

Factores de Emprendimiento: Análisis de empresarios exitosos en la Región de Coquimbo

Erico Wulf Betancourt*

*Profesor Asociado Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, Universidad de La Serena.
Master en Economía, Universidad de Nueva York. Profesor de Post grado y consultor de
empresas. ewulf@userena.cl

Resumen: En la medida de que los mercados globales representan nuevas oportunidades, disponibles para aquellos con las destrezas necesarias, para tomar total ventaja, el emprendimiento esta en el núcleo de los negocios globales.

Este artículo se relaciona con el tema de las tendencias de emprendimiento como una fuente de éxito de los empresarios. Basado en una muestra pequeña de empresarios exitosos, en la ciudad de La Serena, Chile, encontramos (como en otros estudios), lo relevante que son las variables personales tales como iniciativa, conductas de riesgo y auto motivación como fuentes de emprendimiento. Variables de entorno, tales como redes, planificación y auto confianza quedan en segundo lugar de importancia. Por lo tanto, ello implica que el diseño de políticas de apoyo a pequeños negocios, son más eficientes, cuando consideran tales características. La confiabilidad del modelo la sustenta el valor del Test de Cronbach (0,739). Otros test complementarios son considerados (KMO y Barlett), los cuales están en los rangos esperados.

Palabras Claves: Emprendimiento, empresarios exitosos, factores de éxito.

Abstract: To the extent that global markets represents new opportunities available for those with the necessary skills which to take full advantage of, entrepreneurship is at the core of global business.

This paper deals with the issue of entrepreneurship trends, as a source of success for business man. Based on a small sample of local successful business man in the City of La Serena, Chile, we have found (alike to others research) how relevant are variables such as initiative, risk behavior and self motivation as a source of entrepreneurs. Environmental variables such as networks, planning, self reliance, are in second place of relevance. It follows that, the set of productive policies aimed to support small business, are more efficient when they are matched by those personal entrepreneurial characteristics. The reliability of the model and its results, are measured by the Cronbach test which is 0,739. Another complementary test are used (KMO and Barlett) to verify the reliability of the results, all of them within the expected range.

Keywords: Successful businessman, entrepreneurship, success variables for entrepreneurs.

Introducción

La consolidación del tejido empresarial y la generación de puestos de trabajo en la economía global en los últimos años, se concentra principalmente en las nuevas pequeñas empresas¹. Las razones de esta tendencia, se encuentran en los bajos costos de entrada a un negocio. En Canadá y Australia se necesitan 2 a 3 días y (U\$\$45) para iniciar un negocio. Comparando los países latinoamericanos con estas economías o las economías asiáticas, la realidad es muy distinta, pues las barreras a la entrada y costos de transacción para el emprendimiento de nuevos negocios son mayores (BID 2000). Según un estudio de Cámara de Comercio de Santiago (2006), los costos de entrada promedio a un negocio para un emprendedor en Chile, bordean los U\$\$1.365, además de 130 días de trámites antes de estar en condiciones de iniciar el negocio. Como contrapartida, la tasa de sobrevivencia de estos negocios en el período 1990 – 1997, fue de un 70%, y en el período de la crisis asiática, las pequeñas empresas se recuperaron mas rápidamente que las empresas de mayor volumen². Es decir, no obstante las barreras a la entrada, una vez en la ejecución de los negocios, los emprendedores muestran una combinación de atributos, decisivos en su capacidad de gestión de situaciones adversas. La explicación a estos resultados es diversa, pero un rol importante lo tienen la flexibilidad, capacidad de innovación y nivel de diversificación de riesgos característicos de las pequeñas empresas, lo que les permite una alta capacidad de sobrevivencia y adaptación. Pero estas capacidades dependen no sólo de las competencias de unidad de negocio en su conjunto, sino que también de las capacidades individuales y atributos de sus recursos humanos, en particular de sus líderes y directivos. Este trabajo tiene por propósito, investigar cuales son estos atributos, en empresarios exitosos en una economía local y determinar aquellos que son más relevantes para explicar dichas conductas empresariales exitosas. A diferencia de otros trabajos, Villar (1999), Fecci y Wenzel (1999), que son de naturaleza descriptiva, esta investigación analiza con mayor rigor estadístico, los factores determinantes de tendencias de emprendimiento. Respecto de los factores de éxito, se analizan los atributos de conducta (Flores, 1999), antes que ciertas características (edad, experiencia, educación) del emprendedor, como ha sido el énfasis de otros trabajos (Benavente, 2004). Esta investigación, se desarrolla en tres secciones. La sección 1, revisa la literatura en relación al tema y estudios empíricos pertinentes. En esta sección, se busca clarificar las variables que se presentan con mayor frecuencia para explicar conductas emprendedoras, y las técnicas utilizadas para su medición. La sección 2, se refiere a los resultados, aspectos metodológicos y análisis estadístico, utilizado para

1. Estas últimas han estado en procesos de racionalización, según los evidencian las exigencias de los mercados globales, especialmente en cuanto a mantener niveles de competitividad.

2. Los resultados de un estudio realizado por la Corporación Internacional Global Entrepreneurship Monitor (2002), Chile es el tercer país emprendedor de la muestra con 1,2 millones de emprendedores, es decir 1 de cada 6 chilenos está participando como socio o gestor de actividades emprendedoras.

validar las hipótesis de trabajo de que las variables elegidas, efectivamente explican tendencias y capacidades emprendedoras. La sección 3, resume la investigación y presenta algunas conclusiones.

Sección 1: Revisión de la literatura

Investigaciones recientes (Benavente, 2002), identifican como factores de éxito, en la actividad empresarial de mediana y pequeña escala, la importancia de la edad, la educación superior y la experiencia.

Por otra parte, la disponibilidad de talentos empresariales, también influyen y son determinantes del crecimiento económico. Enfrentar riesgos (Knight, 1921), aplicar la innovación (Schumpeter, 1951), resolver ineficiencias (Leibenstein, 1978, 1979) o aprovechar la disponibilidad de información, (Kirzner 1979), representan capacidades que influyen la calidad del tejido empresarial y su impacto en el crecimiento económico (O'Kean, 2000). También hay que considerar que los nuevos paradigmas de gestión basados en el conocimiento, la creatividad, y las redes de trabajo, han modificado las conductas de emprendimiento empresariales. Cometer errores inteligentes, aceptar los fracasos como resultados, pensar en gran escala, pero actuar según los medios disponibles, son considerados atributos de emprendizaje (Vigorena, 1998). Sin embargo, nuestro tema de interés en esta investigación, no es analizar el rol de la empresa en el crecimiento económico o una visión sistémica de los determinantes del emprendimiento, sino que intentar evaluar las variables que explican experiencias empresariales exitosas, desde la perspectiva del emprendimiento. Para estos fines, entenderemos por Emprendedor quien tiene: «La actitud para crear una actividad económica, combinando los riesgos, la creatividad, y la innovación con una gestión competente³». El análisis del emprendimiento se ha centrado en dos enfoques:

a. El enfoque funcional. Este enfoque también conocido como economicista, enfatiza el conjunto de atributos propios de la actividad empresarial, tales como la capacidad de asumir riesgos; la innovación, necesarios para iniciar un negocio y enfrentar a los requerimientos de las empresas de ser más eficientes para generar mayores beneficios (Fecci y Wenzel, 1999; Young, 1983).

b. El enfoque de los atributos personales, o enfoque de la psicología conductista. En este enfoque, destacan los atributos personales que se entienden relevantes para comprender el emprendimiento. En esta línea un importante aporte, es el trabajo de McClelland (1968, 1976), que destaca el rol de los modelos de imitación, así como la identificación de tres tipos de motivaciones: Motivación por logros y autonomía, motivación por el poder y necesidad de afiliación, que influyen en la

3. El concepto como tal tiene una evolución bastante amplia desde la edad media en la que se enfatizaba la importancia de la producción, hasta la década del ochenta (Hisrich, 1985), en la que se enfatiza el valor. Es decir, el concepto ha evolucionado en función del entorno relevante para la actividad empresarial (Lastra, 2003).

predisposición a asumir riesgos calculados⁴. No obstante, la necesidad de afiliación se le considera menos relevante, en las conductas emprendedoras (Mc Clelland, 1962; Watkins, 1976). La motivación por el poder en cambio, tiene mayor importancia, especialmente en cuanto a guiar las decisiones y actividades de grupos.

La teoría de los atributos (Henderson y Robertson, 1999), intenta clarificar características comunes entre emprendedores, que han sido identificadas en estudios previos (citados por Villar, 1999) tales como: asumir riesgos (Mc Clelland, 1971); (Schermerhorn, 1984); logro de metas y solución de problemas (Mc Connell, 1971); asumir responsabilidades (Deeks, 1972); dedicación (Hollingsworths y Hand, 1976); confianza (Levitt y Albertine, 1983); intuición (Lessem, 1983); tomar decisiones (Scanlan, 1984); creatividad (Hull, 1986; Flores, 2005); innovación (Schumpeter, 1912, 1951), (Drucker, 1986; Pinchot 1989); capacidad de ejecutar ideas (Dehter, 1999); liderazgo proactivo (Porter, 2001); Benavente (2002); creatividad e innovación (Castillo, 2005). La teoría de Henderson y Robertson, identifica cuatro atributos esenciales del emprendimiento, a saber: la necesidad de logro, la autoconfianza, la propensión a asumir riesgos y la necesidad de una mayor autonomía.

Un estudio realizado por la Agencia de Desarrollo Internacional (EE.UU.), durante cinco años para tres continentes distintos determinó 70 patrones de conducta que se repetían en distintas personas con éxitos de emprendimiento en dichos países. Estos patrones de conducta se agruparon en 10 categorías de conductas emprendedoras agrupadas en tres grupos, a saber: *la búsqueda de logro o de éxito* (búsqueda de oportunidades e iniciativa, persistencia, cumplimiento, calidad y eficiencia, riesgos moderados); *la proyección en el tiempo con planificación* (establecimiento de metas, planificación sistemática y control, búsqueda de información) y *el poder personal asociado a la capacidad de internalizar, valorar y activar los recursos disponibles* (persuasión y redes de apoyo, autoconfianza e independencia).

No obstante la presencia de distintas variables conductuales de emprendimiento, hay que tener en cuenta, que estas también son influenciadas por factores exógenos, tales como el nivel de educación, lugar geográfico o factores institucionales. En consecuencia, la construcción de una teoría del emprendimiento, es muy útil en cuanto propone la integración de las variables explicativas del desarrollo económico y la cohesión social, desde la perspectiva de gestión emprendedora de negocios, basada en las conductas individuales.

La motivación como factor de emprendimiento, también tiene gran importancia para explicar dichas conductas. Se ha constatado que la autorrealización explica un 90% de las motivaciones de los emprendedores de Taiwan, 88% de América Latina, 82% en Corea y Singapur, y 71% en Japón, superando otros factores como status,

4. Otras investigaciones (Atkinson, 1957), han señalado que para asumir riesgos también influye el tratar de evitar los fracasos. Es decir, dentro de los modelos de motivación, otros factores también influyen en las conductas emprendedoras (Villar, 1999). Sin embargo, también se podría argumentar que implícito en la motivación de logro, está el evitar los fracasos.

independencia, modelos de rol, aumentar ingresos, tradición familiar o enriquecerse⁵.

Es necesario considerar el problema de cómo medir la presencia e importancia de tales variables, de manera de identificar con mayor precisión las variables explicativas reales del emprendimiento. Existen distintas técnicas, que han sido utilizadas por los investigadores en el proceso de construir la teoría del emprendimiento, cada una con sus características propias y orientadas a aquellos factores de mayor atención para el investigador (Tabla N°1). Esto se refleja en el objeto de medición, así como en el formato. Algunas de estas técnicas se orientan a la necesidad de logros (4/15), otras a determinar la presencia de variables específicas (6/15) y las restantes se concentran (3/15) en cierto número de variable predefinidas y una realiza un ranking de los atributos más importantes del emprendimiento.

Sección 2: Metodología, análisis estadístico y resultados

Esta investigación es de tipo descriptiva, ya que su objetivo central ha sido definir un perfil emprendedor de empresarios exitosos regionales. Es empírica, porque se aplica a un sector específico de la economía regional, y transversal porque está referido a un periodo en el tiempo, sin considerar futuro. A diferencia de otros trabajos empíricos (Benavente, 2002), esta investigación se concentra en atributos antes que rasgos (edad, educación) de emprendimiento. Al mismo tiempo, y a diferencia de Villar (1999) y Fecci y Wenzel (1999), se utilizan instrumentos de medición estadísticos, para validar las hipótesis de trabajo. Sin embargo, también se utiliza el mismo instrumento conocido como GET (General Entrepreneurship Test), aunque con un enfoque más analítico que descriptivo, lo cual permite mayor certeza en determinar la relevancia de los factores “tendenciales” de emprendimiento. Este test (GET), fue elaborado por Johnson (1993, 1994), en la Durham University Business School, para detectar entre los participantes de programas de postgrado y empresas, el potencial de emprendimiento en la forma de tendencias considerando cinco factores: necesidad de obtener resultados, necesidad de autonomía, creatividad, necesidad de riesgos moderados y capacidad de empuje.

El instrumento GET, se ha modificado ligeramente en la conceptualización de alguno de sus conceptos matrices, para adaptarlo a la muestra en estudio. La Tabla N° 2, detalla las características del instrumento y la adaptación que se ha hecho para esta investigación. Esta adaptación, ha sido necesaria pues la muestra de la investigación está constituida por empresarios en actividad, para quienes es importante la comunicación clara y efectiva, de la misma forma como lo es considerar la relevancia de su experiencia práctica. Tal es, por ejemplo, la justificación de considerar las redes interpersonales, pues representan una expresión de la habilidad para provechar oportunidades. En relación a la creatividad, se asume complementaria con la

5. Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia internacional. BID, 2004.

TABLA N° 1

Autor	Test	Medición	Formato
Edwards (1959)	15 needs	Ranking	Multiple choice
McClelland (1961) Collins (1964)	Thematic apperception test	Need for achievement. Need for autonomy	Scoring and interpretation.
Kogan and Wallach (1964)	K-W Choice dilema instrument	Need for risk taking	Multiple choice
Rotter (1966)	Internal locus of control	Locus of control	Forced yes/no response
Torrance (1967)	Creative thinking	Creativity ability	Scoring and interpretation
Lynn (1969)	Achievement motivation questionnaire	Need for achievement	Forced yes/no response
Smith (1973)	Measure of achievement	Need for achievement	Forced yes/no response
Mehrabian and Bank (1975)	Measures of achieving tendency	Need for achievement	Likert Scale
Vicars (1980)	General Entrepreneurial Tendency	Specific attributes	Likert scale
King (1985)	Behavioral check 'list	Presence of seven behavioral factors.	Multiple choice
Freely (1986)	Entrepreneurial Style profile	Presence of twelve factors.	Likert scale
Kirton (1987)	Adaptation innovation inventory	Creative style	Likert scale
Center for development business (1987)	Self assessment scale	Presence of Fourteen variables	Likert scale
Villar (1999)	Test GET	Specific atributes	Scoring and interpretation

Fuente: Caird, S. (1989). Report on the development and validation of a measure of General enterprising tendency. England. DUBS. Villar (1999). ¿Es posible medir la capacidad emprendedora? UCN. Chile.

iniciativa, más aun si a una la asociamos con la inspiración (creatividad), y a la otra con su aplicación y ejecución (iniciativa). Los restantes conceptos, no se diferencian mayormente de la propuesta central del GET.

La muestra utilizada (25 empresas), es del tipo no probabilística e intencional

y se centra en el universo empresarial de la Región de Coquimbo, específicamente, en el segmento de empresarios exitosos. El estudio, se concentra principalmente en un tipo particular de empresas (pequeñas), enfatizando la presencia de un empresario emprendedor exitoso⁶. El criterio de selección de empresas, fue preferir aquellas que hayan surgido en la región en estudio. De la misma forma, los criterios para definir empresario exitoso, fueron los volúmenes de negocios y su permanencia -en tal

TABLA N° 2

Necesidad según GET	Cualidades esperadas	Especificación utilizada para este trabajo
Obtener resultados(G1)	Visión futurista, Autosuficiente, orientado a las tareas y resultados, seguro de si mismo.	Auto motivación y confianza en si mismo.
Lograr autonomía (G2)	Individualista, toma decisiones, persistente, resistente a presiones.	Persistente
Creatividad (G3)	Innovador, versátil, intuitivo, acepta el cambio y nuevos desafíos, Tiene muchas ideas.	Iniciativa
Riesgos moderados(G4)	Evaluar beneficios y costos. Fijar metas difíciles pero alcanzables	Propenso al riesgo
Capacidad de empuje/G5)	Aprovechar las oportunidades, no depender de la suerte, capacidad de control de los eventos.	Planificado, redes y buenas relaciones interpersonales

Fuente: Johnson (1993, 1994). Elaboración propia.

condición- en el tiempo, con un periodo no inferior a 8 años. El umbral de emprendedor exitoso, lo define una puntuación de 144 puntos⁷. Un tercio de las preguntas, se concentra en el Grupo 5, (Planificación y Redes), casi 1/5 en el Grupo 3, y otro tanto en el Grupo 1. Estos tres grupos y sus respectivos atributos, concentran un 75% del total de preguntas. La razón de esta distribución de las preguntas, es la premisa que

6. El estudio está basado en un cuestionario de 36 preguntas, para evaluar 7 factores, agrupados en 5 grupos. Las preguntas son cerradas con cinco alternativas (siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca, nunca), con valoración 5, 4, 3, 2, 1 respectivamente, tipo escala de Likert.

7. Esta puntuación se obtiene de considerar 4 puntos por pregunta, como el puntaje óptimo. El puntaje óptimo se obtiene según el total de preguntas por grupo: 8 preguntas (G1), 4 preguntas (G2), 7 preguntas (G3), 5 preguntas (G4) y 12 preguntas (G5).

los factores que la componen definen en cierta medida el “núcleo” del emprendedor⁸.

2.1. Métodos y procedimientos

El análisis estadístico de los datos se realizó mediante métodos descriptivos y gráficos. Los intervalos de datos para cada una de las secciones, así como la validación del instrumento, se determinan utilizando el software Minitab versión 14, a través de la opción definición de intervalos en muestras pequeñas y distribución de probabilidad

CUADRO N °1
PERFIL DE LOS EMPRESARIOS ENTREVISTADOS

Variable	Dato
Edad promedio	54 años
Nacionalidad	
Chilena	82,6%
Educación	
Universitaria	69%
Años en el negocio	8 años

Fuente: Estudio de la cultura emprendedora: Perfil emprendedor de empresarios de éxito de la región de Coquimbo. Universidad de La Serena Ingrid Slomp L. 2005

T-Student. Para la validación global de la metodología se ha utilizado la prueba Anova por medio de la distribución F de Fisher, utilizando el software XLSTAT, versión 7.5.

Para profundizar la investigación se ha realizado un análisis factorial exploratorio, utilizando el software SPSS versión 14.0. Se utilizó el método de análisis factorial, ya que entrega mayor confiabilidad respecto de la relevancia del modelo.

En cuanto a los procedimientos del análisis de la estructura factorial, este se ha realizado mediante el método de factorización de ejes principales (Harman, 1976) y de componentes principales (Harman, 1980), para la extracción del espacio factorial y rotación varimax.

Previamente, se ha utilizado el test de esfericidad de Barlett (Contrasta la hipótesis de que la matriz de correlaciones obtenida, no es una matriz de identidad, es decir que hay intercorrelaciones significativas entre las variables que justifican el análisis factorial), y el índice KMO (Kayser-Meyer-Olhin, que mide el nivel de adecuación de la muestra, conociendo que valores bajos en dicho índice desaconsejan la aplicación de este análisis).

8. Esta premisa puede influir y, eventualmente, sesgar los resultados. No obstante el estudio debe ser consistente con la necesidad de que los negocios tengan permanencia en el tiempo. Asumir riesgos moderados, afecta la tasa de sobrevivencia de estos negocios y, en consecuencia, no es deseable darle tanta incidencia.

La confiabilidad de los resultados y de los instrumentos utilizados, se evaluó recurriendo al estadístico alfa de Cronbach que mide el nivel de confianza de la metodología utilizada.

2.2. Resultados de la investigación

Los atributos más importantes son: Iniciativa (670 puntos), Planificación (651 puntos), Redes (637 puntos). Los menos importantes son: Automotivación (523 puntos), Riesgo (471 puntos), Persistencia (410 puntos) y Autoconfianza (310). La planificación es tan importante como disponer de redes y la automotivación es más importante que asumir riesgos⁹.

El puntaje promedio de las respuestas, fluctúa entre 4 y 4,7 puntos, (“casi siempre”). En consecuencia, los atributos elegidos representan preliminarmente, una buena aproximación de las conductas emprendedoras.

Existe mayor convergencia (Tabla N° 3), respecto de la planificación, en comparación con tener redes, al igual que la motivación en relación al riesgo como variables de emprendimiento. Una conducta emprendedora adecuadamente planificada controla los riesgos, con la motivación como condición previa a la

TABLA N° 3
PERFIL EMPRENDEDOR (I)

Atributo según GET	Especificación utilizada para este trabajo	Puntuación individual promedio respecto del máximo.	Desviación estándar	Varianza
Obtener resultados(G1)	Auto motivación y confianza en si mismo.	Motivación (22,7/25)	1,8	1,7
		Confianza (13,5/15)	1,3	3,2
Lograr autonomía (G2)	Persistente	Persistencia (17,8/20)	1,6	2,5
Creatividad (G3)	Iniciativa	Iniciativa (29,1/35)	2,2	4,8
Riesgos moderados(G4)	Propenso al riesgo	Riesgo (20,4/25)	2,6	7,1
Capacidad de empuje/G5)	Planificado, redes y buenas relaciones interpersonales	Planificado (28,3/30)	1,3	1,7
		Redes (27,6/30)	2,5	6,3

Fuente: Elaboración Propia, en base a resultados estudio de campo.-

9. Esta comparación, es más importante que la puntuación del atributo iniciativa, pues la encuesta incluye más preguntas relacionadas con este atributo que los restantes, lo cual incide en un mayor puntaje.

disponibilidad de redes. En consecuencia, una característica central de las conductas emprendedoras, sería planificar adecuadamente la energía (motivación) disponible para realizar un proyecto. Sin embargo, aun cuando el 95,6% de los encuestados (23), muestra un perfil emprendedor, aún no es posible precisar este perfil, así como el contenido de las tendencias de emprendimiento.

Detectar las tendencias de emprendimiento, implica analizar el comportamiento de cada variable (7), y el rango de puntajes que define efectivamente una conducta con perfil de emprendedor¹⁰.

El perfil emprendedor lo componen las conductas planificadas que ordenan y encauzan la motivación (energía), en la consecución de proyectos de negocios exitosos.

Sin embargo, es necesario avanzar más detalladamente en el análisis de la

TABLA N° 4
PERFIL EMPRENDEDOR (II)

Atributo según GET	Especificación utilizada para este trabajo	Puntuación individual promedio respecto del máximo.	Intervalo de confianza (95%)
Obtener resultados(G1)	Auto motivación y confianza en si mismo.	Motivación (22,7/25) Confianza (13,5/15)	21,9 – 23,5 12,9 – 14,1
Lograr autonomía (G2)	Persistente	Persistencia (17,8/20)	17,1 - 18,5
Creatividad (G3)	Iniciativa	Iniciativa (29,1/35)	28,1 – 30,0
Riesgos moderados(G4)	Propenso al riesgo	Riesgo (20,4/25)	20,0 - 22,1
Capacidad de empuje/G5)	Planificado, redes y buenas relaciones interpersonales	Planificado (28,3/30) Redes (27,6/30)	27,7 – 28,8 26,6 - 28,7

Fuente: Elaboración propia en base a estudio de campo.-

capacidad del modelo, de identificar en los empresarios exitosos, tendencias emprendedoras. Para ello, se evalúa la probabilidad de que cada variable (7) en promedio, obtenga un puntaje mayor o igual al umbral. Los resultados se muestran en la tabla N° 5.

Estos resultados confirman que existe evidencia confiable de que los puntajes promedios obtenidos superan el umbral definido para cada variable y explican tendencias emprendedoras en los empresarios entrevistados. El análisis de la varianza, y el uso de la distribución F, confirma la relevancia del modelo en su conjunto. El valor

10. Se utiliza el software Minitab versión 14.0, mediante la distribución T-Student para muestras pequeñas, con un 95% de confiabilidad en la definición de los intervalos de confianza.

TABLA N° 5
PRUEBA DE HIPÓTESIS Y VALIDACIÓN DE LAS VARIABLES

Atributo según GET	Especificación utilizada para este trabajo	Valor t(0,025) Tabulado	Valor t Observado
Obtener resultados(G1)	Auto motivación y confianza en si mismo.	Motivación (2,074) Confianza (2,074)	(7,3419) (5,7379)
Lograr autonomía (G2)	Persistente	Persistencia (2,074)	(5,5232)
Creatividad (G3)	Iniciativa	Iniciativa (2,074)	(2,4627)
Riesgos moderados(G4)	Propenso al riesgo	Riesgo (2,074)	(2,1796)
Capacidad de empuje/G5)	Planificado, redes y buenas relaciones interpersonales	Planificado (2,074) Redes (2,074)	(15,5301) (7,0544)

Fuente: Elaboración propia.

de R cuadrado (88,85 %,) y el F observado, es mayor que el valor F estadístico. La desviación estándar de las medias es 1,983. En consecuencia, el modelo planteado es útil para evaluar tendencias y capacidades emprendedoras.

2.3. Análisis factorial

Para comprender más precisamente el comportamiento de las variables definidas en el modelo, se ha realizado un análisis factorial de tipo exploratorio. Este análisis, permite observar las variables definidas, de manera de identificar como se relacionan en su comportamiento, para influir las tendencias emprendedoras.

Previamente es necesario revisar la factibilidad de realizar el análisis factorial. El alfa de Cronbach estandarizado es de 0,739, lo cual reafirma la confiabilidad del modelo. Las pruebas de correlación de las variables para determinar la factibilidad del análisis factorial, indican que existe dicha correlación. El valor del determinante es 0,081 (Distinto de Cero), y cada variable se expresa como una combinación lineal de factores no observables directamente.

Los mayores valores de correlación se presentan en el factor iniciativa v/s riesgo (0,568). Esto denota que inherente a cualquier iniciativa, está asociado un nivel de riesgo. También es relevante el nivel de correlación entre auto motivación v/s redes interpersonales (0,517), riesgo v/s redes interpersonales (0,496), y planificación v/s redes interpersonales (0,492). El hecho de que las redes interpersonales estén altamente correlacionadas con tres de las siete variables, indica la importancia del tejido social y de capital humano que rodea al emprendedor, especialmente cuando hay que tomar decisiones y se necesita, además de la motivación, asesoría para evaluar y cubrirse de los riesgos.

Los valores del test KMO (0,553) y test Barlett (47,404), indican que las variables están correlacionadas y no conforman una matriz identidad, requisito fundamental

para el análisis factorial.

La matriz de comunalidades nos permite identificar a la proporción de la variabilidad de una variable, explicada por el conjunto de los tres primeros factores, que muestran una proporción aceptable de la variabilidad total.

Si la variabilidad total de la muestra, está explicada por el conjunto de los siete factores, también estará explicada por cada uno de ellos. La columna comunalidad, muestra la interrelación de cada variable, es decir, la proporción de variabilidad de la variable, que es explicada por el conjunto de los tres primeros factores que conservan

TABLA N° 6
MATRIZ DE COMUNALIDADES

Variables	Inicial	Comunalidad
Redes	1,0	0,799
Iniciativa	1,0	0,701
Riesgo	1,0	0,727
Persistencia	1,0	0,888
Planificación	1,0	0,659
Confianza	1,0	0,779
Motivación	1,0	0,696

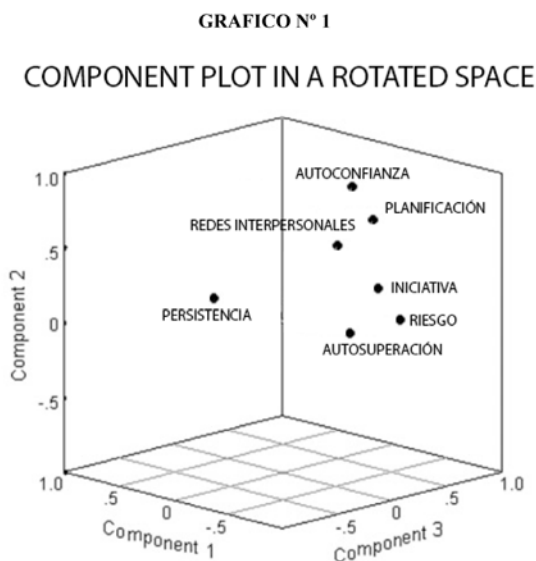
Fuente: Elaboración propia en base a resultados

una proporción aceptable de la variabilidad total (74,95%). A continuación, el análisis factorial permite definir tres subconjuntos:

- a. Subconjunto N° 1: Necesidad de obtener resultados (Riesgo, Iniciativa y Motivación).
- b. Subconjunto N° 2: Empresario y su entorno (Confianza, Planificación y Redes).
- c. Subconjunto N° 3: Afán de logro (Persistencia).

Estos subconjuntos, indican las variables que se encuentran altamente correlacionadas entre sí, lo que refleja el grado de relación existente entre éstas, sin que necesariamente exista una correlación importante entre las variables pertenecientes a subconjuntos distintos. En consecuencia, estos subconjuntos permiten agrupar tres variables que por su nivel de relación, explican tendencias emprendedoras con mayor fuerza que las demás variables consideradas. En primer lugar de importancia, están las variables del subconjunto N° 1, luego el subconjunto N° 2 y finalmente el subconjunto N° 3.

Desde la perspectiva de las variables más representativas de tendencias de emprendimiento, la necesidad de obtener resultados, (el riesgo, la iniciativa y la motivación) surgen como las más relevantes. A continuación, se encuentran aquellas que relacionan el empresario con su entorno, (planificación, redes y confianza). La última variable explicativa de tendencias de emprendimiento es la persistencia. Es decir, el afán de logro por sí mismo, no sería suficiente para explicar tendencias de



emprendimiento, si no está debidamente complementado por otras variables, como aquellas analizadas en esta investigación.

Sección 3. Algunas conclusiones y reflexiones

Los resultados de esta investigación indican que la conducta emprendedora, se explica por variables que se relacionan principalmente con la persona y menos con el entorno.

El riesgo (propensión), la motivación y la iniciativa, pueden ser definidos y delineados, mediante procesos educativos cuyo objetivo sea fortalecer conductas emprendedoras.

Los resultados descritos, concuerdan con modelos exitosos de creación de microempresas, basadas en atributos de conducta que definen tendencias de emprendimiento (Flores, 1999).

Tal como lo han demostrado otros estudios (BID, 2004), el entorno y, por ende, los factores institucionales, también influyen en las tendencias de emprendimiento, en cuanto complementan los atributos personales. Sin embargo, programas públicos de apoyo al emprendimiento, tendrán mayor impacto y éxito en la medida que se cuente con capital humano relevante (emprendedores).

Los sistemas educativos tienen un rol fundamental en la formación de tendencias de emprendimiento. Por ello, parece apropiado que modifiquen su perfil pertinente a un modelo de sociedad basado en la jerarquía, distinto del actual basado en la información.

Es posible construir una teoría del emprendimiento, a partir de los atributos personales, la influencia del entorno y el sistema educativo.

Bibliografía

- BID-Fundes Internacional. *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Hugo Kantias Editor, Washington, EE.UU, 2004.
- Benavente, José Miguel. *Empresario Chileno ¿Self Made Man?* Universidad de Chile, Santiago, 2002.
- Borges, A. *Empresarios y empresas del nuevo Milenio*. Universidad de Santiago de Chile, 1999.
- Castillo, J. *Gestión de innovación, creatividad y desarrollo*. Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad de San Marcos, Lima, Perú, Vol. 8, N° 15, Julio 2005.
- Fecci, E. y Wenzel, A. *Capacidad emprendedora de los contratistas del sector forestal, en un contexto de externalización*. Universidad Austral de Chile, 1999.
- Flores, P. *Créame: Creación de microempresas en comunidades pobres*. Fundación Miguel Kast, Santiago, 1999.
- Husenman, M. *Las motivaciones del emprendedor*. En «Emprender con éxito». Barcelona, Gestión 2000, 1996.
- Lastra, C. *El verdadero desafío: Innovación y desarrollo*. Universidad Católica de Cuyo, Argentina, 2004.
- Muñoz, O. *El papel de los empresarios en el desarrollo: Enfoques, problemas y experiencias*. Cieplan, N° 20, Santiago, Chile, p. 95-120, 1986.
- O'Kean, J. *La teoría económica de la función empresarial: El mercado de empresarios*. Alianza Editorial, Madrid, España, 2000.
- Slomp, I. *Perfil emprendedor de empresarios exitosos en la Región de Coquimbo*. Universidad de La Serena, 2004.
- O'Kean, J. *Empresario y entorno económico*. Editorial Deusto, Bilbao, España, 1991.
- Villar, M. *¿Es posible medir la capacidad emprendedora?* Universidad Católica del Norte, Chile, Marzo, 1999.
- Vigorena, F. *Espíritu emprendedor y los nuevos paradigmas*. Universidad de Santiago de Chile, 1999. Conferencia en el marco del Programa de apoyo a pequeñas y medianas empresas USACH.