la independencia y la autoestima. A la vez, trabajar con los círculos cercanos equilibrando el rol de género entre hombres y mujeres.
- Establecer estrategias en función de las diferentes perspectivas que se encontraron con relación a las ciudades de El Alto y La Paz, respecto a las redes de contacto y el rol de género. Las redes de contacto pueden utilizarse también como estrategia para que las instituciones como las IFD pueda incrementar su cartera de clientes.
- Hacer un análisis más profundo para el diseño y creación de nuevos productos financieros que permitirían directamente impulsar emprendimientos con un asesoramiento legal más específico.

Referencias bibliográficas

- Abreau, J. (2014). El Método de la Investigación Research Method. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Abreu, J. (2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 7(2), 187-197. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v7-n2/7\(2\)187-197.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n2/7(2)187-197.pdf)
- Alamilla, L., & Trucios, A. (2019). Empoderamiento femenino, una perspectiva de tres generaciones en mujeres urbanas de Mérida, Yucatán, México. *Cultura, Educación, Sociedad*. doi:10.17981/cultedusoc.10.1.2019.11
- Andreassi, A. (2015). Emancipación: Breve recorrido por el término. *Repositori Universitat Jaume I*, 2(3), 35-54. doi:<http://dx.doi.org/10.6035/Kult-ur.2015.2.3.1>
- Bisquerra, R., & Pérez-Escoda, N. (2015). ¿Pueden las escalas Likert aumentar en sensibilidad? *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 8(2), 129-147.
- Blanco, M. (2018). El Alto, urbe de jóvenes emprendedores. Obtenido de <https://www.paginasiete.bo/sociedad/2018/3/5/alto-urbe-jvenes-emprendedores-171973.html#!>
- Castiblanco, S. (Diciembre de 2013). La construcción de la categoría del emprendimiento femenino. (E. Neognadina, Ed.) *21(2)*, 53-66. Obtenido de <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfce/article/view/656/414>
- Constitución Política del Estado*. (2009). Estado Plurinacional de Bolivia. Obtenido de <http://www.ftierra.org/index.php/component/attachments/download/6>
- Cosas Claras. (1 de abril de 2019). La Paz, cuna de 1500 emprendimientos por año. Obtenido de <https://amn.bo/2019/04/01/la-paz-cuna-de-1-500-emprendimientos-por-ano/>
- Crecer IFD. (2019). *Crecer IFD, la entidad con mayor número de clientes de crédito entre las instituciones financieras de desarrollo en Bolivia*. La Paz. Obtenido de <http://www.crecerifd.bo:8080/BoliviaCreceJforms/resources/docs/noticias/1%20CRECER%20IFD%20LA%20ENTIDAD%20CON%20MAYOR%20NUMER>

O%20DE%20CLIENTES%20DE%20CREDITO%20ENTRE%20
OLAS%20INSTITUCIONES%20FINANCIERAS%20DE%20D
ESARROLLO%20DE%20BOLIVIA.pdf

- Crecer IFD. (2019). Crecer IFD, un gran aliado para clientela emprendedora. Obtenido de <http://www.crecerifd.bo:8080/BoliviaCrecerJforms/resources/docs/noticias/2%20Crecer%20Con%20Emprender.pdf>
- Crecer IFD. (2019). *Memoria Anual 2019 - 20 años sembrando oportunidades*. Obtenido de https://www.crecerifd.bo:8443/BoliviaCrecerJforms/resources/docs/memorias_informes/memorias/MemoriaInstitucional2019.pdf
- Crecer IFD. (2020). Obtenido de Crecer IFD Web site: <https://www.crecerifd.bo:8443/BoliviaCrecerJforms/faces/inicio.xhtml>
- Crecer IFD. (2020). *Nuestras oficinas*. Obtenido de Crecer IFD: <http://www.crecerifd.bo:8080/BoliviaCrecerJforms/resources/docs/SucursalesAgencias.pdf>
- Decreto Supremo N° 24864. (10 de octubre de 1997). Obtenido de Gaceta Oficial: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/buscar/24864>
- Díaz de Rada, V. &. (2013). Comparación de las tasas de respuesta en el uso combinado de modalidades de encuesta. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 141(1), 159-170. Obtenido de <https://www.ingentaconnect.com/content/cis/reis/2013/00000141/00000001/art00007#>
- Fundempresa. (2013). *Requisitos para crear una Empresa en Bolivia*. Obtenido de Fundempresa. Concesionaria de Registro de Comercio de Bolivia: <https://fundempresa.org.bo/tramites-requisitos-y-formularios/actividades-de-iniciacion/inscripcion-de-comerciante-individual-o-empresa-unipersonal/>
- González, J., & Pazmiño, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert. *Revista publicando*, 2(1), 62-77. Obtenido de <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/42382>
- Guerrero, L., Canibe, F., Armenteros, M., López, S., & Reyna, G. (2013). Construcción de un perfil de las mujeres emprendedoras en Torreón, Coahuila, México. *Revista Internacional Administración*

- & *Finanzas*, 6(4), 19-37. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2157095
- Gutiérrez, O. (9 de Abril de 2019). Mujeres emprendedoras. *Los Tiempos*. Obtenido de <https://www.lostiempos.com/actualidad/opinion/20190409/columna/mujeres-emprendedoras>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. Obtenido de http://www.bibvirtual.ucb.edu.bo:4080/ebooks/001.42/2014/hernandez_sr/4/#zoom=z
- INE Bolivia. (2018). *Bolivia: Número de partidas de atrimonio inscritos, por grupos de edad de los contrayentes, según sexo y departamento, 2015-2018*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística: https://www.ine.gob.bo/subtemas_cuadros/hechosvital/3090202.htm
- Ley N° 348. (9 de marzo de 2013). Obtenido de Gaceta Oficial: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/buscarg/Ley%20integral%20para%20garantizar%20a%20las%20mujeres%20una%20vida%20libre%20de%20violencia>
- Ley N° 516. (4 de abril de 2014). *Ley de promoción de inversiones*. (Gaceta Oficial, Recopilador) Bolivia. Obtenido de <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/buscar/516>
- Ley N°342. (21 de febrero de 2013). Obtenido de Gaceta Oficial: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/buscarg/Ley%20de%20la%20Juventud>
- Mendizabal, J.; Querejazu, V.; Zavaleta, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Reporte nacional de Bolivia 2014*. La Paz: Escuela de la Producción y la Competitividad de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Obtenido de <https://boliviaemprende.com/wp-content/uploads/2019/05/Global-Entrepreneurship-Monitor-GEM-Bolivia-2014.pdf>
- Ministerio de Comunicación. (10 de Marzo de 2020). "*El emprendimiento es el motor de la independencia económica*", dijo la Presidenta Añez en el Primer Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias Emprendedoras. Obtenido de Ministerio de Comunicación: <https://www.comunicacion.gob.bo/?q=20200310/28901>
- Naciones Unidas. (8 de Marzo de 2020). *Naciones Unidas Bolivia*. Obtenido de ONU Bolivia recomienda invertir en el empoderamiento económico de las mujeres: <http://www.nu.org.bo/noticias/comunicados-de-prensa/onu->

bolivia-recomienda-invertir-en-el-empoderamiento-economico-de-las-mujeres/

- Naciones Unidas Bolivia. (2018). *ONU Mujeres - Entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres*. Obtenido de Naciones Unidas Bolivia: <http://www.nu.org.bo/agencia/onu-mujeres/>
- Naciones Unidas. (s.f.). *ONU Mujeres*. Obtenido de <https://www.unwomen.org/es/about-us/about-un-women>
- ONU Bolivia . (2018). *ONU Mujeres - Entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres*. Obtenido de Naciones Unidas Bolivia: <http://www.nu.org.bo/agencia/onu-mujeres/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2017). Mujeres rurales: Luchando por lograr impactos transformadores de género. *Foro Global sobre Seguridad Alimentaria y Nutrición*. Discusión en línea N° 142: Foro FSN. Obtenido de <http://www.fao.org/3/i8222es/i8222es.pdf>
- Ormeño, B. (2014). Emprendimiento Femenino: Propuesta de un Perfil en base al propio Discurso de Mujeres, desde una Perspectiva Cualitativa. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 7(19), 32-43. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4778/477847107003.pdf>
- Ovando, V., & Valencia, S. (2019). Factores de éxito y fracaso que inciden en el desarrollo de los emprendimientos productivos de mujeres en el municipio de Batallas. *Universidad Católica Boliviana "San Pablo"*. Obtenido de <http://repositorio.ucb.edu.bo/xmlui/handle/UCB/194?show=full>
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de la lengua Española, Real Academia Española*. Obtenido de Empoderar: <https://dle.rae.es/empoderar>
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de Lengua Española, Real Academia Española*. Obtenido de Carácter: <https://dle.rae.es/car%C3%A1cter>
- Ríos, K. (2013). Voces de emprendimiento femenino en Chile. Santiago de Chile: Universidad de Chile. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/133278>
- Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Rev Médica Sanitas*, 21(3), 141-146. Obtenido de http://www.unisanitas.edu.co/Revista/68/07Rev%20Medica%20Sanitas%2021-3_MRodriguez_et_al.pdf

- Saavedra, M. L., & Camarena, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13(22), págs. 129-152. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/129/95>
- Terán, E., & Guerrero, A. (5 de Marzo de 2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. 7(41), 7-23. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Lima: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres.
- Velasco, J. (19 de Marzo de 2017). Mujer emprendedora. *Página Siete*. Obtenido de <https://www.paginasiete.bo/inversion/2017/3/19/mujer-emprendedora-131077.html>
- Vélez, M. (15 de Abril de 2017). La travesía de crear una empresa legal en Bolivia. *El Día*. Obtenido de El Día: https://www.eldia.com.bo/index.php?c=&articulo=La-travesia-de-crear-una—empresa-legal-en-Bolivia&cat=357&pla=3&id_articulo=224430
- Zenteno Gutiérrez, A. (2016). *Capacidad emprendedora el área empresarial de la ciudad de Tarija*. Tarija: Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.

Declaramos explícitamente no tenemos conflicto de intereses con la Revista Perspectivas, con ningún miembro de su Comité Editorial, ni con su entidad editora, la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.

Recepción: 15-01-2022
Aprobación: 18-04-2022

Mikaela Luciana Arteaga Arancibia & Shirley Carolina Valencia (2022). “Estudio del carácter emprendedor de las mujeres jóvenes bolivianas de 22 a 30 años en las ciudades de La Paz y El Alto”. <i>Perspectivas</i> , Año 25, N° 49, mayo 2022. pp. 59 - 96. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Sede Cochabamba. Clasificación JEL: E29 L26.
