

PERSONAS: ENSAYO

Emprendimiento Femenino: Propuesta de un Perfil en base al propio Discurso de Mujeres, desde una Perspectiva Cualitativa

Female Entrepreneurship: proposal of a profile based on women's own speech, from a qualitative perspective

Edición Nº 19 – Mayo de 2014

Artículo Recibido: Enero 20 de 2014

Aprobado: Mayo 05 de 2014

AUTORA

Bárbara Ormeño Coronado

Psicóloga Universidad de Chile, Profesora Adjunta Facultad Tecnológica Universidad de Santiago, Chile.

Correo electrónico: barbara.ormeno.c@usach.cl

Resumen

Si bien se ha estudiado el emprendimiento desde varios puntos de vista, desde la economía, la psicología, la sociología, etc., el presente ensayo busca dar una mirada sistémica y humanista del perfil de mujeres emprendedoras, a partir de su propio relato. Se analiza 10 entrevistas en profundidad, realizadas a mujeres que se encuentran postulando a fondos para financiar su emprendimiento. Los hallazgos difieren un poco de la teoría en términos de que la mujer en Chile está fuertemente motivada por valores colectivistas, (dar trabajo a otros, enseñar a otras mujeres, no abandonar la familia), ellas no presentan fuerte motivación de logro; eso sí, buscan ser un factor económico en términos de generar autoempleo y dar empleo para otras personas.

PALABRAS CLAVES: emprendimiento, perfil de mujeres emprendedoras, motivación de logro, valores colectivistas

Abstract

While entrepreneurship has been studied from different points of view, from the economy, from psychology, from sociology, this study seeks to provide a systemic and humanistic profile of women entrepreneurs, from his own speech. We analyze 10 interviews, conducted with women who are applying for funding for your venture. The findings differ somewhat in terms of the theory that women in Chile is strongly motivated by collectivist values, (give work to others, teach other women, do not leave the family), and they not have strong achievement motivation, though looking be an economic factor in terms of generating self-employment and provide employment for others.

KEY WORDS: entrepreneurship, women entrepreneurs' profile, achievement motivation, collectivist values

Introducción

Según un informe de la OIT publicado en Abril de 2013 denominado “Is Small Still Beautiful?”, una buena estrategia para la superación de la pobreza es la creación de nuevos puestos de trabajo, y en este aspecto las pequeñas y medianas empresas juegan un rol fundamental ya que, tras el análisis de alrededor de 50 estudios, se pudo constatar que *“las PYME proporcionan dos terceras partes de todos los empleos formales en los países en desarrollo de África, Asia y América Latina, y el 80 por ciento en los países de bajos ingresos, sobre todo en África Subsahariana”*

Este hecho convierte a quienes deseen emprender en potenciales agentes económicos y por tanto el éxito de su emprendimiento va a ser también la posibilidad de acceder a empleo para otras personas llegando a constituir una mejora en la economía nacional, Por esta razón resulta interesante conocer cuál es el perfil de quienes deciden emprender.

Este ensayo busca una mirada sistémica y humanista del perfil de mujeres emprendedoras, basado en su propio relato; para lograrlo, se realizará una revisión bibliográfica a fin de dar un contexto y, posteriormente se analizará el discurso de 10 mujeres que se encuentran postulando a fondos para iniciar su empresa. Categorizando

las respuestas en cinco categorías: ¿que la motivó a emprender?, ¿cuenta con apoyo de alguien para llevar a cabo su emprendimiento?, ¿cómo se ve de aquí a dos años?, ¿de qué logros se siente orgullosa? ¿En qué invertirían el financiamiento si se lo ganan? Finalmente se esbozará el perfil a partir de las categorías utilizadas y en relación a las teorías expuestas.

¿Que se ha dicho del perfil del emprendedor/a?

Al estudiar el fenómeno de las mujeres emprendedoras que representan aproximadamente un 42% del total de emprendimientos en la RM, surgen muchas inquietudes, ¿es que para emprender las mujeres deben poseer características especiales?, ó ¿deben estar en algún contexto determinado?, ¿sus vidas están orientadas por algunos valores diferentes de aquellos que prefieren un trabajo dependiente?

Pereira en su artículo *“Análisis Bibliométrico del Campo del Espíritu Emprendedor Latinoamericano a partir de Los Congresos Latinoamericanos de Espíritu Empresarial del CDEE-ICESI”* basado principalmente en los aportes de Busenitz et al (2003) y Déry y Toulouse (1994), menciona que existe una amplia gama de artículos referidos al espíritu emprendedor, los que presentan una *“gran variedad de definiciones, multiplicidad de instrumentos de medición, profusión de conceptos y variables y pocas uniones entre las diferentes investigaciones”* (Pereira, 2004:20)

Existen, los estudios que vienen del área de la economía propiamente tal y describen al emprendedor o emprendedora como un sujeto que genera un autoempleo y a la vez genera puestos de trabajos para otros, es así como en Chile según cifras del Ministerio de Economía, un 40% de los emprendedores genera empleo.

Si nos orientamos hacia el perfil psicológico del emprendedor o emprendedora, tenemos básicamente dos corrientes: la de las características personales, originada por McClelland (1961), quien nos da una pista definiendo al emprendedor como un sujeto que está más motivado por la necesidad de logro que la necesidad de poder. (Pulgarín, 2011)

Por otro lado, Moriano (2001) quien estudia el perfil del emprendedor desde la perspectiva de valores de Schwartz, nos señala que las personas emprendedoras orientan sus vidas hacia valores personales individualistas (poder, logro, hedonismo, estimulación) más que los de tipo colectivistas (benevolencia, tradición y conformidad).

No está claro si, son las características especiales del emprendedor, ó es su capacidad de detectar oportunidades, la que nos asegura el éxito de un emprendimiento

Hay autores que tienen una visión más global acerca del fenómeno del emprendimiento, como es el caso de Pereira (2007:31) quien en su artículo: “La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista” propone plantear el estudio del *“proceso emprendedor desde una nueva orientación, centrada en las relaciones, propia de una perspectiva sistémica, y por el desarrollo de la persona, característica de una concepción humanista, esperando que esta visión dé luces acerca del campo de conocimiento del “espíritu emprendedor”*.

Esta concepción sugiere que el espíritu emprendedor no puede entenderse sólo desde el concepto de la oportunidad, ni desde las características del individuo emprendedor y tampoco de sus capacidades de organizar efectivamente o innovar. El espíritu emprendedor se entiende en la intersección de estos elementos planteados.

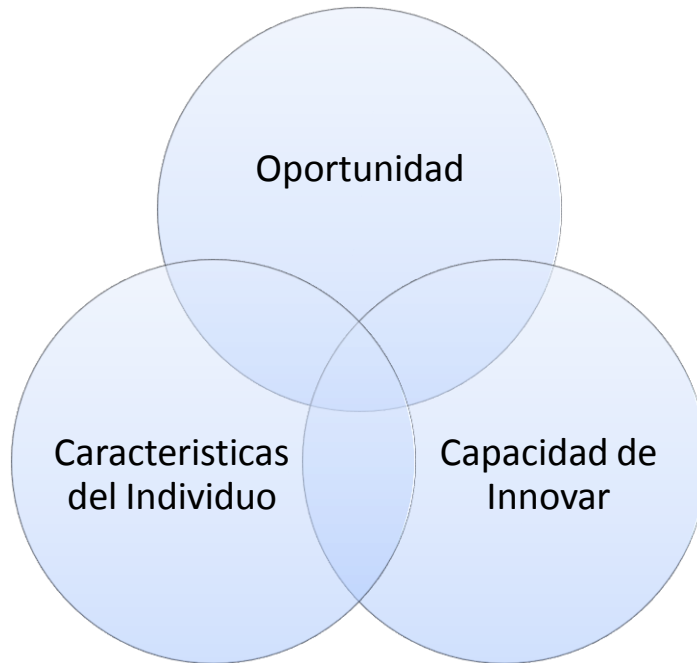


Gráfico 1: Contexto en el que se da la oportunidad de emprendimiento. (Adaptación libre del esquema de Busenitz et al. (2003). Presentado por Pereira 2007)

Pero, ¿qué es lo que opinan las emprendedoras acerca de su propio proceso?

Para esta presentación se analizaron 10 casos de mujeres “emprendedoras”, quienes se presentaron a un concurso para la consecución de financiamiento a través de un organismo estatal. Este ensayo tiene carácter exploratorio-descriptivo, y por su muestra tan reducida, no permite proyectar los resultados al total de mujeres emprendedoras de Chile.

Por razones de tiempo, se analizaron solamente 10 casos, tomados al azar de un total de 32 mujeres entrevistadas por la autora en agosto del año 2013, sus edades oscilan entre los 21 y los 57 años y la totalidad de las mujeres entrevistadas pertenecen a la Región Metropolitana. Se desconoce la Comuna de residencia, ya que no era tópico a conocer, para así evitar posibles discriminaciones. Todas ellas tienen enseñanza media completa y/o estudios superiores.

La metodología, se trata de entrevistas en profundidad, de entre 25 y 50 minutos de duración, en las que se busca detectar capacidades emprendedoras tales como

motivación al logro, formulación de metas, creación de redes, exposición a riesgos, búsqueda de oportunidades.

Al tratarse de entrevistas en profundidad, los relatos se extienden hacia diversas experiencias de las participantes, tales como: historias con trabajos anteriores, historias familiares, de su salud, etc. Para sintetizar los hallazgos, éstos se agrupan en cinco categorías: ¿que la motivó a emprender?, ¿cuenta con apoyo de alguien para llevar a cabo su emprendimiento?, ¿cómo se ve de aquí a dos años?, ¿de qué logros se siente orgullosa? ¿En qué invertirían el financiamiento si se lo ganan?

- **¿Que la motivó a emprender?**

Mediante estas entrevistas fue posible constatar que, en tres de los casos la idea de emprender un negocio por cuenta propia surge a raíz de la necesidad de permanecer en casa para cuidar de los hijos/as, en los tres casos, ambos integrantes de la pareja llegaron a un acuerdo de que es la mujer quien debe quedarse en casa y a raíz de eso, desecha la idea de buscar un empleo en forma dependiente, ya que se le hace imposible cumplir con jornadas laborales rígidas y extensas. Esto, se puede ejemplificar en discursos como el siguiente: *“Me casé, quedé embarazada, Acuerdo mutuo, por un tiempo estar al cuidado de mi hijo, la idea es lógicamente para mí es muy importante el aspecto familiar, y si además puedo hacer un aporte económico...”* ó *“Mi hijo nació enfermo, así que definimos que yo me quedara en la casa. Al estar todo el día en la casa dije: algo tengo que hacer, y empecé a hacer esto como hobby, empecé a tejer,..”*

Una de ellas genera su emprendimiento por su propia necesidad de comer determinado tipo de producto, el que a su vez comienza a comercializar. *“Es una necesidad, lo que pasa es que por mi salud, no puedo comer pan blanco entonces, No tenía trabajo ni nada, surgió esta idea como había estado en Pucón había aprendido la técnica, me empezó a ir bien porque me gusta hacer el pan, la gente empezó a interesarse en el tema, después me pidieron de una empresa”*

Otra de ellas perdió el empleo y sintió la necesidad de invertir su finiquito en algo rentable y así surgió el emprendimiento: *“...tengo que invertir mi finiquito en algo, no*

puedo pagar todas las cuentas sin quedarme sin algo para mi...empecé a hacer cursos en la municipalidad, en la oficina de la mujer...” En otro caso, la emprendedora, debido a una fuerte depresión, dejó su empleo y, según sus propias palabras, se vio en la necesidad de “reinventarse” y así surgió el emprendimiento. “Yo me puse a hacer chocolates por una crisis en que estoy, sólo se le entrega esa receta a las mujeres de la familia que tienen necesidades económicas... Mi logro es reinventarme, he podido fortalecer los lazos con mis hijos, con quien es el padre de mis hijos, soy otra mujer ahora, no le tengo miedo a la vida.”

Solo una de ellas manifiesta que su emprendimiento surge como el anhelo de toda una vida que la lleva a hacer vida de campo y dedicarse a turismo rural. *“Ha sido una idea toda la vida volver al campo. Trabajé, trabajé, trabajé, y llegó la instancia en que tenía que decidir si me compraba un departamento en Santiago y seguía trabajando acá o me compraba una casa. Estaba abandonada la casa, eso fue una oportunidad excelente para nosotros. Es mi manera de ayudar, de dejar mi granito de arena porque no puedo morirme sin dejar una huella... Estamos para hacer y ayudar, compromiso con la tierra, el medio ambiente y con lo humano”*

Y finalmente, dos de ellas lo hacen debido al “entusiasmo”: una de ellas, que tiene un emprendimiento de realizar talleres de yoga y musicoterapia con niños, manifiesta que estaba trabajando y de pronto al participar de unos talleres surgió el entusiasmo por hacer una actividad diferente, pero vinculada con su actual trabajo *“Llevo dos años trabajando en una escuela, y entonces ahí nosotros empezamos a ver y empezamos a hacer con la psicóloga un trabajo de relajación y después como que me entusiasmé para comprar los implementos y ahí estoy empezando... sí, esto muestra que a los niños les hace bien esto...”* La otra viaja al sur y al conocer la experiencia de mujeres mapuches le surgió el entusiasmo por el telar: *“Me entusiasme, me volví loca y luego empecé a estudiar...”*

- **¿Cuenta con apoyo de alguien para llevar a cabo su emprendimiento?**

Dos de los casos se tratan de mujeres jóvenes que se han cansado de sus actuales empleos y han decidido trabajar por cuenta propia, en estos dos casos podríamos

afirmar que si está presente la motivación de logro señalada por McClelland (1961). Una de ellas fue impulsada por su padre quien es un emprendedor: *“Yo partí todo, yo renuncié a mi trabajo, trabajé como 4 años en empresas, con jefe. Mi papá me impulsó...y ahora ya me lancé ya. Me encanta lo que estoy haciendo, me levanto feliz, me acuesto feliz, estoy contenta”*; y la otra apoyada por una amiga quien además es su socia, *“Hace tiempo que quiero tener algo propio la pega es súper estresante, queríamos tener algo propio y hacer lo que nos gusta. No voy a estar toda la vida trabajando en agencia, porque es muy desgastante...”*, curiosamente en ambos casos cuentan con el apoyo de sus respectivos jefes actuales para generar el emprendimiento.

- **¿Siente que corre riesgos al emprender?**

Ninguna de ellas manifiesta deseo o interés de correr riesgos. Solo tres de ellas tendrían que dejar sus actuales trabajos para emprender, para lo cual están generando ahorros y postulando a la consecución de fondos por parte de este organismo estatal; el resto de las mujeres cuenta con el apoyo de sus familias, especialmente sus maridos e hijos.

- **¿De qué logros se sientes orgullosa?**

A las mujeres en general les cuesta aceptar que se pueden sentir orgullosas de sí mismas, al hacerles esta pregunta la mayoría de ellas manifestó sentirse orgullosa de sus familias, especialmente de sus hijos. Aquí vuelve a aparecer fuertemente el contexto cultural, en el que la mujer no siente que pueda tener logros por sí sola, solo ven sus éxitos a través de lo que les trasciende. Al profundizar en esta pregunta, surgen sentimientos de logros como haber sacado un título profesional, tener buen rendimiento académico o haber trabajado como jefa de local en una renombrada librería.

- **¿Cómo se ve en cinco años más?**

Frente a esta interrogante, las respuestas fueron de diverso tipo,

1. Algunas lo visualizan en términos económicos, pero curiosamente no en términos financieros, sino en cantidad de trabajo o aumento de número de clientes: *“aumentando el número de clientes de uno a cuatro por mes”* o *“teniendo 10 colegios trabajando con nosotros”*;
2. Otras lo ven en términos de espacio físico: *“Trabajando, ampliando mi taller, mi taller es un piso en el yo corto confecciono y vendo, la idea mía es colocar abajo sala de ventas ordenado por tallas y en el segundo piso poner todo lo que es confección.”*;
3. Algunas se imaginan con un nombre en el mercado: *“posicionada”*, *“Extenderse, a otro tipo de productos, poleras, estuches, bicicultura, textil”*, *“Yo me veo entregando pan, con gente trabajando, algunos en bicicleta, o con camionetas, repartiendo pan a hoteles, restaurants. Yo me veo administrando”*
4. En algunas mujeres sigue manifestándose fuertemente la responsabilidad familiar: *“Feliz, dando trabajo, produciendo harto sin descuidar a mis niñas”*, *“Desarrollarme más como mujer en algo...darme la satisfacción de yo emprenderlo y que resulte y a la vez hacer un aporte familiar”*
5. De las 10 mujeres entrevistadas, 9 manifiestan que su visión a futuro es tener un taller con gente trabajando en él, manifiestan el interés por traspasar sus conocimientos a otras personas, dar talleres e incluso una manifestó interés por ir a dar talleres a la cárcel, a mujeres privadas de libertad como medio de rehabilitación y reinserción social, esto se manifiesta en comentarios como: *“tengo a mi pareja que estudia administración, también tengo compañeros que les interesa”*; *“mi tarea es ayudar a otras personas, veo varias mujeres que han aprendido a hacer chocolates”*, *“conozco gente, apoderados del colegio que se interesan. Me gustaría dar trabajo a gente, que puedan trabajar en la casa y voy pagando por piezas, pero si se necesita apoyo”*, *“también quiero generar empleos. A cinco años Yo me veo entregando pan, con gente trabajando, algunos en bicicleta, o con camionetas, repartiendo pan a hoteles, restaurants”* y *“me interesaba instruirme para transmitir eso después a las personas”*

6. Resulta interesante el concepto de género y traspaso de identidad que se ve en algunas mujeres: Una de ellas manifestó que en su emprendimiento se seguía una tradición familiar, y que la en la fabricación de su producto utiliza una receta que es exclusiva de la familia y que ha sido traspasada de generación en generación por vía oral; otra de las entrevistadas manifestó haber aprendido su oficio de mujeres mapuches en un viaje que hizo a la novena región, en ambos casos se nota una fuerte tendencia de género, de rescatar el saber ancestral de las mujeres, ya sea de la propia tierra o de la propia familia.

- **¿En qué invertirían el financiamiento si se lo ganan?**

Para ellas es muy importante formalizarse, obtener permisos, cumplir con los requisitos de los organismos gubernamentales pertinentes, certificaciones, regularización de su situación tributaria. Esta inquietud se ve reflejada en comentarios como *“Necesito formalizarme, el dinero que yo tengo no me alcanza”*, *“Surgió la idea, lo empecé a hacer y se me vinieron ideas a la cabeza, para formalizar, la certificación.”* O *“Ahora la gente me está pidiendo pan, pero lo estoy postergando porque quiero hacerlo en forma responsable, porque es alimento.”*

Conclusiones

En síntesis se podría decir que éste grupo de mujeres emprendedoras chilenas no cumple en un 100% con el perfil esperado según la teoría, aun cuando fue posible observar que:

1. Les interesa tanto generar autoempleo, como generar empleos para otros;
2. No presentan alta motivación al logro, ya que no se autoexigen éxito personal;
3. Están movidas por valores colectivistas, ya que buscan por un lado dar trabajo a otros/as y por otra parte, traspasar lo aprendido a otros, en especial a otras mujeres;

4. Ven en el emprendimiento la posibilidad de aumentar sus ingresos, pero sin descuidar la familia, buscando cumplir eficientemente con su doble jornada;
5. Presentan una fuerte necesidad de afiliación, ya que no emprenden solas o si lo hacen siempre buscan la aprobación de sus familiares más cercanos;
6. Son reticentes a correr riesgos, solo se arriesgan cuando saben que no expondrán a sus familias a carencias;
7. Buscan en el emprendimiento desarrollo personal, autoafirmación y una recuperación de la noción de género.
8. Son altamente respetuosas de las normas, les preocupa cumplir con ellas, certificarse, que su trabajo sea aprobado por los organismos técnicos pertinentes.

Tras adentrarse un poco más en las experiencias de las mujeres emprendedoras, surgen muchas inquietudes, desde la comprensión del concepto mismo de “emprender” o “emprendedor” que sería necesario profundizar, como el ahondar en las razones socioculturales que motivan el emprendimiento: se trata de necesidad económica, motivación intrínseca, imposibilidad de dejar trabajar fuera por el cuidado de la familia.

El siguiente paso será investigar diferencias entre emprendimientos exitosos versus emprendimientos que aunque parecían en un inicio buenas ideas de negocios no lo fueron tanto. Para evaluar cuales factores inciden en el éxito del emprendimiento.

Y como objetivo de esta investigación sería muy interesante elaborar un programa de desarrollo de competencias para el emprendimiento, con la finalidad de desarrollar dichas competencias en nuestros estudiantes.

Referencias Bibliográficas

1. Jan de Kok; Claudia Deijl; Christi Veldhuis-Van-Essen 'Is Small Still Beautiful?' Literature Review of Recent Empirical Evidence on the Contribution of SMEs to Employment Creation, 16 de abril de 2013 Fuente: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---

- [ifp_seed/documents/publication/wcms_216909.pdf](#) revisado el 28 de septiembre de 2013
2. Pereira, Fernando “Análisis Bibliométrico del Campo del Espíritu Emprendedor Latinoamericano a partir de Los Congresos Latinoamericanos de Espíritu Empresarial del CDEE-ICESI” 2004 Fuente: <http://www.icesi.edu.co/ciela/anteriores/Papers/edem/2.pdf> revisado el 18 de septiembre de 2013
 3. Ministerio de Economía, División Estudios “Microempresas y PYMEs lideran la creación de empleo en el último año”. Fuente: <http://www.propymechile.com/noticias/1451-microempresas-y-pymes.html> revisado el 24 de septiembre de 2013
 4. Pulgarín, Sergio, Cardona Marleny “caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario” Revista Escuela de Administración y Negocios, (Colombia) No 71 julio-diciembre 2007 págs. 22-39
 5. Moriano, Juan; Trejo, Enrique; Palací, Francisco “El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores” Revista de Psicología Social y de las Organizaciones Vol 16; 2001 Págs. 229-242
 6. Pereira, Fernando “La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista” Cuadernos de Administración, Bogotá (Colombia), 20 (34): 11-37, julio-diciembre de 2007

Bibliografía revisada

1. Lezcano, Fernando; Abella, Víctor; Casado, Raquel “Implicaciones de la teoría de valores humanos de Schwartz en la actividad educativa con adolescentes” Revista Iberoamericana de Educación Vol 60/1; 2004; págs. 1-10
2. Moriano, Juan “El perfil psicosocial del emprendedor” Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales Vol. 71; 2005 Madrid; Págs. 243-245
3. Ministerio de Economía, División Estudios “El Perfil Socioeconómico de los Emprendedores en Chile”. Fuente <http://www.economia.gob.cl/2012/12/07/boletin-emprendimiento-casen.htm> revisado el 27 de septiembre de 2013
4. Ministerio de Economía, División Estudios “El Mapa del Emprendimiento en Chile.”. Fuente http://sgc.sercotec.cl/ksemilla/Boletin_EME_geografia.pdf revisado el 1 de Octubre de 2013