



FEMALE ENTREPRENEURSHIP: EMPIRICAL EVIDENCE FROM CHILE

WPCC-0377-2012-001

Authors

Patricio Ovalle Wood

Director Competitive Center, Universidad del Pacífico, Chile

Cecilia Manson Díaz

Coordinator Projects Competitive Center, Universidad del Pacífico, Chile

Raúl Horz Carcamo

Consultor Associate Competitive Center, Universidad del Pacífico, Chile

Ricardo Guzmán-Sanza

Full Professor & Consultor Associate Competitive Center, Universidad del Pacífico, Chile

Supervised By:

Pablo Ortúzar Muñoz

*Vice- Rector for Institutional Planning and Development
Universidad del Pacífico, Chile.*

Av., Las Condes 11121; E 25001 Santiago; CHILE
Tel. +56 2 8625300; Fax. +56 2 8625318
e-mail: povalle@upacifico.cl

ABSTRACT

This paper gives an account of the Consultancy in 15 schools of Female Entrepreneurship, conducted for the National Women Service SERNAM, Chile's state agency, as part of Support Social Cohesion EU-Chile, coordinated by the Agency International Cooperation, AGCI, which is an organization of the Ministry of Foreign Affairs of the Government of Chile, inspired as a cooperation program to promote policies that help overcome social inequality and propitiate towards gender equality as a foundation for the existence of a more equitable, humane and cohesive society. We present the obtained results in the south of Chile, specifically in the regions of Araucania, Los Rios, Los Lagos, Aysen and Magallanes and Chilean Antarctica, where it could be verified empirically, attributes such as commitment, strength, identity, courage, attitude and entrepreneurial mind of those southern regions women.

Este documento da cuenta de la Consultoría en 15 Escuelas de de Emprendimiento Femenino, realizado para el Servicio Nacional de la Mujer, SERNAM, organismo estatal de Chile, como parte del programa de Apoyo a la Cohesión Social Unión Europea-Chile, coordinado por la Agencia de Cooperación Internacional, AGCI del Ministerio de Relaciones Exteriores del Gobierno de Chile, inspirado como un programa de cooperación para fomentar políticas que contribuyan a superar la desigualdad social y propendan hacia la equidad de género, como fundamentos para la existencia de una sociedad más equitativa, humana y cohesionada. Se presentan los resultados obtenidos en la zona sur de Chile, específicamente en las regiones de la Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes y Antártica Chilena, donde se pudo verificar en forma empírica, atributos como el compromiso, la fuerza, identidad, el coraje, la actitud y la mente emprendedora de la mujer de esas australes regiones.

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: EMPIRICAL EVIDENCE FROM CHILE¹

I INTRODUCCIÓN

Se estima que, en Chile, el 17,3% de las mujeres económicamente activas se declara emprendedor, lo que equivale a 819.000 mujeres. De ellas, en promedio, el 64,9% proviene de sectores orientados a consumidores finales como la venta de productos y su elaboración.

No obstante la participación más amplia de la mujer en todos los ámbitos del desarrollo, su multiplicidad de habilidades, talento e impulso creador, se requiere de una acción mayor y más sostenida de parte del Estado, el que mediante instrumentos de apoyo, sirva como catalizador de diferentes iniciativas propedéuticas al emprendimiento femenino.

En ese contexto y como una iniciativa innovadora, es que el desarrollo de las Escuelas de Emprendimiento se diseñaron e impartieron, con todo el equipo de profesionales del Centro de Competitividad de la Universidad Del Pacífico, que se volcó a hacer de esta experiencia un proceso único que aumentara la competitividad, la capacidad emprendedora y la gestión de negocios. El resultado fue más de 150 mujeres capacitadas, entrenadas, asociándose, generando economías de escalas y creando nuevas Asociaciones Gremiales.

La Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes fueron las regiones en donde se desarrollaron las escuelas, regiones en las cuales pudo constatarse el compromiso, la fuerza, la identidad, el coraje y por sobre todo la actitud y mente emprendedora de la mujer del sur y Patagonia chilena. Una mujer que - independiente de los desafíos que tenga que enfrentar- asume un rol protagónico y ganador que la lleva como consecuencia a sobre ponerse a cualquier obstáculo.

¹ This paper was written by Patricio Ovalle BBA Universidad del Pacífico, Chile, MBA Universidad del Desarrollo, Chile, Entrepreneurship Program Babson College MA-USA; Cecilia Manson Díaz, Ingeniero Comercial Universidad de Santiago, Magister en Marketing Universidad de Chile; Raul Holz Cárcamo, BBA, Universidad de Chile, Master of Arts Development Economics Sussex University, UK; Ricardo Guzmán Sanza PhD(c) Universitat de Lleida, Spain, Universidad del Pacífico, Chile; under the supervisión of Pablo Ortuzar Muñoz, Licentiate (Bachelor's) in Social Communication Universidad del Pacífico; Academic diploma in Management INCAE Business School ; Post Graduated Program on Planning and Management in Educational Institutions, Universidad Católica de Temuco.

II METODOLOGÍA EMPLEADA

2.1 Estructura Metodológica

El trabajo que se expone, corresponde a un estudio empírico cualitativo de corte transversal. Al respecto, los trabajos empíricos tienen una importante trascendencia en la evolución del estudio de los emprendimientos, y a partir del año 1995 su presencia empieza a ser significativa. Esta tendencia concuerda con las investigaciones de Navarro (2002) y Bird et al. (2002). Las investigaciones con carácter descriptivo han tomado una nueva vertiente pasando de ser trabajos que sólo se limitaban a representar la realidad a trabajos en los que hoy se desarrolla una problemática basada en un sustento teórico, posibilitando una investigación empírica.

Desde este punto de vista, la elección del enfoque que se ha utilizado, ha sido una tarea esencial para la consecución de los objetivos. De acuerdo a variados trabajos, se ha adoptado un enfoque metodológico cualitativo y fenomenológico (Handler, 1994; Winter et al., 1998).

Para tener una visión del tema metodológico investigativo, debe tenerse en cuenta que en el área de las ciencias sociales existen diferentes métodos de investigación alternativos para llevar a cabo una investigación empírica, por lo cual resulta posible el uso conjunto de más de un método de investigación, combinando metodología cuantitativa y cualitativa para incrementar la fiabilidad de los estudios realizados (Bird et al, 2002).

Otros autores han planteado que el debate existente sobre los méritos de la investigación cualitativa o cuantitativa, en cuanto a su relevancia o su rigor, es una falsa creencia que es peligroso mantener. La elección de uno u otro método dependerá, entre otras variables, de las características y la naturaleza de la investigación. Desde esta perspectiva, el término metodología designa el modo de realizar la investigación. La forma en que se enfocan los problemas, diferentes supuestos, intereses y propósitos llevan a elegir una u otra metodología.

Respecto a las presuposiciones epistemológicas, cabe señalar que la metodología cuantitativa es más adecuada cuando esta busca conocer los hechos reales tal y como se dan objetivamente, tratando de señalar sus características comunes con otros hechos semejantes, sus orígenes o causas y sus consecuencias. Si el investigador pretende descubrir las uniformidades existentes entre los procesos estudiados y para ello utiliza los números, tablas y test estadísticos, el estilo de investigación a utilizar será el cuantitativo. Por el contrario, cuando la investigación se centra en el estudio de fenómenos sociales en el propio entorno en el que ocurren y se pretende conocer cómo se crea la estructura básica de la experiencia y para ello se usa fundamentalmente el lenguaje será más adecuada la utilización de la metodología cualitativa (Strauss, 1987; Ruiz, 1996).

Otro aspecto diferenciador es la existencia o no de un cuerpo teórico previo suficientemente fundamentado; la metodología cuantitativa necesita de la existencia de un cuerpo teórico claramente definido que permita analizar y medir los conceptos de un modo concreto. Por lo tanto es más apropiada para la verificación y/o el contraste de hipótesis fundamentadas en el conocimiento teórico existente que para construir o avanzar en la formación de una teoría todavía en fase de desarrollo. Si dicho cuerpo teórico no está suficientemente desarrollado y esto impide la propuesta de conceptos claramente definidos o los constructos de medida de los mismos no alcanzan la precisión y la validez necesaria, será conveniente proceder a una profundización previa en la naturaleza del problema a analizar en busca de un avance en la teoría que de pie a la elaboración posterior de dichos constructos (Shaw, 1999).

En los casos señalados, la metodología cualitativa es normalmente más apropiada. Con ella, la teoría nos sirve como un marco de referencia que nos orienta, pero que podemos modificar, dado que se va formulando al tiempo que se contrasta experimentalmente. Permite además analizar conceptos que son difícilmente separables de su contexto y cuyos efectos individuales cruzados son difíciles de controlar (Rodríguez et al, 1996).

2.2 Objetivos de la Consultoría

Objetivo general

Diseñar y ejecutar cinco escuelas regionales de capacitación para mujeres emprendedoras- denominadas Escuelas de Emprendimiento Femenino, ubicadas en la Zona Sur, “Lote 3”, compuesto por las regiones antes señaladas.

Objetivos específicos

- Realizar diagnósticos laborales por región para generar información laboral que sea pertinente a la necesidad de identificar nichos productivos en los cuales los emprendimientos de las mujeres participantes se pudieran insertar.
- Diseñar los contenidos que serán impartidos en las Escuelas de Emprendimiento Femenino regionales, de acuerdo a los diagnósticos laborales y los aspectos de formación detallados en el punto “actividades específicas” de los Términos de Referencias.
- Diseñar la metodología de trabajo a ser utilizada en cada una de las Escuelas de Emprendimiento Femenino regionales, de acuerdo a las características de las mujeres emprendedoras.
- Implementar las Escuelas de Emprendimiento Femenino regionales, basándose en el conocimiento obtenido en la etapa de diagnósticos.
- Producir giras que permitan el intercambio de experiencias al interior de la región y un aprendizaje práctico de contenidos del curso.

2.3 Caracterización de la muestra

En relación al aspecto demográfico, el 64% de las emprendedoras se encuentra en un rango de edad entre 30 y 50 años. Un alto porcentaje tiene estudios superiores, los cuales van desde Educación Técnica Incompleta hasta Educación Universitaria Completa (47,4%), lo cual debería ser un factor que las avale en sus emprendimientos. En relación al estado civil predominante éste es el de Casada, con un 40,4%.

En cuanto a las características de sus emprendimientos, hay una clara hegemonía de las actividades relacionadas con actividades que son una extensión de las labores hogareñas – como son las actividades relacionadas con la alimentación-, asimismo, con actividades complementarias al hogar y de transmisión familiar- léase: artesanías regionales. Llama la atención que menos de la mitad de las emprendedoras, sólo el 48,1%, presenten formalización de actividades, a pesar de que, al menos, tienen un año de antigüedad en sus emprendimientos y el 31,4 % tienen una antigüedad de, al menos, 5 años. La razón de esta actitud se puede deber a la falta de confianza en sí mismas y en el éxito de sus emprendimientos y/o, como se ha visto con otros grupos de empresarias en otras localidades, evalúan si les conviene o no formalizarse en virtud de que perciben que podrían perder beneficios por parte del Estado de formalizarse. Este hecho, también, puede ratificarse al observar que el 47,4% posee, al menos, algún grado de educación superior- lo cual indica que la no- formalización no se debe a desconocimiento.

En cuanto al uso de herramientas computacionales, casi el 90% utiliza Internet, lo cual es bastante bueno, considerando que el 18,5% de las emprendedoras tienen 51 o más años de edad y que el 2,5% de ellas posee sólo algún grado de escolaridad (Educación básica completa e incompleta). El conocimiento de uso de correo electrónico sube al 91,0%. Sin embargo, su manejo del procesador de textos Word cae al 77,6% y el manejo de la planilla Excel baja a sólo el 57,1% del total de empresarias. Este hecho debería ser remediado si estas emprendedoras quieren seguir haciendo crecer sus emprendimientos y no limitarse a depender de la buena voluntad y disposición de algún familiar o pariente para que las ayude en acciones que debería poder hacer ellas mismas.

IV DISCUSIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Como consecuencia del trabajo realizado por el equipo del Centro de Competitividad, se pueden determinar los siguientes puntos y áreas de interés.

Existe una oportunidad de cultivar las redes de trabajo asociativo entre las mujeres participantes de cada una de las Escuelas de Emprendimiento Femenino, esto debido al grado de compromiso mostrado en el proceso de capacitación y al interés declarado en seguir participando de acciones que impacten directamente su capacidad emprendedora.

Puede inferirse que las necesidades futuras de capacitación y entrenamiento tienen relación directa con la gestión de sus negocios, pero también, con potenciar a la emprendedora en su conjunto. En esa línea, pueden identificarse una serie de áreas, donde la capacitación y el entrenamiento resultan claves:

Operación del Negocio: Tiene relación con los conocimientos y herramientas técnicas que permiten una operación viable de la empresa, independiente de su tamaño o ciclo de vida:

- Cálculo de costos de producción.
- Fijación de Precios.
- Capacidad de carga del negocio.
- Compra de materiales o materias primas para producción.
- Formalización
- Proceso legal y contabilidad simplificada.
- Política de créditos.

Viabilidad del Negocio: Son un conjunto de habilidades y conocimientos que la empresaria debe desarrollar si aspira a posicionar correctamente su empresa en el largo plazo. Aquí los aspectos a potenciar son:

- Foco en el cliente y su estilo de vida.
- Estrategia de fidelización de clientes.

- Estrategia de seducir nuevos clientes.
- Habilidades de satisfacción de clientes.
- Investigación de mercado y escuchar tendencias futuras de la industria.
- Desarrollo de estrategia competitiva.
- Desarrollo de innovaciones en productos o servicios.
- Análisis de la competencia directa e indirecta.

Potenciamiento del Negocio: Conjunto de acciones de corto plazo, que hacen a la empresa más competitiva dentro del Mercado:

- Desarrollo de imagen marca (Identidad en la Industria)
- Desarrollo de barreras de entrada a competidores.
- Alto foco en satisfacción de clientes.
- Potenciar alianzas de cooperación con otros actores del mercado.
- Mejoras en envasado, imagen y promoción de productos o servicios.
- Aspirar a elevar estándares de calidad, efectividad y satisfacción.

Potenciamiento de habilidades y destrezas: Con respecto a potenciar habilidades y destrezas en las emprendedoras, de manera personal, y que directamente influyen en la capacidad de gestión de sus negocios:

- Confianza, al momento de trabajar en equipo.
- Capacidad de entrenar y capacitar equipos de trabajo.
- Fortaleza emocional para enfrentar quiebres de su negocio, con clientes o proveedores.
- Capacidad de buscar fuentes de financiamiento, no públicas.
- Habilidad de generar relaciones de negocios de largo plazo, con clientes y proveedores
- Habilidades de preparación, negociación, venta y satisfacción de clientes.

V RECOMENDACIONES

Las Escuelas de Emprendimiento Femenino Zona Sur de Chile representan una experiencia potente en términos educativos, logísticos y metodológicos. Son estas tres dimensiones, donde pueden proponerse una serie de mejoras, orientadas a optimizar el aprendizaje de cada una de las empresarias participantes.

Área Educativa: No es suficiente declarar que las Escuelas de Emprendimiento son un espacio para desarrollar habilidades emprendedoras en las participantes; es necesario, poner foco en las habilidades y acciones concretas que se quieren lograr con ellas al término de la capacitación.

- Segmentar a las empresarias, según ciclo de vida de la empresa, necesidades específicas, nivel de estudios.
- Solicitar cofinanciamiento para participar de la Escuela (matrícula simbólica)
- Contar con ficha de empadronamiento de cada una de ellas.
- Declarar en conjunto con las socias SERNAM, un plan de acción a un año plazo y monitorear, apoyar y movilizar a que se cumpla.
- Proponer un plan de trabajo asociativo, como requisito de egreso de las escuelas de emprendimiento.
- Diseñar un plan tipo “Incubadora de Emprendimientos Femeninos”, donde el proceso de negocio sea una constante conexión de oportunidades, aprendizajes, estándares y acciones concretas a potenciar y dinamizar sus empresas. No es recomendable realizar acciones aisladas, sin estrategia de desarrollo transversal.

Área Logística: Un aspecto fundamental para el funcionamiento impecable de las Escuelas de Emprendimiento Femenino es la coordinación logística. Cualquier mal entendido o descoordinación impacta directamente en el resultado óptimo de las escuelas. En este sentido, las recomendaciones a ser tenidas en cuenta en el futuro son:

- Fundamental es un Salón con iluminación potente. La práctica nos mostró la importancia de la buena iluminación para que las alumnas.

- La ceremonia inaugural y de cierre debe estar a cargo de SERNAM, puesto que hay protocolos y realidades políticas que el ejecutor desconoce al momento de realizar estas acciones.
- Durante las visitas a terreno a la experiencia exitosa, asegurar que el espacio lugar a visitar tenga el espacio necesario para recibir 30 personas, de modo de permitir una conversación fluida.
- Terminar las escuelas con una muestra de productos y servicios de las 30 mujeres participantes. organizar un “mercado emprendedor femenino”, donde se inviten autoridades y público general a visitar la muestra al momento del cierre.

Área Metodológica: Según la experiencia vivida en las cinco Escuelas de Emprendimiento Femenino de la Zona sur, es urgente exigir a los organismo capacitadores o ejecutores, innovaciones en sus metodologías de trabajo. Lo anterior se infiere de escuchar los reportes de 154 mujeres emprendedoras.

Su principal “temor” antes de iniciar las escuelas era: “Esta va a ser una capacitación más, me voy a aburrir o a perder el tiempo”. Postulamos que esto se debe a la escasa innovación en las metodologías de muchos ejecutores de capacitación, lo que impide posicionar a esta misma como una inversión potente al momento de gestionar eficientemente la empresa.

CONCLUSIONES

En el marco de la cooperación que el Gobierno de Chile gestiona con la Unión Europea, el fomento a la cohesión social tiene un papel protagónico. Esta preocupación se traduce en el financiamiento compartido de proyectos que contribuyan a promover políticas dirigidas a los grupos más vulnerables de la población a lo largo de todo el país y que fomenten la participación ciudadana.

En este contexto, las Escuelas de Emprendimiento Femenino ejecutadas por la Universidad del Pacífico, como parte del proyecto liderado por el Servicio Nacional de la Mujer, Chile, se insertan claramente en este objetivo, ya que se dirigen a las mujeres, actores fundamentales de la construcción de un Chile más justo, más equitativo y más desarrollado, tanto desde su rol en la familia como en la generación de recursos económicos para mantenerla. Sin embargo, la participación de las mujeres chilenas en el mercado laboral continúa siendo baja y sus esfuerzos por emprender se topan con diversos obstáculos.

El proyecto “Acciones estratégicas para aumentar la participación ciudadana de las mujeres en la sociedad chilena” apunta a reducir las desigualdades derivadas de discriminaciones de género, aumentando la participación de las mujeres mediante acciones de formación y la generación de habilidades que fortalezcan sus oportunidades de trabajo y autonomía económica y su participación en cargos de representación política y sindical.

Durante casi dos años esta iniciativa facilitó la realización de diversas acciones dirigidas a apoyar a jefas de hogar, trabajadoras y sus organizaciones sociales a lo largo de todo Chile, para promover la asociatividad, el emprendimiento y el diálogo entre la sociedad civil y el Estado, desde la mirada diferenciadora de las mujeres.

Una de esas actividades fueron las escuelas regionales de emprendimiento, cuyo fin fue mejorar las competencias emprendedoras de las mujeres participantes, abriendo nuevas posibilidades de ampliar sus negocios y de mejorar así su calidad de vida y la de sus familias. El aporte de la Unión Europea, a través del Programa de Apoyo a la Cohesión Social Unión Europea-Chile, permitió financiar la realización de estas escuelas a lo largo de todo el país, llegando a cerca de 450 mujeres.

Las escuelas de emprendimiento cumplen a cabalidad con este propósito, pues no sólo entregan nuevas herramientas a las mujeres que participan en ellas, sino que les dan acceso a contactos con la Universidad, las instituciones públicas involucradas y otras mujeres como ellas, que trabajan día a día por un futuro mejor.

=====

REFERENCIAS

Bird B., Welsch H., Astrachan J., Pistrui D. (2002): "Family Business Research: The Evaluation of an Academic Field", *Family Business Review*, vol. 15, nº 4, pp. 337-350.

Handler W. (1989): "Methodological issues and consideration in studying family businesses", *Family Business Review*, vol. 2, nº 3, pp. 257-276.

Navarro, S. M. (2002): "La Dirección Estratégica de Empresas Familiares como Proyecto de Investigación", *Boletín de Estudios Económicos*, vol. LVII, nº 177, pp. 517-542.

Rodríguez G., Gil, F. J. & García, J. E. (1996): *Metodología de la Investigación Cualitativa*, Ediciones Aljibe, Málaga.

Ruiz, J.I. (1996): *Metodología de la investigación cualitativa*, Universidad de Deusto, Bilbao.

Shaw, E. (1999): "A Guide to the Qualitative Research Process: Evidence from a Small Firm Study", *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 2, nº 2, pp. 59-70.

Strauss, A. (1987): *Qualitative Analysis of Social Science*, Cambridge University Press, Cambridge.

Winter M., Fitzgerald M., Heck R., Haynes G. y Danes S. (1998): "Revisiting the Study of Family Businesses: Methodological Challenges, Dilemmas, and Alternative Approaches", *Family Business Review*, vol. 11, nº 3, pp. 239-251.