

## **EMPRENDIMIENTO FEMENINO Y DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS EN LA REPÚBLICA DE CHILE**

**Traverso Cortés, Joaquín**  
**Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)**  
**Universidad de Sevilla**  
[traverso@us.es](mailto:traverso@us.es)

**Iribarren Alcaino, Luis A.**  
**Universidad Central de Chile**  
[irribar2@gmail.com](mailto:irribar2@gmail.com)

**Román-Onsalo, Marisa**  
**Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)**  
**Universidad de Sevilla**  
[onsalo@us.es](mailto:onsalo@us.es)

### **RESUMEN**

Las mujeres están asumiendo en las últimas décadas un rol significativo en la creación de empresas y en el desarrollo económico gracias al cambio global en lo geopolítico y en la política económica de un importante número de países en todo el mundo. Como propietarias de pequeños negocios contribuyen al desarrollo en países emergentes, como el caso de Chile.

El emprendimiento se ha postulado como una de las principales vías para que las mujeres logren mejorar su nivel económico y social superando una situación de desigualdades y discriminación difíciles de remontar. El trabajo aporta un modelo de desempeño de pequeños negocios con los principales factores que inciden en él, tomando como base modelos precedentes, así como su aplicación a la realidad del emprendimiento chileno. El estudio empírico revela como principales factores el tener una involucración previa en negocios anteriores, contar con el conocimiento y la experiencia para iniciar negocios, pertenecer a redes, la cantidad de horas dedicadas al negocio, el sector de actividad y la participación de la familia en el financiamiento del negocio.

Los datos muestran un perfil de las mujeres emprendedoras chilenas con carencias en el nivel de formación, experiencia, pertenencia a redes, y cuya principal motivación para emprender es la “necesidad”, con el objetivo principal de “mejorar su calidad de vida”.

### **PALABRAS CLAVE**

Mujer, emprendimiento, modelo, factores, rendimiento

### **ABSTRACT**

Women are taking over the last decades a significant role in business creation and economic development through global change in the geopolitical and economic policy in a number of countries worldwide. As small business owners contribute to development in emerging countries such as the case of Chile.

The venture has been postulated as one of the main ways for women to achieve better economic and social level overcoming a difficult situation of inequality and discrimination to overcome. This study provides a model of small business performance with the main factors that affect it, on the

previous base models, and their application to the reality of the Chilean entrepreneurship. The empirical study reveals the main factors have prior involvement in past business have the knowledge and experience to start a business belonging to networks, the number of hours devoted to business, the business sector and the participation of the family in business financing.

The data shows a profile of Chilean women entrepreneurs lacking in the level of training, experience, membership of networks, whose main motivation to undertake is the "need " with the main objective of "improving their quality of life".

**KEYWORDS**

Woman, entrepreneurship, model, factors, performance

## **EMPRENDIMIENTO FEMENINO Y DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS EN LA REPÚBLICA DE CHILE**

### **INTRODUCCION**

Las mujeres han asumido un rol significativo en la creación de empresas y en el desarrollo económico como resultado de un cambio global y radical en lo geopolítico y en la política económica, acometido por un importante número de países a lo largo de todo el mundo (Lerner, Brush y Hisrich, 1997). El emprendimiento se ha postulado como una de las principales vías para que las mujeres logren mejorar su nivel económico hasta alcanzar la paridad económica con el hombre, superando una situación de discriminación que se ha comprobado ser difícil de remontar. (OIT, 2007, 2008; BID, 2009; Du Riestz y Henrekson, 2000).

Son diversos los estudios y análisis realizados, para estudiar esta realidad, en diferentes países, tanto desarrollados como en vías de hacerlo, pero pocos de los mismos se han focalizados en países de Latinoamérica; es por ello que nuestro trabajo quiere amortiguar dicha situación, poniendo el foco de atención en el contexto de la República de Chile, Sud América.

Así pues, como objetivo principal de nuestro trabajo, queremos analizar las relaciones y su grado de intensidad de aquellas variables que aparecen vinculadas con el éxito de las mujeres emprendedoras en Chile, determinando su grado de influencia en el desempeño de nuevas empresas. Para ello se recurrió al subsidio que otorga el Gobierno de Chile, denominado Capital Semilla Empresa para el año 2008, dirigido a emprendedores/as establecidos/as con más de dos años de permanencia en el mercado. Dadas las altas tasas de fracaso en éste sector de micro y pequeños emprendedores, la expresión del éxito era precisamente tener al menos dos años de supervivencia, lo cual demostraba que sus emprendimientos habían perdurado en el tiempo.

La presente investigación se ha estructurado bajo los siguientes pasos:

- a) Desarrollo de los objetivos del trabajo.
- b) Realización de un estudio de los diferentes modelos de análisis del desempeño de pequeños negocios emprendedores, determinando los principales variables que lo explican. Consecuencia del análisis de los distintos modelos, desarrollar uno para ser utilizado como base para el análisis, planteamiento y desarrollo de las hipótesis de trabajo.
- c) Posteriormente, describir el proceso metodológico con el correspondiente análisis de variables, para finalmente
- d) Concluir presentando los principales resultados de la investigación tanto a nivel de verificación o no de las hipótesis planteadas, así como los principales hallazgos por ámbito o dimensión estudiada.

### **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

Los principales objetivos planteados en la investigación son:

- a) Analizar la literatura disponible sobre el desempeño de mujeres emprendedoras, con la finalidad de determinar qué factores y variables pudieran estar influyendo en los niveles de desempeño alcanzado en sus negocios.
- b) Replicar un modelo general mediante un trabajo de experimentación en terreno, adaptado a la realidad chilena, incorporándole las variables más relevantes y

significativas extraídas de la revisión bibliográfica del paso anterior, con el objetivo de enriquecer el análisis y la capacidad de predicción del modelo seleccionado. La aplicación del modelo resultante de desempeño en pequeños negocios nos permitirá demostrar las relaciones y asociaciones entre las diferentes variables trabajadas en los modelos ya existentes, validados en su aplicación y/o replicados en otros países, y conocer un poco más la realidad de las mujeres emprendedoras en Chile.

- c) Finalmente tratar de enfatizar en la intensidad de las relaciones entre variables estadísticamente significativas que influyen de manera positiva y negativa en el desempeño de las nuevas empresas de éxito, de estas emprendedoras, para arrojar luz sobre los puntos en los que invertir recursos y prestar atención para que las empresas de nueva creación, y así puedan sobrevivir y posteriormente crecer, contribuyendo a la actividad económica de una región o país.

### **MODELOS DE DESEMPEÑO DE EMPRESAS PROPIEDAD DE MUJERES**

Son numerosos los estudios realizados sobre mujeres emprendedoras en países desarrollados (EE.UU; UK; Canadá, Australia, Suecia, Francia, España, entre otros aunque, sin embargo, no lo son tanto los orientados al desempeño de empresas propiedad de mujeres, y dentro de estos últimos son escasos los centrados en países latinoamericanos. Conocer modelos de análisis del desempeño aplicados exitosamente en otros países así como sus variables, proporciona una información valiosa que sirve de base para plantear su aplicación en países como el que nos ocupa: Chile.

Comenzando por las variables o factores que explican el desempeño nos encontramos que son diversas, siendo las más significativas (Lerner, Brush y Hisrich, 1997): las motivaciones individuales y metas, el aprendizaje social (socialización emprendedora), la afiliación a redes (contactos y pertenecer a organizaciones), el capital humano (nivel de educación, habilidades en gestión de empresas), y la influencia del entorno (localización, sector de actividad económica y variables sociopolíticas).

Respecto de las motivaciones y metas debemos indicar que hacen referencia a aquellos aspectos que motivan a emprender, es decir, motivaciones psicológicas tales como logro, independencia, autocontrol, Aquellas motivaciones más estudiadas relacionadas con las expectativas y objetivos personales que se persigue con la creación de una empresa: necesidad de independencia, necesidad de logro, el deseo de mejorar el nivel de ingreso, dar empleo, obtener ganancia, son aspectos recurrentes en la literatura.

Referido a la teoría del aprendizaje social se ha de señalar que la misma se centra en la socialización emprendedora como una explicación del comportamiento emprendedor y el desarrollo en la carrera (Bandura, 1977). El aprendizaje social se puede generar por la observación del comportamiento de otras personas, a menudo referido a modelos de rol relevantes y considerados de éxito. Igualmente puede generarse dentro del contexto familiar. El foco de influencia vinculado a los antecedentes familiares ha sido objeto de estudio en numerosos trabajos sobre el emprendedor (Delmar y Davidsson, 2000; Davidsson y Honig, 2003; Wagner y Sternberg, 2004; Arenius y Minniti, 2005, en Ventura y Quero, 2013, p.132, entre otros).

Referente a la afiliación a redes, debemos recordar que el emprendimiento está inmerso en una compleja red de relaciones sociales. Participar o no en redes, tales como las agencias de apoyo a la actividad empresarial, organizaciones sectoriales, cámaras de comercio, guías de empresas,

entre otras, puede facilitar tanto el emprendimiento como la permanencia y crecimiento de la empresa. La participación en redes sociales se convierte en un factor crítico en la decisión de convertirse en emprendedor/a y el posterior resultado de la acción de emprender (Jack y Anderson, 2002, Aldrich y Fiol, 1994, en Ventura y Quero, 2013, p.131). Aldrich y Zimmer (1986) contrastan de manera específica cómo la participación en redes sociales es un elemento crucial para los emprendedores. El nivel de imbricación en su entorno justifica la accesibilidad a recursos financieros o ligados al conocimiento de oportunidades, clientes, proveedores, infraestructuras de apoyo y capital humano factible de emplear.

Referente al capital humano se ha de comentar que el nivel y área de formación, la experiencia previa en emprendimiento, la experiencia previa en otras empresas, y la habilidad en gestión de empresas tendrán una influencia relevante en el desempeño. Son diversos los autores que ponen de manifiesto la relación existente entre las habilidades de la persona y su propensión a emprender nuevas iniciativas (Baumol, 1990; Holmes y Schmitz, 1990; Gifford, 1993, en Ventura y Quero, 2013, p.131). Las habilidades relacionadas con el fenómeno del emprendedor están vinculadas a la capacidad para reconocer oportunidades de negocio, resolver problemas, ejercer liderazgo y la posesión de conocimientos relacionados con la gestión empresarial.

En cuanto a la influencia del entorno, no cabe duda que factores como las oportunidades estructurales, la localización geográfica, el sector económico o aspectos sociopolíticos son determinantes críticos del desempeño. En cada país es fundamental que haya una cultura y unos medios que favorezcan que las personas inicien nuevas actividades en los más diversos ámbitos (económicos, sociales y culturales). Ello tendrá un impacto positivo en la creación de una economía más dinámica, innovadora y generadora de nuevas oportunidades, todo lo cual se traducirá en mayor progreso (Verheul, van Stel & Thurik, 2006). En este sentido hay que indicar que el rol que juegan los gobiernos en el entorno de la actividad empresarial es fundamental y determinante, ya que las políticas públicas centradas en el emprendimiento, además del fomento productivo, generan una oportunidad de superar la extrema pobreza, contribuyendo al desarrollo económico-social a nivel local, regional y nacional. (Westhead, 2003; van Stel & Storey, 2002; Verheul, Wennecker, Audretsh & Thurik, 2001)

En relación con esta última variable se debe indicar que en Chile hay conciencia de la necesidad de difundir los valores del emprendimiento, consecuencia de ello se están adoptando medidas para fomentar y apoyar la creación de empresas, tal y como ocurre en gran parte de las economías desarrolladas. Con la promulgación de la ley 20494 del 2011 se ha facilitado: la constitución y puesta en marcha de nuevas empresas; la reforma de la ley de quiebras y la creación de la Unidad de Impulso Competitivo<sup>1</sup>, dentro de una subsecretaría de Economía. Según los datos aportados por el Ministerio de Economía, la creación de empresas aumentó significativamente en los últimos años, se pasó de 58.407 en 2011 a los 68.439 en 2012. Para 2014 se esperan alcanzar 100.000 nuevos emprendimientos, y una tasa neta de creación de empresas superior al 3% anual.

El posicionamiento descrito ha derivado en un plan de actuación basado en cuatro ejes: a) Primer eje, introducir en la educación, de niños y jóvenes chilenos, el valor del espíritu innovador y emprendedor; b) Segundo eje, eliminar las trabas burocráticas que dificultan la creación de empresas (creación de una Oficina Nacional de la Innovación y el Emprendimiento que, utilizando mecanismos como la ventanilla única, la simplificación de procedimiento y la utilización de Internet, reduzca, de manera ostensiblemente, el número de días necesario para crear una empresa (objetivo llegar al plazo de un solo día), situando al país al nivel de los países

<sup>1</sup> Tomás Flores Jaña, subsecretario del Ministerio de Economía (Periódico "La Tercera", del 25-11-2013, pág.32)

desarrollados. Ello también requería modificar la Ley de Quiebras para simplificar el proceso y evitar que éste fuera un mecanismo que debilitara el espíritu emprendedor; c) Tercer eje, facilitar la financiación, reformando el mercado de capitales y perfeccionando los programas que hoy se realizan a través de CORFO, a fin de ampliar los recursos financieros orientados a la innovación y el emprendimiento; y d) Cuarto eje, la difusión de oportunidades para los emprendedores (creación de una plataforma de información sobre oportunidades de negocios, nuevas tecnologías y fuentes de financiamiento disponible para todos los emprendedores del país; promover la creación de redes de emprendedores y de “inversionistas ángeles” a nivel regional y sectorial).

Dentro de todo este contexto las mujeres en Chile están asumiendo paulatinamente un papel más activo en la creación de empresas, así como en el desarrollo social y económico, cuestión que se ve apoyada y reforzada por las actuales políticas públicas. El estudio “Mujeres y actividad emprendedora en Chile 2007-2008” (Global Entrepreneurship Monitor, GEM 2007-2008) revela que del colectivo emprendedores/as, sólo el 16,02% eran mujeres. Además, sólo representaban el 5,59% de los empresarios establecidos. Los datos de la sexta versión del GEM 2010-2011, mostraron que el 18,40% de las mujeres, económicamente activas del país, se declaraban emprendedoras. Esta cifra, aunque representó un incremento respecto a los datos anteriores, sigue estando muy por debajo de los niveles registrados para los hombres, donde el porcentaje de creación de negocios en el último estudio se situaba en el entorno del 27,5% v/s 19,4% en mujeres (Datos del GEM 2013)

La actividad emprendedora total de Chile en 2012 (TEA) es de 20,12 % frente al 22,2% para América Latina y el Caribe, prevaleciendo el emprendimiento por oportunidad, lo cual es un buen indicador del desarrollo del país, aunque la participación femenina se ha mantenido. Considerando sólo actividades emprendedoras de la etapa inicial, se confirma la existencia de una brecha de género (Hombres: 27,5% y Mujeres: 19,4%) (GEM 2013). Asimismo, cabe mencionarse la cada vez mayor incorporación de jóvenes a este proceso (tanto hombres como mujeres) generando proyectos más innovadores y de mayor tecnología. Esta situación en materia de crecimiento emprendedor, podría haber sido mayor si la razón mujeres/hombres en la fuerza laboral hubiera sido similar a las tasas promedio para los países de América Latina y el Caribe, en referencia a los países de ingreso medio-alto y los países de la OCDE<sup>2</sup> (Organización para la Cooperación y el Desarrollo). Es decir, de haber existido políticas públicas que hubieran impulsado la incorporación de la mujer al mercado de trabajo, así como el fortalecimiento del emprendimiento, el país hubiera crecido más rápidamente y a tasas más altas. Especial relevancia adquieren las mujeres emprendedoras en zonas consideradas estratégicas (localidades fronterizas, comunidades con población de etnias distintas, microclimas, etc.) para países como Chile dada su alargada geografía (Banco Mundial, BID, SERNAM-Chile, 2007; Espino, CEPAL, 2005)

Regresando al nivel de desempeño de las nuevas empresas, los primeros estudios centrados en este tema concluyeron que el éxito de los nuevos emprendimientos se conseguía más a menudo por aquellas personas que habían logrado motivarse, manejar el riesgo y comprometerse en una planificación sistemática (Stevenson y Jarillo, 1990; Vesper, 1990; Gartner, 1985, Cooper, 1981, en Lerner, Brush and Hisrich, 1997). Desde entonces, la lista de variables que influyen en el nivel de desempeño ha ido creciendo pero manteniendo una cierta estabilidad en los cinco factores anteriormente señalados y analizados.

---

<sup>2</sup> La OCDE, en 2007 invitó a Chile, a integrarse como uno más de los 30 países más ricos y desarrollados del planeta que, en conjunto, producen cerca del 80% del Producto Interno Bruto Mundial.

El modelo que presentamos a continuación (figura 1), y que ha servido como base para nuestro trabajo, tuvo como modelos de referencia el modelo universal con enfoque hermenéutico de Sharon Bender (2000); el modelo de desempeño de propietarias de pequeños negocios de Lerner, Brush y Hisrich (1997), que fue el modelo de Hisrich y Brush (1984) y el de Brush (1992), replicado en países desarrollados y miembros de la OCDE, los que a su vez sirvieron de base al modelo adaptado a la realidad de Israel; el de Watson (2002a, 2002b, 2003) aplicado a la realidad australiana y su crítico Westhead (2003); los modelos multivariantes de Baum, Locke y Smith (2001), Baum y Locke (2004); los modelos de Loscocco, Robinson, Hall y Allen (1991); Wiklund y Shepherd (2005); Dahlquist, Davidsson y Wiklund, 2000; y el modelo de economía emprendedora de Verheul y Thurik (2001).

El modelo que proporcionó la base teórica inicial fue el modelo del comportamiento emprendedor y la detección de oportunidades, de Shapero y Sokol (1982), Ajzen (1985, 1988, 1991, 2002), Ajzen y Fishbein (1975, 1980) y Bandura (1982) con su aprendizaje social, los que en definitiva le dan sustento y validez.

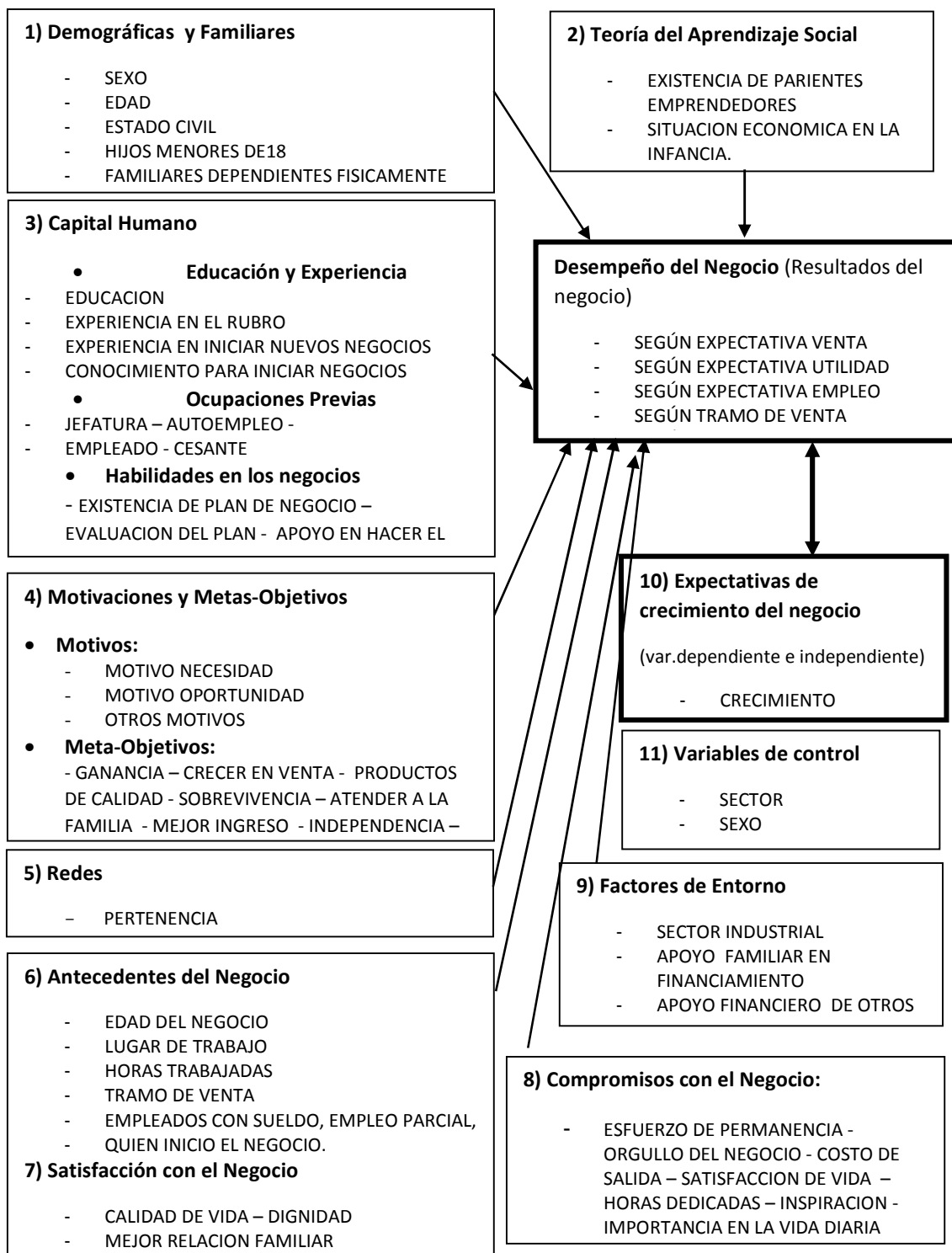


Figura.1 Constructos y variables del modelo de desempeño desarrollado.

Fuente: elaboración propia, en base a los modelos analizados.



La influencia de estas variables según el constructo, en el desempeño de los negocios propiedad de mujeres, las hemos reflejados en las diferentes hipótesis que se plantean:

*1. Antecedentes demográficos y familiares:*

H1a *La influencia del sexo (como variable demográfica) afectará negativamente el desempeño.*

H1b *Las mujeres emprendedoras, propietarias de negocios, con hijos menores de 18 años (como variable demográfica), se verán afectadas negativamente en el desempeño.*

H1c *La influencia del estado civil (como variable demográfica) afectará positivamente el desempeño.*

*2. Teoría del Aprendizaje Social:*

H2a *La influencia de la situación económica familiar en la infancia (relativo a teoría del aprendizaje social) sobre las mujeres, estará negativamente asociada con el desempeño.*

H2b *La influencia de la existencia de emprendedores en la familia (relativa a teoría del aprendizaje social) sobre las mujeres, estará positivamente asociada con el desempeño.*

*3. Capital Humano:*

H3a *La influencia de un alto nivel educacional estará positivamente asociado con el desempeño.*

H3b *La influencia de la experiencia previa en el sector estará positivamente relacionada al desempeño.*

H3c *La influencia de haber tenido puestos de jefatura anterior estará positivamente relacionada al desempeño.*

H3d *La influencia de haberse involucrado directamente en crear nuevos negocios estará positivamente asociada con el desempeño.*

H3e *La influencia de contar con los conocimientos y experiencia requerida para iniciar negocios, estará asociado positivamente con el desempeño.*

H3f *La influencia de haber sido su propio empleador, como ocupación previa, afectará positivamente el desempeño.*

H3g *La influencia de haber tenido la categoría de empleado, como ocupación previa, afectará negativamente el desempeño del negocio.*

H3h *La influencia de haber estado cesantes como resultado de una ocupación previa, afectará negativamente el desempeño del negocio.*

H3i *La influencia de las habilidades en los negocios, medida por la existencia de un plan descrito de negocio, estará positivamente asociada con el desempeño.*

*4. Variables de Motivaciones y Metas:*

H4 *La influencia de las motivaciones y metas estará positivamente asociada con el desempeño.*

*5. Variables de afiliación a redes:*

H5 *La influencia de pertenencia a redes estará positivamente asociada con el desempeño.*

*6. Negocio: Variables Antecedentes del negocio:*

H6a *La influencia de la antigüedad de los negocios estará positivamente asociada con el desempeño.*

H6b *La influencia de la cantidad de horas dedicadas al negocio estará positivamente asociada con el desempeño de los negocios.*

*6. Negocio: Variables de satisfacción con el negocio:*

H6c *La influencia de la satisfacción con el negocio estará positivamente asociada con el desempeño.*

*6. Negocio: Variables de compromiso con el negocio:*

H6d *La influencia de los compromisos con el negocio estará positivamente asociada con el desempeño.*

7. *Variables de entorno:*

H7a *La influencia del sector al que pertenece el negocio (como variable de entorno) afectará negativamente en el desempeño.*

H7b *La influencia de la participación de la familia directa en la financiación del negocio, (como variable de entorno) afectará positivamente el desempeño.*

H7c *La influencia del apoyo del sistema educacional para iniciar un negocio (como variable de entorno) afectará positivamente en el desempeño.*

8. *Variable Crecimiento:*

H8. *La influencia de las expectativas de crecimiento del negocio estará positivamente asociada con el desempeño.*

### ESTATEGIA METODOLÓGICA

Para la aplicación del modelo propuesto a la realidad chilena, se eligió la supervivencia del negocio como criterio de expresión del éxito, por ser adecuado para estudiar a las empresas recién creadas, ya que se busca medir su éxito o fracaso a través del parámetro de la vida de la empresa (Schmitt-Rodemund, 2001). En nuestro caso se recurrió al subsidio estatal Capital Semilla Empresa (2008) dirigido a emprendedores/as establecidos/as con más de dos años de antigüedad en el mercado. Dadas las altas tasas de fracaso, la expresión del éxito era precisamente tener al menos dos años de supervivencia, lo cual demostraba que sus emprendimientos habían perdurado en el tiempo.

El subsidio estatal Capital Semilla Empresa plantea un único objetivo fundamental: hacer fomento productivo. La unidad responsable de la iniciativa es el Ministerio de Economía y la unidad ejecutora Sercotec, organismo dependiente de la Corfo (Corporación de fomento, la cual está bajo la tutela del Ministerio de Economía). Tanto Corfo como Sercotec, tienen presencia regional física en todo el país, manteniendo una diferencia, y es que Sercotec se preocupa del fomento de pequeñas unidades económicas, hasta 50 personas y con ventas anuales inferiores a las 25.000 UF (unidad de fomento) (una UF = 23.000\$ chilenos a fecha de elaboración del trabajo).

La población objetivo fue el total de 561 ganadores del Subsidio Estatal Capital Semilla Empresa 2008. De ese total, 338 eran mujeres (59,6%) y el resto 223 hombres (39,4%). Para el tamaño muestral (n), se utilizó con una fórmula de población finita, por ser conocida la población total:

$$n = \frac{NZ_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 (N-1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población = 561 propietarios de pequeños nuevos negocios

Z $\alpha$  = 1,96 (para un nivel de confianza del 95%).

p = valor aproximado del parámetro que se quiere medir (proporción esperada o de éxito, en este caso 5%).

q = 1 – p (en este caso 1 – 0.5 = 0.5), pues se desconoce la probabilidad de fracaso.

p\*q = varianza de la distribución de Bernoulli, variables categóricas dicotómicas (si/no)

d = error de la medición 5%.

El tamaño de las muestras resultantes fueron: Muestra de mujeres: 165, Muestra de hombres: 132, arrojando un total de 297 encuestas a realizar. Se recopilaron 106 formularios válidos, es decir un 35,7% de respuesta, de los cuales 53 pertenecían a mujeres y 53 hombres.

La muestra está estratificada por sexo, en donde la encuesta a los hombres sirvió para contrastar los resultados de las mujeres. De hecho se analiza el comportamiento de la mujer emprendedora de nuevos pequeños negocios, teniendo siempre como referencia al hombre emprendedor, que es lo que la literatura sobre este tema enfatiza, por lo demás.

El cuestionario empleado, se basó en un estudio desarrollado en USA y países de la OECD (Hisrich y Brush; 1982, 1985) que fue a su vez adaptado para su aplicación a mujeres emprendedoras en Israel (Lerner, Brush e Hisrich, 1997). Dicho cuestionario se validó, posteriormente, a través de expertos/as (12) y se aplicó a un treinta (30) mujeres chilenas emprendedoras dueñas de pequeños negocios con más de dos años de antigüedad, como plan piloto en la V región Valparaíso-Chile, de manera específica en la comuna de San Felipe.

El trabajo de campo contó con la participación de SERCOTEC y de consultores externos, seleccionados según los procedimientos que rigen las licitaciones públicas de subsidios estatales en Chile. La actuación se desarrolló en las 15 regiones del país.

#### **El cuestionario se estructuró de la siguiente forma:**

##### ***Variables dependientes:***

Fundamentada en la percepción del desempeño del negocio, a través de las siguientes variables:

- Expectativa ventas: Incremento o disminución del nivel de ventas totales anuales en los dos últimos años.
- Expectativa utilidad: Incremento o disminución de la diferencia entre las ventas y costes totales en los dos últimos años, es decir, si perdió o ganó dinero en el negocio.
- Expectativa empleo: Incremento o disminución del número de empleados en los dos últimos años.
- Tramo de ventas: Volumen de venta por mes estimada, por tramo en pesos chilenos considerando los cinco tramos que en general usa SERCOTEC (organismo semipúblico encargado del fomento productivo de la micro y pequeña empresa en Chile).

##### ***Variable dependiente-independiente:***

- Expectativa de crecimiento del negocio: crecimiento esperado para los tres próximos años. Esta variable, compleja de análisis, es tratada por algunos autores como independiente y por otros como dependiente. Como variable independiente afecta positivamente a las variables de desempeño. También se comporta como variable dependiente de la medición de desempeño. La literatura revisada, trata este tema del crecimiento con un importante número de investigaciones, analizando específicamente el enfoque género y las mujeres que tenderían a mantener negocios de tamaño pequeño (Davidsson, Delmar, Wiklund, 2006). El crecimiento, como variable de contexto, es un indicador del éxito de un nuevo negocio, pero como variable dependiente, ni los rasgos, ni las competencias, ni el entorno son predictores significativos del crecimiento. En cambio, tomando los efectos directos e indirectos juntos, sí presentan efectos significativos sobre el crecimiento (Baum, Locke y Smith, 2001). En esta investigación se la utilizó en ambos sentidos.

**Variables independientes:** divididas en 9 grupos (constructos) para capturar las dimensiones de las perspectivas teóricas extraídas de la revisión de la literatura.

- Antecedentes demográficos y familiares: edad, sexo, hijos menores de 18 años, estado civil, posición en el negocio, situación económica de la pareja, dependencia física y económica de familiares.
- Teoría del Aprendizaje Social: existencia de padres u otros familiares emprendedores, y situación de la familia durante la infancia.
- Capital humano: nivel de educación, ocupaciones previas, experiencia en el rubro, involucramiento en iniciar negocios, contar con los conocimientos necesarios para iniciar nuevos negocios, habilidades en el negocio (existencia de un plan de negocio, su evaluación y apoyo para elaborarlo).
- Motivos y metas-objetivos:
  - o Motivaciones para entrar en el negocio: por necesidad (estar sin trabajo, no tener tiempo para la vida familiar y personal, necesidad de dinero, deseos de independencia) y por oportunidad (realizar una idea de negocio, aumentar los ingresos).
  - o Metas: obtener ganancia, crecer en las ventas, ofrecer productos de calidad, sobrevivir con el negocio, trabajar y atender a la familia, mejorar el nivel de ingresos, dar empleo.
- Afiliación a redes: pertenencia a redes, participación en redes, interés en pertenecer a una de ellas en caso de no estar afiliado/a.
- Antecedentes del negocio: antigüedad del negocio, horas trabajadas en el negocio, empleados actuales con sueldo, empleados a tiempo parcial, familiares en el negocio.
- Satisfacción con el negocio: el negocio ha servido para aumentar la calidad de vida, para aumentar la dignidad, para mejorar la relación con la familia, mejorar la relación con la pareja.
- Compromisos con el negocio: la exigencia de esfuerzo para permanecer en el negocio, orgullo de poseer el negocio, costo de dejar el negocio, satisfacción de vida con el negocio, exigencia de horas dedicadas al negocio, inspiración del negocio, importancia del negocio en la ocurrencia diaria, decisión errada de instalar el negocio.
- Factores de entorno: sector de actividad del negocio, apoyo familiar a la financiación, apoyo de otras personas para obtener financiación, apoyo del sistema educativo.

**Variables de control:** Sector industrial de la empresa, Sexo, Antigüedad del negocio.

Para el análisis descriptivo se han analizado por variable los valores de la media, desviación típica, varianza, valores mínimos y máximos, frecuencias y correlación de Spearman, todo ello con el ánimo de establecer un perfil de los(as) encuestados(as).

Para la confirmación o rechazo las hipótesis asociadas a los diferentes constructos se emplearon pruebas no paramétricas Kruskal-Wallis<sup>3</sup> (se eligió esta herramienta dado la naturaleza de las preguntas, y así como es una herramienta de carácter no paramétrico para la comparación, con complemento Mann-Whitney, Chi-cuadrado y corrección Bonferroni, para las variables de las hipótesis H1 (Demográficos), H2 (Aprendizaje Social), H3 (Capital Humano), H5 (Redes), H6a y H6b (Antecedentes del Negocio), H7 (Entorno) y H8 (Crecimiento). La prueba Mann-Whitney o test de Wilcoxon, se usó porque es una prueba no paramétrica (no asume normalidad y otros supuestos de ANOVA o pruebas t para medias) para comparación de medianas, como

---

<sup>3</sup> Sustentado en los trabajos de Dickinson, J.G. y Chakraborti, S. (2001) y Agresti, A. (2007).

estadístico de tendencia central, entre dos grupos. Cuando se trató para más de un grupo de comparaciones, se usó Kruskal-Wallis.

En cambio para las hipótesis H4 (Motivaciones), H6c (Satisfacción del negocio) y H6d (Compromiso con el negocio) se usaron modelos probabilidad no lineal, del tipo Regresión *Probit*.

## RESULTADOS

### Resultados de la estadística descriptiva por dimensión o ámbito

#### *Dimensión Antecedentes Demográficos y Familiares:*

- Hubo la misma proporción entre mujeres y hombres encuestados.
- La edad promedio de las mujeres fue 44,5 años y la de los hombres de 44,9 años.
- El 55,7 % de los encuestados tenían hijos menores de 18 años. En el caso de las mujeres el porcentaje es del 62%, frente al de hombres el 48%.
- Un 61,3% de los encuestados eran casados, seguido de un 20,8% solteros. Respecto a las mujeres, 56,0% de ellas eran casadas, frente a un 65,0% de los hombres que se declaran casados.
- El 76,4% de los encuestados tienen familiares que dependen económica o físicamente de ellos, la cifra es similar para hombres y mujeres<sup>4</sup>.

#### *Dimensión Teoría en Aprendizaje Social:*

- El 53,8 % de los encuestados manifiesta haber tenido padres u otros familiares emprendedores. El 52% en el caso de los hombres, frente al 56% para las mujeres.
- El 68,9 % de los encuestados declara haber tenido en su infancia una situación económica más bien estrecha, 74% caso del hombre y 65% para la mujer.

#### *Dimensión Capital Humano:*

##### *Nivel Educativo*

- Un 14,2 % de los encuestados posee sólo nivel básico (de 1º a 8º año básico), los porcentajes son el 7,4% de los hombres frente al 20,4% de las mujeres.
- Un 36,8% posee sólo nivel de educación media (1º a 4º medio), en este nivel los valores son parecidos, el 35,2% para las mujeres y el 37,0% para los hombres.
- Un 27,4 % posee sólo nivel técnico-profesional, también en este nivel los valores están próximos, el 26,0% de mujeres y el 27,8% de hombres.
- Un 21,7% cuenta con educación de nivel universitaria, aquí se produce una nueva brecha, se observa el 25,9% para los hombres frente al 16,7% de las mujeres.

##### *Ocupaciones Previas*

- En cuanto a la experiencia laboral que ha tenido anteriormente el encuestado/a, sólo un 33,7% (porcentajes similares para mujeres y hombres) ha sido empleador/a; un 74,3% ha sido empleado/a (brecha a favor del hombre, 79,6% frente al 64,8%); y un 40,6% ha estado cesante antes de emprender su negocio (33,3% de hombres vs el 46,3% de mujeres).

---

<sup>4</sup> Esta variable se consideró variable de contexto, no formando parte de las hipótesis, aún así se realizó una prueba de Kruskal-Wallis para intentar visualizar si ésta tenía algún tipo de relación con las variables de desempeño del presente trabajo teórico-empírico. El resultado fue que no hubo evidencia estadística que validara tal relación. Los datos arrojaron como resultados (sig. asintot, con 3 gl), usando prueba Chi-cuadrado para los contrastes: expectativa de crecimiento (0.831); tramos de ventas (0.139); ventas (0.574); utilidad (0.526), y nº de empleados (0.258).

*Dimensión Habilidades:*

- El 41% declaró, en promedio, haber contado con un plan de negocios escrito, cifra similar para ambos sexos; sólo un 23% contó con el apoyo para evaluar su plan de negocio (en el caso de los hombres fue del 27,4% vs al 18,50% de las mujeres) y un 57% con apoyo para elaborarlo (porcentaje similar en hombres y mujeres).

*Dimensión Motivos y Metas*

- Una gran mayoría optó por “necesidad”, este motivo fue indicado por el 81,5% de las mujeres vs al 68,5% en el caso de los hombres. Dentro de las razones que justifiquen esta “necesidad” pueden ser muchas y variadas, según lo señalan las contribuciones de investigadores que indagaron este ámbito, así podemos observar razones de género, discriminación en el mercado del trabajo, insatisfacciones de vida, etc. Por otro lado tener la “oportunidad”, como motivo, fue citado por 20,3% de hombres vs el 16,7% de mujeres.
- En cuanto al ámbito *Metas* u objetivos que persiguen los encuestados con sus negocios, aunque están todas las categorías con alta valoración (sobre 87% que es el mínimo), el primer lugar del ranking lo logra “ofrecer productos de calidad”, sorpresivo resultado, y pudiera explicarse por la condición de candidatos y por las propias bases de licitación del capital semilla, que enfatizan este punto. El segundo y siguientes categorías se asemejan más a los resultados logrados en otras investigaciones resultado de la revisión de la literatura.

*Dimensión Redes:*

- Sólo un 32,0% pertenece a alguna red, cifra similar para ambos sexos; de los que indican que pertenece alguna red un 48,6%, en promedio, pertenecen a clubes y asociaciones del sector, un 11,4% a sindicatos, un 8,6% a Cámaras de Comercio/turismo, y un 5,7% a alguna institución de carácter financiero. Lo más significativo es señalar que, del global de hombres, el 20,3% indica pertenecer a un club o asociación frente a tan solo el 11,1%, del global de mujeres, que indica lo mismo.

*Dimensión Antecedentes del Negocio*

- La antigüedad del negocio en el caso de los hombres es de 5,5 años, frente a los 7 años de promedio en los negocios regentados por mujeres.
- Las horas trabajadas en el negocio suma más de 44 horas a la semana, siendo esta cifra ligeramente superior en el caso de la mujer frente al hombre (75% vs 70%).
- El lugar de trabajo, en un 54,0% corresponde a lugares fuera del hogar. Un 28,0% de los hombres declara trabajar en el hogar, a diferencia de las mujeres que lo hacen en un 61,0%.
- Un 47,1%, en promedio, trabaja solo, valores similares para hombres y mujeres. De otro lado el porcentaje de negocios con 1 o 2 empleados asciende al 38,5% de media. En este nivel si existen diferencias significativas entre mujeres y hombres, ya que para el caso de las primeras el porcentaje es del 46,5% y para los hombres es de tan solo de un 26,0%. Finalmente en el caso de empresas con 3 o más empleados el porcentaje medio se sitúa en el 14,4%, aunque en este tramo vuelven a producirse diferencias significativas. En el caso de las empresas de hombres el porcentaje es del 19,3% frente al 9,5% de las empresas de mujeres.
- Un 84,9% partió solo con el negocio, porcentaje similar en hombres y mujeres.
- Respecto a la variable venta, como elemento distintivo de un negocio, según lo describe la literatura, medida en tramos, un 27,8% de los hombres declaran tener ventas en el primer tramo (menos de 1.000 dólares/mes) vs 51,6% en el caso de la mujer; en el

segundo tramo (hasta 2.000 dólares/mes), los hombres, en un 35,6%, declaran vender en este tramo vs 26,0% de las mujeres; en el tercer tramo (hasta 3.000 dólares) los hombres son un 13% vs 9,3% en las mujeres; y en el cuarto y último tramo, sólo se encuentran el 18,5% de los hombres vs 11,1% de las mujeres emprendedoras propietarias de negocios. Cabe hacer notar lo señalado con anterioridad, esta variable es difícil de medir en Chile, por sus connotaciones de tipo tributarias y de registro de deudas, lo que conlleva declararlas en su totalidad. No debe olvidarse que en Chile hay más de 800.000 pequeñas empresas que operan en el ámbito de la informalidad<sup>5</sup>.

#### *Dimensión Satisfacción con el Negocio*

- De acuerdo al ranking logrado en la muestra, el primer lugar lo obtiene “mejorar calidad de vida como el ítem que mayor satisfacción brinda el negocio; este posición es similar para ambos sexos. En un segundo lugar, “El amentar mi dignidad como persona”, con una leve superioridad las mujeres. En el tercer lugar se ubica “mejorar la relación con la familia”, también levemente superior en el caso de la mujer; y en un cuarto lugar destaca “mejorar la relación con la pareja”, con una leve superioridad ahora en el caso de los hombres.

#### *Dimensión Compromisos con el Negocio*

- El ranking aquí lo ocupa en el primer lugar, mi negocio “Me inspira a lograr mejores resultados”, levemente superior las mujeres; en un segundo lugar, mi negocio me demanda “Exigencia de esfuerzo”, levemente superior en el caso de las mujeres; tercer lugar, siento “orgullo de poseer mi negocio”, levemente superior los hombres; cuarto lugar mi negocio me demanda “horas de dedicación”; quinto lugar el negocio me brinda “satisfacción de vida” v/s la insatisfacción con la situación anterior, levemente superior en el caso de los hombres; sexto lugar del ranking “Costo de dejar mi negocio”; y por último en séptimo lugar, “Mi negocio es importante en la ocurrencia diaria”, muy similares para ambos sexos.

#### *Dimensión Factores de Entorno*

- Los sectores que predominan, son en promedio manufactura (37%), servicio (36%) y comercio (26%). Hay un resto que es una mezcla entre ellos. En manufactura predominan mayormente las mujeres, con un 46,3%; y en servicios los hombres 46,5%.
- Respecto al apoyo brindado por padres y familiares en la obtención de financiación al inicio del negocio, responden afirmativamente un 70%, cifra casi similar para ambos sexos. El resto se desglosa en: otros familiares (8,5%); institución bancaria (6,5%); institución pública (3,8%), entre otros.
- En lo que se refiere al apoyo del sistema educacional en su preparación para iniciar su negocio, un 70,5% responde positivamente, aunque en el caso de la mujer este porcentaje es ligeramente superior al señalado por los hombres (74,2% vs 66,7%).

#### *Dimensión Desempeño del Negocio*

- El posicionamiento otorgado por los hombres a la variable de desempeño “ventas” en las categorías “ha aumentado” y “ha aumentado mucho”, es de un 74%; en el caso de las mujeres un poco menor (68,5%).

---

<sup>5</sup> Cifras referidas al 2009, Ministerio de Economía, SERCOTEC-Chile. Documento Situación de la Pequeña empresa en Chile disponible en la web: [www.sercotec.cl](http://www.sercotec.cl)

- Respecto a la variable “*utilidad*”, dicho posicionamiento fue de un 70,4% en el caso de los hombres, en las mujeres para las mismas categorías el valor es sensiblemente inferior (61,1%).
- En relación a la variable “*Número de empleados*”, las cifras son casi la mitad de las anteriores para las dos categorías de mayor cualificación (“*aumento*” y “*mucho aumento*”), representando sólo un 38,9% en los negocios de propiedad de los hombres, y un poco menor en las mujeres, 31,5%. Una explicación plausible para esta última cifra sea lo ya mencionado, respecto a que ello sea producto de lo señalado en las propias bases de licitación del capital semilla, que exigen estar al día en el cumplimiento de las exigencias legales del sistema de previsión social y tributaria.

#### *Dimensión Expectativas del Negocio<sup>6</sup> (crecimiento)*

- Un 87% en promedio señala que sus expectativas de crecimiento del negocio son altas, mostrando en el caso de los hombres un porcentaje mayor (88,9%) vs al de la mujer (81,5%). Para el fundamento de esta variable, y medirla como desempeño, este trabajo se ha basado en Davidsson, Achtenhagen y Naldi (2005). Señala que una manera de medirla también, es a través de las ventas, el empleo, los activos, el producto físico, la participación de mercado y la utilidad. (Ardishvili et al., 2003; Delmar, 1997; Weinzimmer, Nystrom y Freeman, 1998; Wiklund, 1998).

Estos datos obtenidos nos permiten elaborar un perfil de la mujer emprendedora:

- Persona de mediana edad, casada, con hijos menores y familiares a su cargo.
- Tiene antecedentes de familiares emprendedores y con una infancia económicamente complicada.
- Posee un nivel formativo bajo y, mayoritariamente, carece de experiencia emprendedora.
- La principal motivación que mueve a la mujer a iniciar el proyecto de empresa es la “necesidad”, con el objetivo principal de “mejorar su calidad de vida”.
- Las jornadas laborales semanales superan las 44 horas, y mayoritariamente el trabajo se desarrolla en casa.
- No suele pertenecer a ninguna “red de contactos”.
- Su empresa es pequeña, fundamentalmente unipersonal y en algunos casos con un empleado/a. La orientación principal de la misma suele ser la producción de manufacturas. Normalmente se trata de empresas que se caracterizan por la ausencia de “planes de negocios”.
- La financiación requerida para el inicio del proyecto suele ser aportada, en la mayoría de los casos, por la familia.
- El volumen de facturación del negocio no suele superar los 2000 US \$ mensuales, y de forma mayoritaria no supera los 1000 US \$ al mes.

#### **Resultados de las aplicaciones estadísticas, para todas las hipótesis del modelo trabajado en terreno.**

Presentamos un resumen de los resultados encontrados en función de las hipótesis propuestas y las variables de desempeño utilizadas en la medición y que arrojaron p-value en el rango de  $\leq 0,05$  y  $\leq 0,06$ .

En primer lugar indicar que las hipótesis confirmadas fueron:

- H.1a la influencia del sexo (efecto negativo sobre el desempeño)

---

<sup>6</sup> Esta variable ha sido analizada por Davidsson, Achtenhagen y Naldi. Research on Small Firm Growth: A Review. (2005) *Research on Small Firm Growth: A Review*. In: European Institute of Small Business.



- H.1b mujeres con hijos/as menores de 18 años (efecto negativo sobre el desempeño)
- H.1c la influencia del estado civil (efecto positivo sobre el desempeño, destacando el ítem casado/pareja )
- H.2b la influencia de la existencia de emprendedores en la familia (efecto positivo sobre el desempeño)
- H.3d la influencia de haberse involucrado directamente en crear nuevos negocios (efecto positivo sobre el desempeño)
- H.3e la influencia de contar con los conocimientos y experiencia requerida para iniciar negocios (efecto positivo sobre el desempeño)
- H.3h haber estado cesante como resultado de una ocupación previa (efecto negativo sobre el desempeño)
- H.4 la influencia de las motivaciones y metas (efecto positivo sobre el desempeño)
- H.5 la influencia de la pertenencia a redes (efecto positivo sobre el desempeño)
- H.6b la influencia de la cantidad de horas dedicadas al negocio (efecto positivo sobre el desempeño)
- H.7a la influencia del sector al que pertenece el negocio (efecto negativo sobre el desempeño)
- H.7b la influencia de la participación de la familia directa en el financiamiento del negocio (efecto positivo sobre el desempeño)

De las variables dependientes, es la variable “*tramo de ventas*” la más explicada por las variables de los constructos e hipótesis asociadas. A continuación le sigue la variable “*utilidad*”.

En general, de las hipótesis confirmadas, se observa que las variables explicativas que se trabajaron para cada constructo, sólo explican una sola variable dependiente que mide el desempeño del negocio, salvo una excepción, el caso de la variable “*influencia del sector*” (H7.a), que explica el desempeño medido por dos variables de desempeño: expectativa de la “*utilidad*” y “*tramo de ventas*”.

De igual modo hay que indicar que para las hipótesis confirmadas, hay coincidencia de resultados con estudios anteriores respecto a:

- a) La variable “*sexo*” (H1.a), y estado civil (H1c) ya que los resultados han sido tan marcados para con el no rechazo de la hipótesis, como para el rechazo, esto confirma lo señalado por la literatura al respecto, de no existir consenso en que la variable sexo sea un factor de discriminación, en términos del desempeño a lograr.
- b) La variable “*involucramiento en nuevos negocios anteriores*” (H3.d), efectivamente es una variable que contribuye a explicar la influencia en el desempeño a lograr. En este caso lo novedoso es que sea a través de la medición de la expectativa de la utilidad, y no por el número de empleados, como ha sido la tónica.
- c) La variable “*contar con el conocimiento y experiencia para iniciar nuevos negocios*” (H3.e), en el mismo sentido que lo comentado con anterioridad, respecto a la influencia que ejercen estas variables que conforman lo que se denomina “el acervo capital humano”, sobre el desempeño, pero ahora medido a través de la variable “*tramo de venta*”, y no de la variable “*expectativa de venta*”.
- d) La variable “*haber estado cesante previo a iniciar su negocio*” (H3.h), que fue una variable que en la fase de prueba del formulario, se hizo presente por las mujeres

emprendedoras participantes en esta fase, que a su juicio, era una variable tendencial hacia el logro de alcanzar los objetivos del negocio. Aquí aparece explicando la variación del desempeño con la variable "*nº de Empleados*", registrándose una diferencia para grupos de hombres no cesantes v/s cesantes, lo que hace sentido con la medición del desempeño medido por esta misma variable, cuando se ha marcado preferencia por la opción de motivación *Dar empleo* (resultado de la regresión), que opera en forma directamente proporcional (más orientado a dar empleo, más expectativa a aumentar el número de empleados).

- e) La variable "*pertenencia a redes*" (H5), aquí hay coincidencia con lo que señala la literatura al respecto, es decir, la influencia positiva de pertenecer a redes mejora el desempeño. Lo novedoso para este caso, es que esta circunstancia se manifiesta midiendo el desempeño sólo a través de la variable "*tramo de venta*".
- f) La variable "*cantidad de horas dedicadas al negocio*" (H6.b), al igual que lo indicado con la variable anterior, se coincide con la literatura existente. El incremento de número de horas dedicadas al negocio mejora el desempeño. El desempeño es explicado por la variable "*tramo de ventas*".
- g) La variable "*influencia del sector*" (H7.a), explica la variación del desempeño, como variable dependiente medida por el "*tramo de venta*".
- h) La variable "*influencia de la participación de la familia directa en el financiamiento del negocio*" (H7.b), explica como esta participación tiene influencia positiva en el nivel de desempeño, lo que es coincidente con lo que la literatura existente. Lo novedoso en esta investigación es que sea a través de su medición por la expectativa de la "*utilidad*".
- i) El constructo Compromiso con el negocio (COMHRS) medido por las variables "Importancia del Negocio en la ocurrencia diaria" y "Mi negocio me inspira para lograr un mejor resultado", explica el desempeño por la variable expectativa empleo, afectándolo positivamente.

Las hipótesis rechazadas, debido a no encontrar diferencias entre los grupos sujetos a la aplicación de las pruebas no paramétricas, con p-value > 0,05, en las mediciones de desempeño efectuadas con las variables dependientes, fueron:

- a) La variable "*influencia de la situación económica familiar en la infancia*" (H2.a), la investigación realizada, no incluyó este tópico con resultados que respaldaran esta hipótesis.
- b) La variable "*influencia del alto nivel educacional*" (H3.a), a pesar de tratarse de un planteamiento ampliamente extendido, los resultados obtenidos no son concluyentes respecto de esta variable.
- c) La variable "*influencia de la experiencia previa en el mismo rubro*" (H3.b), a pesar de que la literatura respalda este resultado, no se ha podido corroborar
- d) La variable "*influencia de haber tenido puestos de jefatura anterior*" (H3.c), ocurre igual que con la hipótesis anterior, la literatura respalda este resultado pero no se ha visto corroborado con los resultados obtenidos
- e) La variable "*haber sido anteriormente su propio empleador*" (H3.f), como en las dos hipótesis anteriores la literatura respaldaba este resultado, pero en la investigación realizada no se ha podido comprobar.

- f) La variable “*haber sido anteriormente empleado*” (H3.g), en esta ocasión los resultados obtenidos coinciden con la literatura existente, es decir, el hecho de haber tenido con anterioridad la categoría de empleado no influye negativamente en el desempeño del negocio.
- g) La variable “*influencia de la existencia de un plan escrito de negocio*” (H3.i), como habilidad del emprendedor, la literatura incide en el carácter favorable de esta circunstancia para el desempeño del negocio, aunque no ha podido ser corroborado en nuestra investigación. Una explicación plausible pudiera ser el tamaño reducido de los negocios analizados.
- h) La variable “*influencia del apoyo del sistema educacional para iniciar un negocio*” (H7.c), esta hipótesis deriva de los estudios realizados por el GEM a nivel mundial, y de manera específica en Chile, para los años 2006 al 2007, los resultados coinciden con los obtenidos para la hipótesis H3.a, que también fue rechazada, por lo que existe congruencia en los resultados de la investigación, y al igual que hicimos con anterioridad indicar de que se trata de un planteamiento ampliamente aceptado.

## CONCLUSIONES

Las mujeres chilenas que deciden iniciar un proyecto de emprendimiento principalmente lo hacen como salida a su situación personal, como mecanismo para mejorar su calidad de vida. El compromiso es tal que ponen en juego los recursos familiares, lo que entre otras cosas provoca que el esfuerzo y la dedicación sean máximas.

Este esfuerzo mayúsculo y compromiso personal, con lo que significa para el futuro de la familia, puede explicar el rechazo de las hipótesis que planteaban que la mejor cualificación personal y apoyo educacional mejorarían los rendimientos. La mujer se sobrepone a estas carencias formativas ante el elevado coste, tanto monetario como social/familiar, que puede suponer el fracaso en el negocio iniciado.

Las mujeres chilenas, en la mayoría de los casos, se ven obligadas a compatibilizar su actividad en el negocio con los cuidados a la familia, prueba de ello es que la mayoría desarrollan su labor profesional en su hogar, y también, la gran mayoría tienen hijos menores o familiares a su cargo. Lo cual, entre otras consecuencias, provoca que las mujeres, de manera mayoritaria, se encuentren fuera de las redes sociales y de contactos. Todo ello no solo les genera una dificultad a nivel de rendimiento del negocio, como hemos comprobado, sino que además limita la proyección social de la mujer.

Por lo argumentado el emprendimiento no debe quedarse en la dimensión PYME, y las consecuencias que ello conlleva para la mujer. Hay estudios del Banco Mundial (2001), que muestran que si el emprendimiento femenino se queda sólo en el área de la pequeña y mediana empresa, el impacto en el crecimiento económico es menor. Si se consigue que las empresas lideradas por mujeres crezcan y ganen en competitividad, tendrán un impacto mayor en la economía nacional.

Las palabras de Juan Cristóbal Romero, Gerente General de Fondo Esperanza<sup>7</sup> son contundentes: “Es imposible aspirar a que el emprendimiento se transforme en la palanca del desarrollo social de Chile si no se genera una plataforma de servicios que potencie el capital financiero, el capital humano y capital social entre los microempresarios. Esta mirada integral debe estar en el centro de cualquier política social o de fomento. Sólo así, la ventaja que Chile

---

<sup>7</sup> Fondo ligado a una institución de beneficencia de la Iglesia Católica, Hogar de Cristo, Santiago de Chile.(cita web del 21.04.2014)

está teniendo en materia de emprendimiento en la región, especialmente entre las mujeres, dará frutos duraderos”.

## **BIBLIOGRAFIA**

Agresti, A. (2007). *An Introduction to Categorical Data Analysis* (2ª Ed.), cap. 2.4, y cap. 3.2.4. Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Ajzen, I. (1985). “From intentions to actions: A theory of planned behavior”. En Kuhl, J. y Beckmann, J. (Eds.), *Action Control: From cognition to behavior*, pp. 11- 39. Heidelberg: Springer.

Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Chicago: Dorsey Press.

Ajzen, I. (1991). “The theory of planned behavior”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179-211.

Ajzen, I. (2002). “Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior”. *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 32, pp. 665-683.

Ajzen, I. y Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Ajzen, I. y Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall.

Aldrich, H. y Zimmer, C. (1986). “Entrepreneurship through social networks”. En D. Sexton & R. Smiler (eds.). *The Art and Science of Entrepreneurship*, pp. 3-23. New York: Ballinger.

Ardichvili, A., Cardozo, R. y Ray, S. (2003). “A theory of entrepreneurial opportunity identification and development”. *Journal of Business Venturing*. Vol. 18, N° 1, pp. 105-123.

Banco Mundial (BM)-Banco Interamericano del Desarrollo (BID)- Servicio Nacional de la Mujer (Sernam), que elaboraron el 2007: “*Cómo capitalizar el potencial económico de Chile ampliando las opciones laborales de la mujer*”.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory* NJ. Prentice Hall.

Bandura, A. (1982). “Self-efficacy mechanism in human agency”. *American Psychologist*. Vol. 37 (2) pp. 122-147.

Baum, J. R., Locke, E. A. y Smith, K.G. (2001). “A multidimensional model of venture growth”. *Academy of Management Journal*. Vol. 44, N° 2, pp. 292-303.

Baum, R. y Locke, E. (2004). “The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill and Motivation to Subsequent Venture Growth”. *Journal of applied Psychology*. Vol. 89, N° 4, pp 587-598.

Bender, S. (2000). Seven Characteristics of the American Woman Entrepreneur: A hermeneutic approach to developing a universal characteristics model. Tesis doctoral. Capella University, UMI 9988055, Sept. 2000.

BID, 2009. Public Policies to Promote women entrepreneurs project.

Brush, C. (1992). "Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, nº 16 (4), pp. 5-30.

Carter, S.; Anderson, S. y Shaw, E. (2003). "Women's business ownership: A review of the academic, popular and internet literature with a UK policy focus". ARPEM. *Annual Review of Progress in Entrepreneurship*. Brussels: Vol. 1, pp. 66-89

CEPAL, 2007. Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género. (Unidad Mujer y Desarrollo N° 7. Santiago de Chile. Dic.) Autora: Espino, Alma.

Coleman, 2000. (2000). "Access to capital in terms of credit: a comparison of men and women owned small businesses". *Journal of Small Business Management*, nº 38(3), pp. 37 – 52.

Dahlqvist, J.; Davidsson, P. y Wiklund, J. (2000). "Initial conditions as predictors of new venture performance: A replication and extension of the Cooper et al. study". *Enterprise and Innovation Management Studies*, 1, pp. 1-17

Davidsson, P., Achtenhagen, L. y Naldi, L. (2005). "Research on Small Firm Growth: A Review" paper presented at the 35<sup>th</sup> EISB Conference, Barcelona, Spain A1-A27

Davidsson, P., Delmar, F. y Wiklund, J. (2006). "What Do They Think and Feel About Growth? An Expectancy-Value Approach to Small Business Managers Attitudes Toward Growth". En: Davidsson, P, Delmar, F, & Wiklund, J (Eds.). *Entrepreneurship and the Growth of Firms*. Edward Elgar Publishing, United Kingdom, England, Cheltenham, pp. 109-140.

Delmar, F. (1997). "Measuring growth: methodological considerations and empirical results". En R. Donckels y A. Miettinen (Eds) *Entrepreneurship and SME Research: On its Way to the Next Millennium*, pp. 199-215. Ashgate Publishing Ltd, Hants, England.

Díaz, M.C. y Jiménez, J.J. (2010). "Recursos y resultados de las pequeñas empresas: nuevas perspectivas del efecto género". *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*. Núm. 42, págs. 151-176.

Dickinson, J.G. y Chakraborti, S. (2001). *Nonparametric Statistical Inference*, Fourth Edition, Revised and Expanded. Marcel Dekker, Inc. 2003. USA, Cap.6 (6.6), Cap.10 (4) y tablas K y M.

Du Riestz y Henrekson, 2000. "Testing the female underperformance hypothesis". *Small Business Economics*, vol. 14, nº1, pp. 1-10

GEM (2007-2008-2011-2012-2013). Documentos disponibles en [www.udd.cl](http://www.udd.cl)

Hisrich, R. y Brush, C.G. 1982. The woman entrepreneur as a reflection of type of business. En *Frontiers of Entrepreneurship Research*. MA: Babson College, Cambridge, pp. 54-67.

Hisrich, R. y Brush, C. (1984). "The woman entrepreneur: management skills and business problems". *Journal of Small Business Management*, vol. 22, nº 1, pp. 30-37.

Hisrich, R. y Brush, C. (1985). *Women and minority entrepreneurs: A comparative analysis*. Frontiers of Entrepreneurship Research, MA. Babson College, Cambridge, pp. 566-586.

Lamolla, L. (2005). *Emprender en femenino: la evolución de las políticas económicas locales para emprendedoras en Cataluña*. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.

Lerner, M., Brush, C., y Hisrich, R. (1997). "Israeli women entrepreneurs: an examination of factors affecting performance". *Journal of Business Venturing*, vol. 12, nº4, pp. 315-339.

Loscocco K.A., J. Robinson, R.H. Hall y J.K. Allen. (1991). "Gender and Small Business: An Inquiry into Women's Relative Disadvantage," *Social Forces*, vol. 70, nº 1, pp. 65-85.

OIT (2007, 2008). *Competencias y Emprendimiento: Reducir la brecha tecnológica y las desigualdades de género*.

Romero, J.C. (2013) *Emprendimiento femenino: ¿La clave del desarrollo social en Chile?* Revista emprendedores,

[http://revistaemprendedores.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=260:emprendimiento-femenino-ila-clave-del-desarrollo-social-en-chile&catid=41:cell-phones-a-pdas&Itemid=109](http://revistaemprendedores.co/index.php?option=com_content&view=article&id=260:emprendimiento-femenino-ila-clave-del-desarrollo-social-en-chile&catid=41:cell-phones-a-pdas&Itemid=109), consultado el 21 de marzo de 2014.

Schmitt-Rodermund, E. (2001). *Psychological Predictors of Entrepreneurial Success*. University of Jena. Developmental Psychology. Germany. September.

SERCOTEC-OIT (2010). *La Situación de la Micro y Pequeña Empresa en Chile, versión Marzo 2010*. Disponible en [www.sercotec.cl](http://www.sercotec.cl)

Shapero, A., and Sokol, L., (1982). "The Social Dimensions of Entrepreneurship", en Kent, C.; Sexton, D. y Vesper, K.H. (eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 72-90.

Van Stel, A. y Storey, D. 2002. "The relationship between firm births and job creation". Tinbergen Institute. Discussion Paper. TI 2002-0523. Centre for Advanced Small Business Economics. Erasmus University .Rotterdam.

Ventura, R. y Quero, M.J. (2013). "Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género". *Cuadernos de Gestión*, vol. 13, nº 1, pp.127-149

Verheul, I. y Thurik, R. (2000). *Start-up Capital: Differences between Male and Female Entrepreneurs. Does Gender Matter?* EIM Research Report 9910/E. Rotterdam: Erasmus University.

Verheul, I.; Van Stel, A. y Thurik, R. (2006). "Explaining female and male entrepreneurship at the country level". *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, vol. 18, Issue 2, pp. 151-183

Verheul, I.; Wennecker, S.; Audretsh, D. y Thurik, R. (2001). "An eclectic Theory of Entrepreneurship Policies, institutions and culture". TI 2001-030/3. Tinbergen Institute.

Discussion Paper. March. Center for Advanced Small Business Economics. Erasmus University. Rotterdam.

Watson, J. (2002a). Motivation Mediators of Entrepreneurs Personal Characteristics and New Venture Performance. University of Maryland at College Park, Smith School of Business. Disponible: [jrbaum@rhsmith.umd.edu](mailto:jrbaum@rhsmith.umd.edu)

Watson, J. (2002b). "A multidimensional model of venture growth". *Journal Academy of Management*. Vol. 44, n° 2, pp. 292-303

Watson, J. (2003). "Failure rates for female-controlled business: Are they any different?" *Journal of Small Business Management*, vol. 41, n° 3, pp. 262-277

Westhead, P. (2003) "Comparing the performance of male- and female-controlled businesses", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 10, n° 2, pp.217 - 224

Weinzimmer, L.G.; Nystrom, P.C. y Freeman, S.J. (1998). "Measuring Organizational Growth: Issues, Consequences and Guidelines". *Journal of Management*, vol. 24; n° 2, pp. 235-262

Wiklund, J. (1998). "Small business growth and performance: entrepreneurship and beyond". Högskolan i Jönköping Internationella Handelshögskolan.

Wiklund, J. y Shepherd, D. (2005). "Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach". *Journal of Business Venturing*, vol. 20, issue 1, january, pp. 71-91