



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

# ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO EN COMUNAS RURALES DE LA REGIÓN METROPOLITANA

Tesis para optar al título de Sociólogo

**ANTONIO MANUEL ORTIZ SEGUEL**

**PROFESOR GUIA: OCTAVIO AVENDAÑO**

**SANTIAGO – CHILE  
2009**

## **DEDICATORIA**

A mi madre

## **AGRADECIMIENTOS**

A Andrea Herrera, Ximena Seguel, Gilberto Ortiz, por su apoyo constante. A mis hermanos, Miguel, Gabriel, Juan Pablo, Francisco y Manuel. A mi madrina, Rossana Mancini, a Verónica Rebolledo y la red de amigos.

A mis amigos, Alejandra, Diego, Elena, Valentina, Debora y Miguel.

A Octavio Avendaño y Rodrigo Figueroa por su apoyo, consejos y guía.

A Juan Pablo, Leticia, Pedro, Héctor Bravo, Marta y a la Gerencia.

## CONTENIDO

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
RESUMEN.....	8
I. Presentación.....	9
2.1 Pregunta de Investigación.....	10
2.2 Objetivo.....	13
2.3 Estructura del documento .....	13
II. Marco Metodológico.....	14
2.1 Metodología .....	14
2.2 Diseño .....	15
2.3 Selección de casos .....	16
2.5 Recolección de información .....	18
2.6 Validez y confiabilidad.....	19
III. Teorías y perspectivas acerca del mundo rural y el emprendimiento .....	21
3.1 Conceptualizaciones acerca del mundo rural y su evolución sociocultural.....	22
i) Enfoques sobre la economía campesina .....	22
ii) Modernización del Agro en Chile.....	26
iii) El enfoque de la Nueva Ruralidad.....	28
iv) Rasgos socioculturales del mundo rural chileno.....	30
3.2 El problema de la definición del emprendimiento.....	34
i) Las escuelas tradicionales del emprendimiento.....	37
ii) La perspectiva psicológica: la motivación de logro .....	39
iii) Los desarrollos recientes de la economía acerca del emprendimiento.....	40
iv) El enfoque de las consecuencias del emprendimiento .....	41
3.3 Modelo conceptual para caracterizar el emprendimiento rural .....	46
i) Dimensión Sociocultural .....	47
ii) Dimensión Económica .....	53
iii) Dimensión Institucional .....	53
iv) Dimensión Individual .....	55
v) Vida económica del emprendedor rural.....	57
vi) Características del emprendimiento .....	58

IV. Estudio de casos.....	61
4.1 Presentación general de los emprendimientos.....	62
i) Ester Hernández – Lácteos Santa Ester.....	62
ii) Giovanna Alvarado – Caracoles Huechún.....	63
iii) Juan Gómez – Lácteos Don Camilo.....	64
iv) Margarita Allende – Sabores del Prado Verde.....	65
v) María Leyton – Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer.....	66
vi) Mercedes Gómez – Azahares del Huerto.....	67
vii) William Pavez – Codornices Quillahua.....	67
4.2 Caracterización del territorio y la economía local.....	68
i) Caracterización geográfica territorial.....	68
ii) Variedad de la demanda, mercados disponibles y comercialización.....	76
4.3 Características personales y familiares.....	79
i) Oportunidades individuales.....	79
ii) Recursos externos.....	80
iii) Características individuales.....	81
4.4 Organización del trabajo y la familia.....	83
i) Estructura y roles familiares.....	83
ii) Organización del trabajo.....	86
4.5 Comunidad y Cultura.....	92
i) Inserción en la Comunidad.....	92
ii) Cultura y Valores.....	94
iii) Valoración del emprendimiento y exposición al emprendimiento.....	97
iv) Preferencia por el autoempleo y valoración de la independencia y autonomía en el trabajo.....	99
v) Cultura Económica.....	101
4.6 Tipo de emprendimiento y el sentido de la acción económica.....	103
i) Principios básicos de la economía (reciprocidad, redistribución, hogar e intercambio).....	104
4.7 Inicio del emprendimiento.....	108
iv) Impulso inicial.....	108
v) La motivación.....	111
vi) Deserción.....	114
4.8 Desarrollo del emprendimiento.....	115
i) Temporalidad Agrícola.....	115

ii)	Redes institucionales de Apoyo .....	116
iii)	Redes institucionales reguladoras.....	118
iv)	Infraestructura, Maquinaria y Tecnología .....	119
v)	Proveedores y asociados .....	121
4.9	Dificultades y problemas .....	123
4.10	Logros y proyecciones .....	127
V.	Conclusiones .....	130
5.1	Los ajustes al modelo propuesto.....	130
5.2	El rol del marco institucional.....	134
5.3	Las claves del emprendimiento rural, la dimensión subjetiva .....	135
5.4	Aportes a la intervención del gobierno para la promoción y apoyo del emprendimiento rural .....	137
VI.	Anexos.....	139
Anexo 1:	El concepto de incrustación (embeddedness) social de la economía .....	139
Anexo 2:	Otras concepciones teóricas acerca del emprendimiento .....	147
Teoría del crecimiento endógeno .....	147	
Historia económica – La importancia de los marcos institucionales .....	147	
Economía Industrial - Competitividad .....	147	
Economía Evolutiva – Selección competitiva .....	148	
Crecimiento por recombinación – El Innovador .....	148	
Anexo 3:	Perfil de empresas de Expomundorural 2005 y 2006 .....	149
Bibliografía.....		151

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 MODELO DE WENNEKERS Y THURIK .....	42
ILUSTRACIÓN 2 MODELO GEM.....	44
ILUSTRACIÓN 3 ESQUEMA DEL MODELO CONCEPTUAL DEL EMPRENDIMIENTO RURAL .....	47
ILUSTRACIÓN 4 SÍNTESIS DEL MODELO CONCEPTUAL Y SUS FACTORES EXPLICATIVOS.....	60
ILUSTRACIÓN 5 MAPA DEL RELIEVE DE LA COMUNA DE TIL TIL .....	69
ILUSTRACIÓN 6 MAPA DEL RELIEVE DE LA COMUNA DE MELIPILLA .....	70
ILUSTRACIÓN 7 MAPA DEL RELIEVE DE LA COMUNA DE MARIA PINTO .....	71
ILUSTRACIÓN 8 MAPA DEL RELIEVE DE LA COMUNA DE SAN PEDRO .....	72
ILUSTRACIÓN 9 MAPA DEL RELIEVE DE LA COMUNA DE ISLA DE MAIPO.....	73
ILUSTRACIÓN 10 MAPA REGIÓN METROPOLITANA CON LA UBICACIÓN DE TODOS LOS ENTREVISTADOS .....	73

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 CASOS QUE CUMPLEN CON LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN .....	17
TABLA 2 CLASIFICACIÓN DE EMPRENDEDORES .....	41
TABLA 3 N° DE EMPRESAS POR PROVINCIA Y COMUNA .....	75
TABLA 4 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	76
TABLA 5 MERCADOS DE VENTAS.....	77
TABLA 6 CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDEDORES DE LOS ENTREVISTADOS .....	81
TABLA 7 ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO .....	89
TABLA 8 PARTICIPACIÓN EN ORGANIZACIONES DE LA COMUNIDAD .....	93
TABLA 9 INICIO DEL EMPRENDIMIENTO .....	111
TABLA 10 INSTITUCIONES DE LAS QUE HAN RECIBIDO APOYO LOS ENTREVISTADOS .....	116
TABLA 12 NÚMERO DE EMPRESAS POR REGIÓN EMPRESAS EXPOMUNDORURAL 2005 Y 2006 .....	149
TABLA 13 TIPO DE EMPRESAS EXPOMUNDORURAL 2005 .....	149
TABLA 14 FORMA JURÍDICA EMPRESAS EXPOMUNDORURAL 2005 Y 2006.....	149
TABLA 15 INICIO DE LA EMPRESA EXPOMUNDORURAL 2005 Y 2006 .....	149
TABLA 16 NÚMERO DE SOCIOS EMPRESAS EXPOMUNDORURAL 2005.....	150
TABLA 17 RUBRO DE EMPRESAS EXPOMUNDORURAL 2005 Y 2006 (%) .....	150

## RESUMEN

Esta tesis intenta responder a la necesidad de contar con herramientas conceptuales que nos permitan comprender adecuadamente el fenómeno del emprendimiento rural. Es decir, observarlo como un fenómeno no sólo económico, sino principalmente sociocultural, inserto en un territorio determinado y que reviste características especiales que lo alejan de las conceptualizaciones tradicionales del emprendimiento.

La relevancia de contar con dichas herramientas conceptuales radica en la posibilidad de desarrollar políticas públicas de fomento al emprendimiento rural en un contexto en que el mundo rural ha pasado por profundas transformaciones. Éstas afectan no solo sobre los ámbitos económicos y productivos, sino también sobre las dinámicas sociales y culturales que ocurren en los territorios rurales y la redefinición de sus relaciones con la urbe.

Para ello se elaboró un modelo conceptual a partir de una revisión de otras teorías acerca del emprendimiento, el mundo rural, y la vida económica. Este modelo consiste en un conjunto de dimensiones, sociocultural, económica, institucional, de la vida económica de los emprendedores, individual y de las características del emprendimiento, cada una contiene un conjunto de factores explicativos que permiten analizar diversos aspectos del emprendimiento rural.

Este modelo fue aplicado en un estudio de casos realizado a 7 emprendedores rurales de la región metropolitana, con lo cual se realizó un análisis de sus estrategias de emprendimiento y las características de éste. Como resultado de esto se detectaron algunos aspectos del modelo conceptual que requerían un ajuste, así como también algunas orientaciones para su modificación. También se pudo establecer la influencia que tiene el marco institucional a través de sus agentes y programas sobre el inicio y desarrollo de los emprendimientos. Por último se establecieron los principales



mecanismos subjetivos que actúan como motivadores y que están involucrados en la valoración del emprendimiento por parte de los emprendedores.

## **I. PRESENTACIÓN**

Esta tesis pretende caracterizar las estrategias de emprendimiento rural como una práctica productiva y social de la vida económica de los productores rurales. A lo largo de ella se intenta responder a la necesidad de contar con una caracterización y herramientas conceptuales que permitan caracterizar y comprender el fenómeno del emprendimiento rural, como un fenómeno no sólo económico, sino principalmente sociocultural, inserto en un territorio determinado y que reviste características especiales, que lo alejan de las conceptualizaciones tradicionales del emprendimiento como un fenómeno regido por las normas del libre mercado y la lógica de maximización de utilidades y lucro, características de la acción económica según la teoría neoclásica.

La relevancia de contar con dichas herramientas conceptuales radica en la posibilidad de desarrollar políticas públicas de fomento al emprendimiento en el mundo rural en un contexto en que éste ha cambiado notablemente a partir del proceso de reforma agraria. Estas transformaciones han ido asociadas a nuevas estrategias de subsistencia y desarrollo económico que han modificado las formas tradicionales de sociabilidad y comunidad, así como también han impactado sobre la vida económica de los campesinos.

En este contexto el emprendimiento como lógica de integración a los mercados se ha planteado como un camino interesante para mejorar las condiciones económicas de las familias del mundo rural (INDAP 2006). Lo que interesa estudiar entonces, es cómo podemos caracterizar el emprendimiento, de manera de entregar un marco de análisis adecuado para el diseño de intervenciones y programas de fomento al emprendimiento rural.

Para ello se discuten una serie de teorías, definiciones y modelos acerca del emprendimiento y se propone un modelo que permite caracterizar el fenómeno del emprendimiento rural abarcando sus diversos aspectos, económicos, sociales, culturales, individuales e institucionales. Se pondrá un especial énfasis en el rol de las instituciones encargadas de fomentar el emprendimiento rural, en particular el Instituto de Desarrollo Agropecuario, dado que el fin último de esta tesis es aportar información relevante para mejorar los programas de intervención que apuntan al fomento y apoyo del emprendimiento rural.

Con relación a la reflexión sociológica desde donde se pretende realizar esta investigación, se incorporan dos perspectivas de estudio: la sociología rural y la sociología económica. De la primera, se toman las conceptualizaciones generales desde las que se ha estudiado el mundo rural en América Latina, con especial énfasis en el enfoque de la Nueva Ruralidad, que recoge el impacto de las recientes transformaciones de lo rural a partir de la expansión de la economía de Mercado. De la sociología económica se rescatan las perspectivas acerca de los fundamentos socioculturales que estarían presentes en los procesos de producción e intercambio, recogiendo el debate sobre la incrustación social de la economía planteado por Polanyi (1989), del funcionamiento del sistema económico de mercado y del papel de las instituciones y del Estado.

## **2.1 Pregunta de Investigación**

Actualmente existen muchas definiciones y formas de abordar y comprender el emprendimiento. Estos enfoques responden a la diversidad de disciplinas que han abordado el tema, desde la economía y las escuelas de *management* hasta la psicología. Así mismo el tema se ha desarrollado desde la primera mitad del siglo XX con autores como Schumpeter y sigue en desarrollo actualmente, lo cual ha dado lugar a una gran variedad de teorías al respecto.

Esta diversidad ha permitido responder a las distintas interrogantes que se han planteado respecto al emprendimiento. Sin embargo, también ha generado gran

cantidad de interpretaciones cada vez más especializadas, lo cual también ha llevado a abordar el fenómeno desde las perspectivas específicas de cada disciplina. A partir de ello se han relegado a un segundo plano las diversas dimensiones de un fenómeno complejo y que no es posible explicar atendiendo sólo a los factores propios de cada disciplina.

Estas visiones específicas desintegran el fenómeno en sus diversos factores explicativos y no permiten la visión de conjunto y la integración de los diversos factores que están operando en el fenómeno. Por ello desde diversos ámbitos se ha intentado generar modelos que permitan integrar los diversos factores del fenómeno y sus niveles de análisis (macro, meso y micro), como los propuestos por Carree y Thurik (2002) o por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2008), los cuales integran en un solo modelo de análisis variables institucionales, económicas e individuales para dar cuenta de cómo el emprendimiento afecta sobre el crecimiento económico. Sin embargo una característica que comparten estos enfoques con los anteriores es que en general se refieren al emprendimiento en un entorno urbano, de capitalismo industrializado. Lo anterior asume una serie de elementos económicos y socioculturales, como las escalas de valores, la lógica de mercados, el intercambio competitivo, maximización de beneficios, el lucro individual como motivación principal, etc, es decir, operan sobre un contexto de sociedad moderna de capitalismo industrial.

Por otro lado el mundo rural ha pasado por un profundo proceso de transformación económica, social y cultural que ha ido asociado a la penetración de la lógica de mercados y el capitalismo industrial moderno en el campo. Este proceso ha afectado la vida económica de los campesinos y ha incorporado elementos del capitalismo industrial en el territorio rural. En este contexto el emprendimiento también ha tenido su espacio de desarrollo, aunque con características que lo distinguen de como se lo ha conceptualizado hasta ahora y que se relacionan principalmente con la base sociocultural en la cual se inserta como actividad productiva en el mundo rural. Sin embargo hoy no contamos con estudios y conceptualizaciones que permitan comprender el emprendimiento en el mundo rural reconociéndolo como un fenómeno complejo y multidimensional. Esto afecta la posibilidad de generar acciones de fomento y apoyo del emprendimiento del mundo rural.

Las políticas públicas, en particular las políticas de fomento al desarrollo productivo del mundo rural encabezadas por el Instituto de Desarrollo Agropecuario, se han orientado en gran medida a promover el emprendimiento como una forma de desarrollo productivo en el sector agropecuario. Sin embargo, las acciones de promoción se realizan sin una comprensión integral del emprendimiento como un fenómeno del mundo rural chileno en proceso de cambio y transformación. La institución cuenta con alguna experiencia de cómo el intento de promover ciertas prácticas económicas dentro del mundo rural pueden fracasar si no se toman en cuenta elementos que van más allá de los aspectos “técnicos y productivos” como las prácticas de producción limpia, aumento de rendimientos por hectárea, etc.

A fines de los 90, la institución intentó promover la asociatividad entre los campesinos como una alternativa que les permitiría negociar en mejores condiciones con la agroindustria y los mercados. Sin embargo la promoción de la asociatividad se realizó sin comprender completamente el estado de las relaciones sociales y productivas en el mundo rural de esos años. Se basó en paradigmas antiguos que conceptualizaban al campesino como una persona confiada y propensa a la asociatividad, ignorando cómo los procesos de modernización del agro habían modificado profundamente esa base sociocultural. También se han dado fracasos similares en el trabajo con comunidades indígenas, a las cuales se ha intentado apoyar e insertar en las lógicas de producción e intercambio capitalistas sin atender a factores culturales propios de su origen étnico.

Entonces tenemos por un lado un desarrollo amplio y diverso de conceptualizaciones del emprendimiento, pero que responden a una lógica específica de las diversas disciplinas en las que surgen, y por otro lado el intento de la institucionalidad pública de promover el emprendimiento en el mundo rural, utilizando herramientas conceptuales que no necesariamente responden a la complejidad del fenómeno y su realización en un medio sociocultural que se encuentra inmersa en un profundo cambio.

De esta forma, la pregunta de investigación que orienta este estudio es *¿Cómo podemos caracterizar el fenómeno del emprendimiento en el mundo rural para contar*

*con un marco analítico adecuado para el diseño e implementación de políticas públicas enfocadas a este sector?*

## **2.2 Objetivo**

Caracterizar las estrategias de emprendimiento en el mundo rural para contar con un marco analítico que permita mejorar los programas de intervención que apuntan a fomentar y apoyar el emprendimiento rural.

Para responder a la pregunta de investigación y lograr el objetivo se elaborará un marco conceptual en el cuál se intenta integrar los principales factores explicativos de las dimensiones del fenómeno y ajustarlos al mundo rural para caracterizar y analizar el fenómeno en su expresión concreta en el nivel local. Este marco es aplicado en un estudio de casos de emprendedores de diversas comunas rurales de la región metropolitana, con lo cual se caracterizan las diversas estrategias de emprendimiento.

## **2.3 Estructura del documento**

En la sección II se presenta el marco metodológico utilizado para esta tesis, detallando el tipo de metodología, los criterios usados y las decisiones metodológicas que le dieron forma. En la siguiente sección se presentan tres capítulos, una revisión de la evolución de los aspectos socioculturales y económicos del mundo rural latinoamericano y chileno, desde las conceptualizaciones clásicas (Heynig, 1982), hasta las conceptualizaciones más recientes que plantean la existencia de una Nueva Ruralidad (Gómez, 2004), complementado con algunos de los principales hallazgos de estudios recientes (PNUD 2008). El siguiente capítulo presenta el estado del arte acerca de las teorías del emprendimiento, desde la conceptualización del emprendedor como un innovador (Schumpeter 1934), a las más recientes elaboradas por Verheul, Wennekers, Audretsch y Thurik (2003), que consideran el emprendimiento como un fenómeno multidimensional. El tercer capítulo desarrolla una propuesta de modelo conceptual para comprender el emprendimiento rural, tomando como antecedentes los capítulos anteriores e integrando conceptos y teorías diversas acerca del emprendimiento. En la sección IV se aplica el modelo propuesto a un estudio de casos

de emprendedores del mundo rural y en la sección V se presentan las conclusiones de esta tesis y su aporte al desarrollo de políticas públicas enfocadas a este ámbito.

## **II. MARCO METODOLÓGICO**

### **2.1 Metodología**

Esta tesis se plantea como una indagación cualitativa de la vida económica de los emprendedores rurales de la región metropolitana. Utiliza como metodología de análisis el estudio de casos, la cual se plantea como una metodología apropiada dadas sus características. El estudio de casos es apropiado cuando la pregunta de investigación son el cómo o el porqué de eventos contemporáneos que no son controlables, es decir, en los que no se puede experimentar (R.Yin 1994). A esto se pueden añadir dos características más, el objetivo es hacer una investigación profunda sobre un proceso determinado, conservando la visión total del fenómeno, y no existe intención de establecer generalizaciones estadísticas (Arzaluz 2005).

El estudio de casos puede ser de casos intrínsecos (para comprender mejor el caso), instrumentales (para profundizar un tema o afirmar una teoría) y colectivos (indagar un fenómeno o población, estudia varios casos) (Stake 1994). También se puede clasificar en estudio de caso único, donde se estudia un solo caso por su carácter único e irrepetible, o múltiple, donde se usan varios casos a la vez para estudiar y describir una realidad (R. Yin 1994).

Dentro de las propuestas para el diseño y ejecución de un estudio de casos Yin (1994) propone definir un marco teórico preliminar sobre el problema estudiado a partir de los conocimientos previos disponibles en la bibliografía. También será necesario definir este marco teórico en los estudios de caso sobre dominios o temas donde los conocimientos científicos sean poco sólidos o inexistentes y se opte para realizar un estudio de caso exploratorio (Wikipedia, 2009).

El marco teórico juega un rol esencial en los estudios de casos para contrastar una teoría o desarrollar una nueva (Merriam, 1988), ya sea en un área con una sólida base teórica o en un tema con pocos conocimientos establecidos. En áreas de conocimiento con teorías sólidas podrán realizarse estudios de casos para contrastar, clarificar, redefinir o ampliar una teoría. En cambio en áreas donde el desarrollo está todavía en una etapa inicial será necesario crear teoría.

Por último existen diversos objetivos que se pueden lograr con una investigación de estudio de caso: ofrecer explicaciones o interpretaciones sobre el fenómeno investigado, hacer una descripción, explorar sus características y funcionamiento o hacer una evaluación (Yin 1994).

## **2.2 Diseño**

De acuerdo a lo planteado hasta ahora el estudio de casos se presenta como un enfoque adecuado para esta tesis, la pregunta de investigación apunta a develar cómo operan los diversos factores que configuran el emprendimiento rural, que es un fenómeno actual y no controlable por el investigador. Es un estudio de casos exploratorio, múltiple, donde se usan varios casos para estudiar y caracterizar una realidad.

Siguiendo las recomendaciones de Yin (1994), se elaboró en primera instancia un marco teórico que apunta a revelar cómo operan los distintos factores explicativos del emprendimiento en el mundo rural. Posteriormente, se aplicó este marco al análisis de la información recogida en el trabajo de terreno.

Para la elaboración de este marco teórico se realizó una revisión bibliográfica, análisis y síntesis teórica. Dadas las características del fenómeno estudiado y su naturaleza multidimensional, ha sido abordado por diversas disciplinas de las ciencias sociales (sociología, psicología, economía, etc.), por lo cual la revisión bibliográfica realizada recoge autores e investigaciones de distintas disciplinas. Se revisaron las teorías clásicas que abordan el fenómeno, así como los desarrollos actuales que se han realizado sobre el tema. La revisión de la bibliografía arrojó también la necesidad

de analizar algunas de las referencias de los autores estudiados para profundizar o complementar algunos aspectos del marco conceptual.

### **2.3 Selección de casos**

Como unidad de análisis se definió los emprendimientos de los productores rurales de la región metropolitana. Las fuentes de información son primarias y secundarias, los datos primarios se recogen de los emprendedores entrevistados y de las observaciones realizadas en terreno. Los datos secundarios se obtienen de estudios y bases de datos del INE (Censo Agropecuario 2007), PNUD (Estudio de Desarrollo Humano en Chile Rural 2008), e INDAP (varios).

Los criterios de selección de casos derivan principalmente del marco conceptual propuesto. En éste se presentan una serie de variables que permiten identificar a los emprendedores, sin embargo la mayoría de éstas variables no son observables a priori o a partir de las bases de datos disponibles para la selección de casos. Por ello se seleccionaron dos criterios que sí eran observables a priori, la innovación - operacionalizada en este caso como que los emprendedores se dedicaran a alguna actividad productiva innovadora, no tradicional del mundo rural - y que tuvieran algún grado de éxito y consolidación de su emprendimiento. En este punto está operando el supuesto que el grado de éxito estaría relacionado con variables psicológicas, conductuales y actitudinales asociadas al emprendimiento (como la planificación sistemática, iniciativa, asumir riesgos, demandar eficiencia y calidad, persistencia, cumplimiento, fijar metas, etc.).

Para ello se utilizaron las bases de datos de los expositores de la Expo Mundo Rural 2005 y 2006. Se filtraron por región, seleccionándose sólo los de la región metropolitana, y luego en base al criterio de innovación en sus productos, descartando aquellos rubros tradicionales (cerealeros, frutales, etc.) y dejando aquellos que presentaran alguna innovación en su producción. El criterio de éxito o desarrollo en su emprendimiento estaría cumplido por el hecho de que se seleccionaron productores que hubieran participado en la Expo Mundo Rural, a la cual acceden los productores que han logrado un buen nivel de desarrollo en sus negocios. Con ello se obtuvo un listado de posibles casos, los cuales fueron contactados para ver su disponibilidad.



Algunos fueron descartados por haber cambiado de rubro, por no tener disponibilidad de tiempo u otros.

El 2005 participaron en la Expo Mundo Rural 18 emprendedores de la región metropolitana, y 13 en el año 2006. De estos, 10 presentaban productos innovadores en el 2005 y 8 en el 2006, los casos restantes que fueron descartados correspondían principalmente a productores de flores y plantas y hortofrutícolas, mientras que los que quedaron eran de los rubros “innovadores” y “especialidades campesinas” (según las descripciones de la base de datos de INDAP). Todos estos productos corresponden a una categoría más general de productos procesados. Esto incluye mermeladas, quesos, licores y otros.

La principal característica de innovación estuvo dada por productos específicos de estos emprendedores y que los diferenciaban de productores más tradicionales de procesados, por ejemplo, quesos maduros y frescos con sabores “exóticos” (merkén, orégano), licores con sabores innovadores (albahaca, limón, hierbas), conservas de alcachofas, etc. De esta forma los casos que cumplían con los criterios de selección eran 12 en total, los cuales se detallan en la tabla 1<sup>1</sup>.

Tabla 1 Casos que cumplen con los criterios de selección

1	Azahares del Huerto Til Til Ltda.
2	CoaChile Ltda.
3	Productos Sleman
4	Soc. Olor a Campo Ltda.
5	Soc. Agrícola Lácteos Santa Ester S.A.
6	Soc. Lácteos Don Camilo Ltda.
7	Sociedad Nuevo Amanecer Ltda
8	Sabores del Prado Verde
9	Colmenares Apihuel
10	Soc. Bellotruz Ltda
11	Granja Quillahua Codornices
12	Soledad Bahamondes Salas

Fuente: Base de Datos expositores Expomundorural 2005 y 2006, INDAP.

<sup>1</sup> Para una caracterización general de las empresas participantes en las Expomundorural 2005 y 2006 ver Anexo 3.

De los productores que entraban en dichas categorías hubo 6 que se repetían en los años 2005 y 2006, por lo tanto se los contactó para ser parte de la muestra, todos ellos aceptaron. Los casos restantes se trataron de contactar, las respuestas fueron variadas, desde que ya no se dedicaban al rubro, uno se negó por problemas de salud y otros casos fueron imposibles de ubicar. Por ello se definieron como casos estos 6 que se repetían en las dos bases de datos.

Posteriormente se agregó otro caso recomendado por uno de los funcionarios de INDAP de agencia de área, como un caso prototípico de emprendimiento desde la perspectiva de la institución. Si bien este último caso no había participado hasta ese momento en la Expomundorural, por ser una empresa relativamente nueva, sí participó en la Expomundorural 2007, confirmando, a posteriori, que cumplía con los criterios establecidos para la selección de casos. No se consideró ampliar más los casos entrevistados por limitaciones de presupuesto y tiempo.

## **2.5 Recolección de información**

Para la recolección de información Yin (1994) establece seis fuentes de evidencia, documentación, documentos de archivo, entrevistas, observación directa, observación participante y objetos físicos, aunque estas fuentes de evidencia se pueden agrupar en tres: documentos, entrevistas y observación.

El instrumento de recolección de información en terreno que se usó en esta investigación es la entrevista cualitativa semiestructurada, la cual se elaboró de manera de abordar las variables que se determinaron como relevantes en el marco teórico. Junto a ello se realizó observación de los procesos productivos, de los productos, y en algunos casos de las formas de comercialización. Esta información fue recogida en notas de campo y en fotografía digital.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> El archivo de fotografías digitales se perdió al copiar las fotos a un computador, una falla de la tarjeta de memoria provocó la corrupción de los archivos y fue imposible recuperarlos. Sin embargo en una

Las entrevistas y la observación se realizaron en su mayor parte en el hogar de los productores, el cual es también el lugar donde desarrollan su emprendimiento, excepto en el caso de María Leyton y Margarita Allendes, la primera fue entrevistada en un restaurante de Talagante y la segunda en la Agencia de Área de Melipilla. Pese a ello se realizó una visita a la casa de Margarita Allendes en una fecha posterior a la entrevista después de haber recibido una invitación de su parte. En las entrevistas se aprovechó la visita para conocer las instalaciones y parte del proceso productivo de los entrevistados para profundizar el conocimiento de los casos y aclarar algunos puntos que no quedaron claros al investigador durante la entrevista.

Con excepción de las 2 entrevistas mencionadas, todas las demás se realizaron en zonas rurales, en el domicilio de los entrevistados. Las entrevistas fueron individuales, excepto en el caso de William Pavez, en que participaron también su esposa y una de sus hijas, ambas trabajaban junto con Don William.

Para el análisis de la información cualitativa recogida se utilizó el software NVivo 7 (QSR), con el cual se realizó la organización, codificación y análisis de la información generada, relacionando y elaborando categorías de análisis a partir de la codificación establecida. La codificación estuvo dirigida por los ámbitos de análisis propuestos en el modelo conceptual para comprender el emprendimiento rural, pero también se rescataron aquellas codificaciones que surgieron de las entrevistas y su análisis.

## **2.6 Validez y confiabilidad**

La validez se entiende como la exactitud de la medición, es decir el grado en que un instrumento mide lo que debe medir, y la confiabilidad es la consistencia de la medición, es decir, el grado en que el instrumento mide en la misma forma cada vez que es usado en iguales condiciones con los mismos sujetos. Estas definiciones provienen de la tradición metodológica cuantitativa, pero en el estudio de caso y el

---

Expo Mundo Rural posterior a la realización de las entrevistas fue posible fotografiar a parte de los entrevistados durante su participación en la feria. Además se recuperaron algunos archivos de los bancos fotográficos de INDAP en los cuales aparecían los entrevistados.

método cualitativo estas concepciones no se utilizan en términos tan estrictos (Arzaluz, 2005).

Al respecto Arellano plantea que la validez interna de un estudio de casos está dada por que las ideas, categorías y relaciones sean útiles y usadas por diferentes autores. La validez externa está acotada porque el estudio de casos no se usa para definir leyes ni patrones generales, pero los resultados y la interpretación pueden ser suficientes para generar ideas y conceptos. Por último la confiabilidad de los estudios de caso también debe ser puesta entre paréntesis, ya que no son experimentos sino fenómenos complejos, insertos en un entorno social cambiante y por tanto con pocas posibilidades de ser repetidos (Arellano 1998).

En ésta tesis estos temas se han abordado recogiendo las recomendaciones de Stake (1994), de triangular fuentes de datos para cerciorarse de la confiabilidad de la información, para ello se recurre al análisis de bases de datos de encuestas realizadas a los expositores de la Expo Mundo Rural 2005 y 2006, en las cuales se recaban algunos antecedentes generales. También se recogen algunas de las sugerencias de Yin (1994) para vigilar la validez y confiabilidad del estudio, que propone entre otras cosas, usar múltiples fuentes de evidencia (en este caso entrevistas a los casos estudiados, observación directa, seguimiento a su participación en Expo Mundo Rural 2007 y 2008, seguimiento a premios y reconocimientos obtenidos por los casos estudiados, verificación de información y discusión con expertos de INDAP), usar un protocolo de estudio de casos (se aplicó la misma pauta de entrevista a todos los casos, con algunas correcciones que fueron surgiendo durante el trabajo en terreno, las categorías de análisis se construyeron a partir del marco teórico y se agregaron otras que emergieron durante el análisis de las entrevistas) y tener informantes clave que revisen el reporte del estudio de caso (para esto se contó con el apoyo de profesionales de INDAP, con los cuales se discutieron algunos de los hallazgos de esta tesis, y en particular con el encargado del programa de Emprendedores Jóvenes, quien realizó una revisión del estudio.

### **III. TEORÍAS Y PERSPECTIVAS ACERCA DEL MUNDO RURAL Y EL EMPRENDIMIENTO**

Para la elaboración de un modelo teórico que nos permita comprender el emprendimiento en el mundo rural se realizará, en primer lugar, una discusión acerca de las conceptualizaciones en torno al mundo rural y su evolución, con especial énfasis en las transformaciones recientes, y cómo estas han configurado un mundo rural muy distinto a la idea tradicionalmente asociada a éste. Así podemos situar el problema en la realidad social específica en la cual se materializa. Las características y la historia que han llevado al mundo rural a su proceso de transformación actual son relevantes para este estudio, en cuanto permiten comprender en gran medida la especificidad con que se manifiesta el fenómeno estudiado y las diferencias que podemos encontrar con las teorías acerca del emprendimiento en general.

A continuación se realiza una discusión acerca del tema del emprendimiento en general y las dificultades existentes en la definición del fenómeno. En esta discusión se revisan algunas de las principales teorías y el desarrollo general del tema. Esta revisión permitirá establecer el nivel de desarrollo teórico sobre el fenómeno, así como despejar los principales factores explicativos del mismo.

A partir de los dos capítulos anteriores se realiza una propuesta de un modelo teórico que incluye diversas dimensiones del fenómeno y sus factores explicativos, de manera de dar cuenta de las diversas variables que operan en el emprendimiento rural. Dados los objetivos de esta tesis y las características del objeto de estudio, este modelo pretende dar cuenta de las variables que son más relevantes para comprender el fenómeno en el nivel micro, en un territorio determinado, ya que es en esta escala donde operan las políticas públicas en la forma de programas de apoyo y promoción del emprendimiento a través de organismos como el INDAP.

### **3.1 Conceptualizaciones acerca del mundo rural y su evolución sociocultural**

Este capítulo revisa el desarrollo de las conceptualizaciones acerca del mundo rural en América Latina y Chile, haciendo especial énfasis en las transformaciones socioculturales del mundo rural, que lo llevan desde una concepción tradicional del campo como un sector atrasado en términos de desarrollo económico y modernización, muy tradicional y ligado casi exclusivamente a lo agropecuario en el ámbito productivo a la concepción de la nueva ruralidad.

#### **i) Enfoques sobre la economía campesina**

Si observamos el mundo rural, en Chile este sector ha sido considerado un sector atrasado en el proceso de modernización y apegado a la tradición, sin embargo durante los últimos años se inició un debate respecto a la realidad del mundo rural a raíz de los cambios por los que había pasado. En el estudio de la realidad campesina Latinoamericana ha habido tres enfoques principales: el enfoque antropológico, el enfoque modernizante y el enfoque marxista.<sup>3</sup>

El enfoque antropológico ha profundizado en las formas en que el campesinado se inserta en una cultura tradicional, donde los contenidos culturales y valores se transmiten en forma verbal. Donde los procesos económicos no se rigen necesariamente por una lógica económica en el sentido de la ciencia económica, sino que tienen que ver también con determinante son económicos como el parentesco, la mitología, etc. En general este enfoque explica el comportamiento económico campesino por sus actitudes, valores y sistemas cognoscitivos. Kroeber conceptualiza a los campesinos como miembros de sociedades parciales con culturas parciales, ya que son decididamente rurales, pero viven en relación con los pueblos en que comercian, son parte de una clase perteneciente a una población mayor, que suele incluir a un centro urbano. Carecen del aislamiento, autonomía política y autosuficiencia de las sociedades tribales que constituían el objeto principal de estudio

---

<sup>3</sup> La revisión que se realiza a continuación está basada en la realizada por Klaus Heynig, *Principales enfoques sobre la economía campesina*, Revista de la CEPAL nº 16, 1982.

de la Antropología y de esta forma se diferencian de ellas, pero al mismo tiempo conservan gran parte de su identidad, integración y apego al suelo y a sus cultos.

Redfield plantea que la relación de los campesinos con la urbe es lo que permite diferenciarlos de las sociedades primitivas, además plantea que esta relación con la ciudad genera una creciente influencia de la urbe sobre el campo que ocasiona la destrucción de los estilos de vida tradicionales y una desorganización cultural debido a la individualización y secularización del sector campesino por el contacto con la ciudad. Plantea que el resultado de este proceso es la sociedad moderna. Ello da cuenta de otra forma de entender al mundo campesino, como una forma intermedia o transitoria, un pasaje entre lo tradicional y lo moderno. Su resistencia al cambio se debe, desde esta perspectiva, al atraso cultural que los mantiene en posición opuesta al cambio y apegados a sus tradiciones. La superación de esta brecha llevaría a la desintegración de la sociedad campesina. “Se supone que los sistemas tradicionales y modernos se excluyen mutuamente y que, entre ellos, existe un conflicto permanente. Con el creciente desarrollo económico, las nuevas estructuras sociales y económicas van a destruir y reemplazar las viejas formas. Modernización y desarrollo son sinónimos para el enfoque culturalista, y las características de la personalidad campesina representan la principal causa del subdesarrollo.” (Heynig, 1982).

El enfoque modernizante formulado principalmente desde la economía neoclásica también tienen como concepción básica la dicotomía tradicional – moderno. Para este enfoque los países subdesarrollados tienen dos sectores separados y diferentes: “el sector moderno – capitalista industrial, receptivo al cambio, orientado al cambio y cuyo comportamiento persigue maximizar sus ganancias – y el sector tradicional – agrícola y estancado, basado en la producción de subsistencia, con escasos excedentes para la comercialización, con una significativa preferencia por una vida ociosa y escaso interés por obtener ganancias.” (Heynig, 1982).

También supone que dada la presión migratoria hacia los centros urbanos en determinado momento el sector rural se vería dificultado por la falta de mano de obra por lo que acudiría a tecnología y se produciría una mecanización de la agricultura. Por lo tanto el desarrollo económico de los sectores rurales dependería de la transferencia

tecnológica desde el sector moderno. Pero dado el carácter estático, conservador y poco receptivo de los agricultores tradicionales las inversiones, asistencia técnica y transferencia tecnológica debían orientarse hacia la mediana y gran empresa agrícola, manteniendo a la pequeña agricultura al margen y aumentando la brecha existente.

El enfoque marxista por otro lado se divide entre el enfoque del propio Marx y el que surge a partir del análisis que realiza Lenin. La reflexión de Marx se centra en los procesos de acumulación originaria que impulsa el desarrollo de la economía capitalista en Europa. Tal acumulación originaria sería producto de los procesos de cercamiento de tierras donde se asentaban las comunidades campesinas rurales en Inglaterra, con ello los campesinos habrían sido expulsados de sus tierras y migraron hacia los centros fabriles de las ciudades. Ello implicó la conversión del campesino en mano de obra libre y dispuesta para ser contratada por un salario en las fábricas (Montero 2003).

Lenin se centra en los procesos de descomposición campesina, donde plantea que el origen de la formación del mercado interno es la disgregación de los pequeños agricultores en dos tipos de población rural, la burguesía rural y el proletariado del campo. Esto sería resultado de la descampesinización que produce la destrucción del viejo campesinado. Visualiza dos caminos posibles en el desarrollo capitalista de la agricultura, la vía 'Junker', y la vía 'Farmer'. Cualquiera de estos dos caminos lleva al reemplazo de los medios tradicionales de pago por el salario, posibilitando la formación de un proletariado agrícola, paralelo al cual ocurre la acumulación originaria de capital y la concentración de la producción basada en el trabajo asalariado.

En torno a estos planteamientos giraron los debates posteriores entre campesinistas y descampesinistas, que se centra en los procesos económicos y sociales que provocan los movimientos migratorios del campo a la ciudad. Siendo Lenin el referente principal para los autores de la postura descampesinista y Chayanov, cuyos postulados se exponen a continuación, el referente para la postura campesinista.

La teoría de la Economía Campesina de Chayanov plantea que la economía moderna sólo considera fenómenos en términos de economía capitalista. Categorías como capital, renta y precio se basan en una economía cuyos fundamentos son el



trabajo asalariado y la tendencia a maximizar las ganancias, y por tanto dejan fuera las categorías que no se ajusten a la lógica capitalista. Plantea que pese al predominio del capitalismo prevalecen formas de explotación campesina en las cuales el trabajo asalariado no tiene aplicación. Esto se debe a que en las explotaciones campesinas la base es el trabajo familiar, por ello la estructura de la economía campesina es distinta a la capitalista lo que lleva al autor a proponer la existencia de un modo de producción campesino. Entiende que la unidad campesina de explotación es independiente del sistema en el cual se encuentra inserta.

La unidad central de análisis de esta teoría es la explotación campesina, que se basa en el trabajo del productor y su familia, no ocupa trabajo asalariado o muy poco y los ingresos provienen de las actividades realizadas dentro de la explotación. Las decisiones sobre producción y consumo están relacionadas con la explotación familiar, se producen valores de uso principalmente para el autoconsumo, no hay acumulación, se trabaja lo suficiente para poder comprar lo que se necesita y solo se comercializa parte de lo producido. El objetivo del trabajo es la satisfacción de necesidades, por ello la lógica que se sigue es la de las motivaciones individuales. El campesino determina por si mismo el tiempo y la intensidad del trabajo. Una vez lograda la satisfacción de necesidades de la familia se produce un equilibrio ente trabajo y consumo, lo cual constituye el límite natural para la producción de la explotación familiar.

De esta forma los campesinistas tienen como principales planteamientos: la posibilidad de subsistencia y fortalecimiento de la forma de producción familiar bajo el régimen capitalista, donde la subsistencia del campesinado no solo es posible bajo el capitalismo sino que es una condición para su expansión. Los campesinos pertenecen a un modo de producción especial, distinto del capitalista, basado en el trabajo familiar y con el fin de la satisfacción de necesidades, no en el trabajo asalariado y la maximización de ganancias. Por otro lado, los descampesinistas plantean que el campesinado tiende a desaparecer en la medida en que se intensifican las relaciones capitalistas en el campo, lo que lleva a la proletarización de los campesinos.

K. Heynig plantea, tras revisar las principales tendencias en el análisis acerca del campesinado, que tras algunos años se pueden observar algunos elementos del

desarrollo del campesinado en América Latina: se observa por un lado un importante avance en el proceso de modernización de la producción agrícola y por otro lado una fuerte penetración capitalista. Estos dos elementos han provocado una diferenciación tanto en el proceso productivo como en la población rural. Junto a ello se ha observado un proceso de proletarización y descampesinización y también la persistencia y reproducción de las unidades campesinas de producción que siguen siendo la principal fuente de subsistencia de parte de la población rural.

De esta forma Heynig plantea que la realidad del agro en América Latina se caracteriza porque el campesinado vive de manera simultánea y con diferentes grados de intensidad procesos de proletarización, campesinización y descampesinización. Se observa que el avance de las empresas capitalistas en el agro y la creciente concentración de la producción en las mismas empresas no implica necesariamente una reducción en el número de pequeñas explotaciones familiares ni una proletarización del campesinado. Por lo tanto, el desarrollo del capitalismo en el agro no ha generado categorías puras y estrictas, sino más bien situaciones ambiguas y hasta contradictorias.

## ii) Modernización del Agro en Chile

Según Cristóbal Kay (1998) la modernización del Agro tiene varias etapas, las cuales están marcadas por grandes cambios que transformaron el mundo rural y al campesinado. El mundo rural en el siglo XIX estuvo marcado por el predominio de la Hacienda como unidad productiva y social, la cual con el respaldo del Estado y la Iglesia no dejaba espacios de autonomía al campesinado. Hasta mediados del siglo XX el mundo rural se había visto poco afectado por las transformaciones de la urbe dado que la oligarquía terrateniente se las había arreglado hasta entonces para mantener al mundo rural al margen de las transformaciones que ocurrían en el resto del país. En los años 30 el peso de los hacendados impidió extender al campo las disposiciones del Código del Trabajo. En los 40 la derecha condicionó su apoyo al proyecto industrializador, al compromiso de no permitir la sindicalización rural. Por lo tanto fue recién en los 60, cuando se permite la sindicalización de los campesinos y se inicia la Reforma Agraria, que el campesinado adquiere visibilidad como un actor social relevante.

Con el golpe militar se inicia un segundo gran cambio en el mundo rural, marcado por la contrarreforma agraria y la introducción del modelo neoliberal. Un tercio de las tierras expropiadas durante los gobiernos de Frei y Allende se devuelven a sus dueños originales, otro tercio son licitadas, y solo el tercio restante queda en mano de los campesinos de la reforma agraria, todo esto deja a gran cantidad de pequeños productores sin tierras. Junto a esto se orienta la política agraria según el modelo neoliberal ortodoxo, con lo cual queda subordinada a estrategias macroeconómicas para la inserción de Chile en los mercados internacionales. Por ello se privilegia el desarrollo de la agroindustria exportadora en desmedro de los pequeños productores. Esta etapa, 1973 – 1982, es denominada por Kay, como la etapa de neoliberalismo dogmático o extremo (Kay, 1998).

En el periodo posterior, entre 1982 y 1989, denominado por Kay como neoliberalismo pragmático, se buscó incrementar los rendimientos del sector tradicional para así hacerlo más competitivo. Para ello se implementaron algunas medidas proteccionistas y programas de asistencia técnica. De este modo se benefició principalmente a los sectores más acomodados del sector agrícola tradicional. Además se impulsó la modernización productiva del sector, con lo cual se desarrolla un grupo de agricultores capitalistas.

El periodo de estructuralismo neoliberal, de 1990 en adelante continúa la política agraria anterior, pero se orienta más hacia la pequeña agricultura, para mejorar sus condiciones de vida y de producción. Además se impulsa una mayor modernización del sector.

La modernización del agro requiere la reconversión de la estructura agraria, que se orienta a transformar la estructura agraria tradicional a una estructura más eficiente y dirigida a mercados más rentables y dinámicos. Con ello se busca aumentar la competitividad de los campesinos.

Estas transformaciones a nivel de política y estructura económica traen consigo cambios en la sociedad y la cultura del mundo rural. Algunos de los primeros cambios que se produjeron tras la segunda gran transformación del mundo rural fueron una disminución del empleo permanente, aumento del trabajo temporal, aumento del

empleo femenino, condiciones poco favorable para pequeños agricultores, que llevan a que se refugien en economías de subsistencia. Al mismo tiempo deben buscar estrategias de subsistencia alternativas, como ser productores y asalariados simultáneamente (Bengoa, 1983).

El proceso de transformación, modernización, del agro chileno implica la necesidad de adaptarse al nuevo escenario por parte de los actores del mundo rural. La capacidad de adaptación de los productores depende de su capacidad empresarial, el tamaño de su finca, el acceso a capital, los conocimientos técnicos y factores agro climáticos (Kay, 1998). Sin embargo estos factores no se distribuyen equitativamente en la población rural, por ello la modernización del mundo rural no alcanza de igual forma a todos los sectores. Los agricultores capitalistas tienen más facilidad para adaptarse, mientras que los campesinos por su menor disponibilidad de recursos y conocimientos, junto a sus condiciones de vida se ven más limitados en su proceso de adaptación. Ello lleva a que en el mundo rural existan sectores con niveles de modernización diferenciados, donde modernización se entiende principalmente en términos productivos.

### iii) El enfoque de la Nueva Ruralidad

Discusiones posteriores han llevado a una conceptualización reciente que intenta recoger los cambios acelerados a los que ha estado sometido el mundo rural en los últimos años en un contexto de modernización neoliberal y globalización. Este debate ha llevado a una nueva perspectiva de análisis del mundo rural que se ha denominado Nueva Ruralidad. Este enfoque plantea que el mundo rural ha sufrido fuertes cambios que lo han transformado desde una ruralidad tradicional a una nueva ruralidad.

Por un lado se caracteriza a la ruralidad tradicional por una población centrada en actividades agropecuarias, regidas por fenómenos naturales poco controlables como las estaciones o fenómenos climáticos, ubicada en espacios de baja densidad poblacional, aislada y dispersa, con condiciones culturales y de bienestar atrasadas (como por ejemplo el analfabetismo y un acceso precario o dificultoso a Salud y

Educación), y con una sobrevalorización de lo urbano, donde se asocia el progreso y el bienestar a las grandes ciudades.

Por otro lado, la nueva ruralidad se caracteriza por la existencia de diversidad de ocupaciones y situaciones, actividades productivas y de servicios, solo algunas de ellas ligadas a la agricultura, en donde los ingresos por empleo no agrícola ganan importancia, y la estructura económica tradicional se abre dando paso a actividades secundarias y terciarias. Además, se pueden observar los efectos de la globalización en espacios rurales, ya que se moderniza la agricultura y se expanden las actividades que recogen las particularidades locales ligadas al ocio, al deporte, a la prestación de servicios y de los entornos económicos/sociales en función del desarrollo de la agroindustria.

En este sentido, la nueva ruralidad implica un replanteamiento de la relación entre lo rural y lo urbano, donde el mundo rural se revaloriza y lo urbano pierde fuerza como polo de atracción y bienestar, al tiempo que se modifican las relaciones entre estos dos espacios. Por último, se termina con la asociación de lo rural ligado exclusivamente a lo agrícola (Gómez 2004).

Sergio Gómez plantea que en el marco de la Nueva Ruralidad las unidades productivas son unidades domesticas, que corresponden a la agricultura familiar, distingue tres tipos: Unidades productivas integradas a cadenas productivas más amplias, campesinos derivados de la reforma agraria y otros estratos acomodados que han tenido la posibilidad de optar por producciones rentables y se han integrado a cadenas agroindustriales; Pequeñas unidades con potencial de desarrollo, son campesinos que tienen recursos limitados y requieren de apoyos específicos para poder acceder a una estructura productiva rentable; Unidades con escaso potencial de desarrollo, campesinos minifundistas que desarrollan producción orientada a la subsistencia, su ingreso proviene básicamente de otras fuentes como subsidios.

La agricultura familiar campesina en el marco de la nueva Ruralidad se caracterizaría por un nuevo perfil productivo, en que los ingresos dependen de manera creciente de actividades rurales no agrícolas, con un nuevo perfil humano donde

amplían sus capacidades de emprendimiento y asociatividad, y con una incorporación progresiva de la modernidad.

Un estudio reciente del PNUD, Desarrollo Humano en Chile Rural 2008, aborda estos cambios y entrega datos e información que dan cuenta de la transformación de lo rural en Chile. Para este estudio el PNUD utilizó una definición de lo rural diferente a la definición oficial, para poder cubrir aquellos asentamientos humanos que siendo estadísticamente urbanos siguen siendo tributarios y orgánicos, o funcionales a las actividades económicas que son típicamente rurales, la agricultura, la pesca, la actividad forestal o pecuaria: “Así nuestro objeto de referencia son los territorios donde la actividad económica preponderante es piscisilvoagropecuaria, sea en su condición de actividad en el espacio natural, como en formas propiamente industriales o de actividades-eslabones de las nuevas cadenas productivas (como en la agroindustria de modo paradigmático). Así, incorporamos en nuestro objeto de análisis no sólo los pueblos, aldeas y caseríos, sino también las ciudades de los territorios rurales, que tejen entre sí y con sus pueblos y aldeas, redes de comunicación e intercambio cada vez más complejas y densas.” (PNUD, 2008). Esto amplía considerablemente la población y los territorios considerados rurales, pasando desde aproximadamente dos millones de personas según la definición oficial a cerca de 6 millones.

#### iv) Rasgos socioculturales del mundo rural chileno

Los rasgos socioculturales propios del mundo rural chileno deben estar también considerados en el análisis. En esta sección se profundiza en esos rasgos a partir principalmente de los hallazgos del estudio de Desarrollo Humano en Chile rural (PNUD 2008), el cual da cuenta de la transformación reciente del mundo rural y los cambios en curso.

En primer lugar se establecen los principales motores del cambio del mundo rural, se ha producido un considerable incremento en el PIB del sector agroalimentario, el cuál creció a una tasa promedio anual de 4,6% entre el 2000 y 2007, similar al crecimiento promedio anual de la economía en el mismo período. El principal motor de este incremento ha sido la reorientación exportadora del sector, la cual ha llevado a un crecimiento del 558% del valor en dólares de las exportaciones del sector entre 1985 y

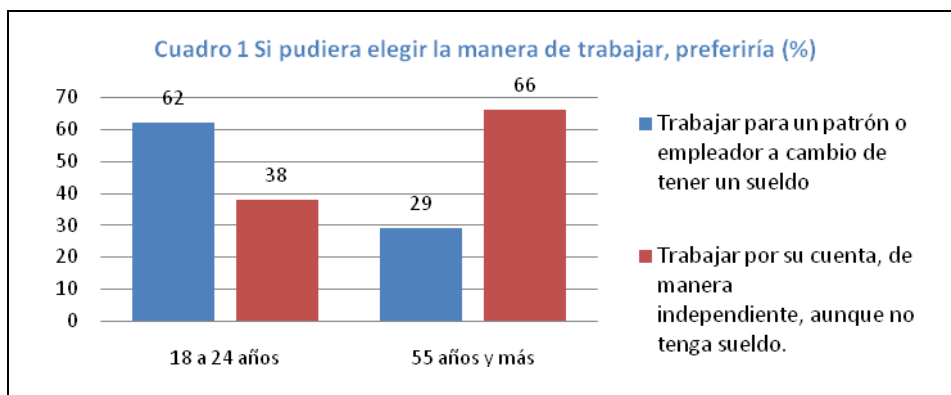
2007. No solo ha aumentado el volumen de exportación, sino también se ha diversificado considerablemente la cantidad de productos, lo cual ha permitido abrir nuevos mercados. Sin embargo este crecimiento ha demandado también considerables aumentos en la productividad del sector, la cual ha aumentado a una tasa mayor que el promedio nacional. Asociado a esto han cambiado y se han modernizado las técnicas productivas, desde los procesos de plantación, riego, fertilización, control de plagas, cosecha y procesamiento (PNUD 2008).

Estos cambios del área productiva remiten a transformaciones de fondo en la estructura y dinámica de la actividad, donde los cambios más significativos son la globalización, la reorganización de la actividad en cadenas productivas y la empresarización de la gestión. Estas transformaciones han llevado a la generación de un nuevo tipo de dualidad en el mundo rural, entre los que están integrados a las cadenas productivas y aquellos que quedan excluidos.

Todo esto se traduce en cambios concretos en la vida de los habitantes rurales, que se expresan en cambios en la fuerza de trabajo del mundo rural, según la encuesta de empleo INE, el 2007 774 mil personas se encontraban trabajando en agricultura, caza y pesca, lo cual representa el 12% del empleo total nacional. Se ha producido una considerable incorporación de la mujer al mundo laboral, a una tasa mayor incluso que en sectores urbanos, lo que trae consigo una redefinición de los roles de género en la familia campesina. Los perfiles demográficos también se han transformado y las familias numerosas que caracterizaban al mundo rural, en contraste a la familia nuclear característica de zonas urbanas se ha reducido (desde un 22% de familias de seis o más miembros en 1992 a 13% en 2002) (PNUD 2008).

El acceso a la educación también ha mejorado considerablemente en el mundo rural, lo cual ha impactado sobre el porcentaje de población analfabeta que se ha reducido acercándose al de la población urbana. Además el mejoramiento de la infraestructura de caminos y carreteras rurales ha reducido los tiempos de transporte a centros urbanos, con lo cual hoy muchos campesinos están optando por enviar a sus hijos a estudiar a centros urbanos cercanos. La pobreza e indigencia rural también ha disminuido considerablemente desde un 39% de pobreza e indigencia en 1990 a un

12% de pobreza y 3% de indigencia en 2006. Entre 1990 y 2006 el índice de Gini se reduce de 0,59 a 0,51 en zonas rurales y de 0,54 a 0,52 en zonas urbanas, lo que implica una desaparición de las diferencias en la desigualdad de distribución del ingreso entre zona urbanas y rurales (PNUD 2008). Por último, a partir de los mejoramientos en la infraestructura vial y de transportes mencionada, así como en tecnología de las comunicaciones, el aislamiento se ha reducido considerablemente en términos físicos y de comunicación y acceso a información. Los menores tiempos de desplazamiento y las nuevas dinámicas de asentamientos poblacionales ha producido un desdibujamiento de los límites entre lo rural y lo urbano.



Fuente: PNUD 2008

Algunos rasgos de la población rural según la definición del PNUD, la cantidad total (considerando sólo las regiones de Coquimbo hasta Los Lagos, incluida Metropolitana) sería de 5.925.428 personas, con un 48% de población menor a 29 años y 6,8% mayor de 70 años. El tamaño de hogar promedio es de 4,5 personas, y el número promedio de hijos de 1,9. El porcentaje de participación laboral de hombres es de 71% y en las mujeres alcanza el 37%. La cobertura de educación preescolar es de 59%, educación básica 99% y media 50%, mientras que los años de escolaridad promedio es de 7,9. El promedio de ingreso per capita de los hogares es de \$125.366 mensuales, el porcentaje de personas bajo la línea de pobreza es de 10% y el coeficiente Gini es 0,479 (PNUD 2008).

“Históricamente, las formas de vida y reproducción cultural en los territorios de preponderancia piscisilvoagropecuaria se han caracterizado en contraposición a las características de la ciudad. Somos depositarios de una imagen que vincula dichas



formas de vida al atraso y al carácter autónomo de sus lógicas de reproducción social: estructura familiar extensa, precarias condiciones de vida, equipamiento deficitario de las viviendas, formas tradicionales de consumo cultural, y estrategias clásicas para generar los medios de subsistencia vinculadas a la autoproducción.” (PNUD 2008:70). Claramente esto ya no se sostiene como caracterización de la ruralidad chilena, los antecedentes entregados más arriba dan cuenta claramente de esto, pero a continuación se presentan otros antecedentes que especifican algunos aspectos de este cambio.

De las personas que trabajan, un 37% lo hace directamente vinculado a la actividad piscisilvoagropecuaria. Si pudieran elegir en qué forma trabajar, el 57,6% lo haría en forma independiente, aún cuando no tenga un sueldo seguro, mientras que un 40,1% prefiere trabajar para un patrón y tener sueldo seguro. Sin embargo en este aspecto se observa una clara diferenciación generacional, donde las personas de mayor edad tienen más preferencia por el trabajo independiente.

En términos de equipamiento del hogar, el porcentaje de hogares con luz eléctrica y agua dentro de la vivienda es de 99% y 92% respectivamente, el 66% declara usar gas licuado en la cocina, con lo cual se reduce el uso de leña como combustible principal del hogar, el 90% tiene refrigerador y el 87% lavadora. La televisión en color se encuentra en un 95% de los hogares y la radio en un 85%. Según este estudio el 80% de los hogares tiene teléfono celular, y para el transporte cuentan con bicicletas (59%) o vehículos motorizados, (21,9% tiene auto, 11,7% tiene van, jeep o camioneta). Esto evidentemente genera cambios en las tareas y actividades familiares y sobre la distribución de roles por género, ya que actividades domésticas como lavar ropa, cortar leña, comprar provisiones, etc. requieren menos tiempo que antes.

En cuanto a su sociabilidad, el 22,2% manifiesta tener muchos amigos, 38,9% pocos amigos y 38,8% no tiene amigos, solo conocidos. Un 26,1% manifiesta que se puede confiar en las personas mientras que un 71,8% afirma que no se puede confiar en las personas. Organizar a las personas de la comunidad para enfrentar problemas comunes, en opinión del 37,8% sería fácil o muy fácil, mientras que el 59,6% opina que

sería difícil o muy difícil. Estos datos dan cuenta de un cambio en los patrones de sociabilidad tradicionalmente asociados al mundo rural. Donde llama la atención sobre todo la proporción de personas que opina que es difícil organizar a la comunidad en torno a un objetivo común.

Respecto a las tradiciones, el 70,7% se muestra a favor de respetar las tradiciones y un 28,5% manifiesta que no hay que vivir atado a las tradiciones. En cuanto a la religión, el 72,9% se declara católico y el 18,4% evangélico. 57,2% de las personas viven en el mismo lugar en que nacieron, y 42,2% en una comuna distinta. 76,9% se siente muy apegado o apegado al lugar donde vive, mientras que 22,8% se siente poco o nada apegado. Finalmente, el 17,9% de los habitantes rurales ha hecho planes para ir a vivir a una zona urbana. Estos datos dan cuenta de que pese a que existen diversos cambios y tendencias modernizantes en la organización de la vida en el mundo rural, se mantienen algunos componentes de tradicionalidad como el apego a la tierra y a las tradiciones, pese al influjo de los centros urbanos como polos de atracción.

### **3.2 El problema de la definición del emprendimiento**

En este capítulo se revisa brevemente la discusión acerca del emprendimiento, desde cómo definir el emprendimiento y cómo detectarlo a distintas propuestas de medición. En la discusión propuesta también se evidencia cómo la discusión ha llevado a conceptualizar el emprendedor a partir de uno u otro rasgo considerado como relevante por los distintos autores, lo cual ha llevado a una diversidad de conceptos acerca de qué es un emprendedor y por qué elementos se caracteriza. Por ello se presentan también dos modelos que intentan integrar diversas variables para explicar el proceso del emprendimiento y sus impactos en los diversos niveles de análisis (micro, meso y macro).

No existe una definición generalmente aceptada del emprendimiento, esto se debe en gran medida a que el concepto de emprendimiento es multidimensional y su definición y medición depende de la perspectiva de estudio que se utilice (Verheul, Wennekers, Audretsch y Thurik, 2003). Por ello se puede definir en forma diversa

según la disciplina que lo estudie. Por ejemplo desde la economía Wennekers y Thurik definen el emprendimiento como "... la manifiesta habilidad y voluntad de individuos, por si mismos, en equipo con organizaciones externas existentes, de detectar y crear nuevas oportunidades económicas (nuevos productos, nuevos métodos de producción, nuevos esquemas organizacionales, y nuevas combinaciones mercado-producto) y de introducir sus ideas en el mercado, enfrentando la incertidumbre y otros obstáculos, tomando decisiones sobre ubicación, forma y uso de recursos e instituciones." (Carree y Thurik, 2002). Desde el ámbito del Management Sahlman & Stevenson usan la siguiente definición: "El emprendimiento es una forma de administración que involucra perseguir oportunidades sin considerar los recursos controlados actualmente. Los emprendedores identifican oportunidades, reúnen los recursos necesarios, implementan un plan de acción, y cosechan la recompensa en una forma oportuna y flexible." (Sahlman y Stevenson, 1991).

Rafael E. Alcaraz Rodríguez (2004) realiza una revisión de la bibliografía existente al respecto y plantea que "emprender es un concepto con múltiples acepciones, de hecho, dependiendo del contexto en que se utiliza es la connotación que se le da" (Alcaráz, 2004:12), plantea como ejemplo que para el ámbito empresarial el emprendedor es un empresario, es sinónimo de propietario de una empresa comercial con fines de lucro, Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios y Drucker (1989) lo clasifica como un 'buen administrador'. En el ámbito académico las definiciones y conceptualizaciones del emprendimiento se centran en el perfil del emprendedor, en un conjunto de características que le hacen actuar de una manera determinada y que le permiten mostrar ciertas 'capacidades' para visualizar, definir y alcanzar objetivos (Ely y Hess, 1937, citados por Rondstat, 1989). También se puede definir desde sus capacidades para crear, innovar, salir de la rutina, hacer cosas diferentes, mejorar lo existente (Shefsky, 1997; Baumol, 1993, citado por Ibañez 2001). Otro ejemplo de esta forma de visualizar al emprendedor lo presenta como la persona que 'hace pequeños negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado' (Steinhoff y Burgess, 1993; Siropolis, 1990; Drucker, 1989). Otros en cambio, lo comparan más bien con la capacidad para utilizar adecuadamente los recursos

disponibles, tal es el caso de Hebert y Link (1989) lo mismo que Hatten (1997), que lo definen como aquel que se especializa en asumir la responsabilidad de tomar decisiones que tienen que ver con la localización y uso de bienes, recursos e instituciones, es decir, como un 'ágil captador y utilizador de información y recursos' que le da capacidad para detectar oportunidades de negocios y aprovecharlas (Alcaráz, 2004).

Tampoco existe un grupo de indicadores generalmente aceptado para medir el emprendimiento, existen dos perspectivas de medición, la dinámica y la estática, dentro de la perspectiva dinámica se enfocan en medir las empresas nacientes o que llevan poco tiempo de vida, la tasa de entrada de empresas al mercado neta y la tasa de turbulencia (total de entrada y salida). La perspectiva estática usa indicadores como el autoempleo y la propiedad del negocio como indicadores del nivel del emprendimiento. También se puede usar el número de pequeñas y medianas empresas en un país (Verheul, Wenekers, Audretsch y Thurik, 2003).

Lo anterior da cuenta de la diversidad de conceptualizaciones acerca del emprendimiento, como ya se dijo, esta diversidad tiene que ver con la multidimensionalidad del concepto y la diversidad de perspectivas y disciplinas que lo han estudiado. Al respecto se ha desarrollado una discusión de si es o no posible o pertinente desarrollar una definición única del concepto. J. M. Veciana discute este tema citando a Kilby: "En el campo del emprendimiento se ha gastado un tiempo desproporcionadamente improductivo en tratar de definir el emprendimiento. Kilby expresó esta deplorable situación en una forma admirable cuando compara la definición del emprendimiento con 'cazar un Heffalump', el animal ficticio de las historias de Winnie-The Pooh: el emprendedor, como el Heffalump, ha sido cazado por muchos investigadores del emprendimiento, 'usando variadas trampas, pero hasta ahora nadie ha logrado capturarlo. Todos los que dicen haberlo visto reportan que es enorme, pero discrepan sobre sus particularidades' (Kilby, 1970:1)." (Veciana, 2007:8).

Sin embargo esto tampoco arroja mucha luz respecto a cómo identificar emprendedores. Cuando lo que se pretende es promover y apoyar el emprendimiento es necesario contar con alguna forma de identificar a los emprendedores potenciales

para trabajar con ellos. En este aspecto hay diversas propuestas las cuales se desarrollan a continuación, en primer lugar se presentan las escuelas más clásicas de pensamiento acerca del emprendimiento lideradas por Schumpeter, Knight y Kirzner, provenientes principalmente de la economía. A continuación se revisan los planteamientos desde la psicología de McLelland y posteriormente los desarrollos más recientes de Carree, Thurik, Wennekers, Verheul y otros. Luego se presentan las perspectivas que intentan explicar las consecuencias del fenómeno y su impacto sobre el crecimiento de los países, en este ámbito se presentan dos modelos que intentan integrar las diversas dimensiones del fenómeno y sus distintos niveles de análisis.

### i) Las escuelas tradicionales del emprendimiento

Existen tres grandes escuelas de pensamiento que definen al emprendedor a partir de sus características y que definen los conceptos subyacentes a gran parte de las definiciones explicadas más arriba, la escuela alemana, la escuela de Chicago y la escuela austríaca.

La escuela alemana, con Schumpeter y Baumol, conciben al emprendedor como un innovador, portador de la destrucción creativa que genera desequilibrio e inestabilidad en la economía y de esta forma provoca el crecimiento económico (Karlsson, Friis & Paulsson, 2004). Schumpeter enfatiza el rol del emprendedor (entrepreneur) como la causa primaria del desarrollo económico. Plantea que el emprendedor es un innovador que desafía a las empresas introduciendo innovaciones que dejan obsoletas las tecnologías en uso y también los productos. Este proceso lo denominó de *destrucción creativa*, ya que la introducción de innovaciones obligaría a reformular los procesos productivos, incorporando constantemente nuevas tecnologías, nuevos procesos, nuevas combinaciones de factores productivos, etc. destruyendo las formas establecidas de producción y creando otras nuevas. Esta *destrucción creativa* sería la responsable de generar desequilibrios económicos y de dinamizar la economía, generando mayor crecimiento.

Posteriormente Schumpeter puso el foco en las grandes empresas como dinamizadoras del crecimiento económico, ya que su desempeño habría superado al de las pequeñas empresas en el ámbito de la innovación a través de Investigación y

Desarrollo, en un proceso de *acumulación creativa* (Carree y Thurik, 2005). Schumpeter considera la función innovadora del emprendedor, y no los cambios en los gustos o en la calidad y cantidad de los recursos productivos empleados, como el auténtico factor dinámico de la economía (Martinelli, 1985). “Dicha función se define como actividad innovadora o, también, como aparición de una nueva combinación de los factores de producción (tierra y trabajo) que, en presencia de adecuados instrumentos crediticios, interrumpe la estaticidad del flujo circular y la tendencia al equilibrio.” (Martinelli, 1985:43). El foco en la acumulación creativa no invalida lo anterior, ya que bajo las grandes empresas también se pueden desarrollar emprendimientos innovadores conducidos por empleados (intrapreneurs), especialmente bajo la función de Investigación y Desarrollo. De esta forma el emprendimiento generaría desequilibrio y dinamismo en la economía a través de la introducción de innovaciones que producen la destrucción creativa.

La escuela de Chicago aborda el emprendimiento desde la teoría económica neoclásica, ésta impone limitaciones al emprendimiento por la competencia perfecta, la información perfecta y el comportamiento racional. Bajo estos supuestos se puede alcanzar el equilibrio en los mercados que son conducidos por la mano invisible. En este marco hay poco espacio para la ocurrencia del emprendimiento ya que este requiere aceptar la incertidumbre asociada a emprender (donde la diferencia entre el riesgo y la incertidumbre es que el primero es calculable y el segundo no lo es), lo cual implica conductas conflictuadas con el comportamiento racional.

Knight intenta incorporar el emprendimiento a la teoría neoclásica añadiendo la intuición como un atributo especial de los emprendedores. “Alguna capacidad intuitiva o un conocimiento no universal le da al emprendedor exitoso una capacidad superior de manejar la incertidumbre.” (Carlsson, Friis y Paulsson, 2004:9). El emprendedor es desde esta perspectiva aquél que está dispuesto a enfrentar la incertidumbre de emprender, como la incertidumbre no es calculable incorpora la intuición o un conocimiento no universal que escapa al cálculo racional planteado por la teoría económica neoclásica.

Para la escuela austríaca, cuyo principal exponente es Kirzner, la característica peculiar del emprendedor es la capacidad de percibir oportunidades de lucro o ganancia y aprovecharlas. Estas oportunidades provendrían de una situación de desequilibrio en el mercado, la cual el emprendedor detecta y le saca provecho mediante la mejora de sus ineficiencias o deficiencias (Karlsson, Friis & Paulsson, 2004). Como complemento al modelo de Kirzner, Holcombe plantea que las oportunidades provienen de las ideas de otros emprendedores. “El emprendimiento crea cambios y los cambios llevan a nuevas oportunidades para el emprendimiento. Por lo tanto el emprendimiento genera más emprendimiento” (Karlsson, Friis & Paulsson, 2004:10).

Estas tres escuelas principales definen al emprendedor como un innovador, que genera dinamismo en el mercado introduciendo nuevos productos o formas de producir, como alguien que está dispuesto a aceptar la incertidumbre asociada al emprendimiento y como una persona con la habilidad de detectar oportunidades generadas en los desequilibrios del mercado para iniciar nuevos negocios<sup>4</sup>.

## ii) La perspectiva psicológica: la motivación de logro

McClelland analiza el emprendimiento desde un punto de vista psicológico, enfatizando la importancia del aspecto motivacional del emprendedor. “En sus estudios muestra que el comportamiento emprendedor está guiado por la necesidad personal de logro que conduce a una clara propensión a convertirse en emprendedor.” (UNCTAD, 2004: 10). Identifica 10 competencias personales de los emprendedores: 1) búsqueda de oportunidades e iniciativa; 2) asumir riesgos; 3) demandar eficiencia y calidad; 4) persistencia; 5) cumplimiento; 6) búsqueda de información; 7) fijar metas; 8) planificación sistemática y seguimiento; 9) persuasión y redes de apoyo; 10) independencia y autoconfianza (D. McClelland, 1961). A partir de estas investigaciones se elaboró el método EMPRETEC, que apunta a desarrollar estas capacidades en los potenciales emprendedores como una forma de promover el emprendimiento. Para ello desarrolla algunas herramientas de diagnóstico que permite detectar aquellos emprendedores que muestran tres o más de los rasgos descritos y a partir de ello

---

<sup>4</sup> Una discusión breve sobre otras escuelas de pensamiento que incluyen algunas consideraciones acerca del emprendimiento se pueden encontrar en el Anexo 2.

genera metodologías de desarrollo de las otras competencias del emprendedor descritas por McLelland.

En particular, respecto a la motivación es importante relevar cuáles son los principales motivadores para iniciar un emprendimiento. En general se distingue entre los emprendimientos por necesidad, donde no hay otras alternativas en el mercado laboral, y aquellos en que se detecta una oportunidad de hacer negocios (GEM, 2006). Sin embargo la literatura revisada indica que probablemente estas no sean las únicas dos motivaciones posibles, la prevalencia de valores de autonomía e independencia económica, la exposición a casos de emprendimientos exitosos, las condiciones laborales, las condiciones personales, la motivación de logro, y otros factores pueden generar el deseo de emprender o de autoemplearse, por tanto las categorías de motivación no son solamente de necesidad u oportunidad, sino también el deseo de emprender o la preferencia por la autonomía.

### iii) Los desarrollos recientes de la economía acerca del emprendimiento

Dentro de los desarrollos más recientes Carree y Thurik plantean que el emprendimiento y la pequeña empresa están relacionados, pero no son lo mismo. Si entendemos la actividad emprendedora como el comportamiento enfocado a las oportunidades, puede ocurrir tanto en grandes como en pequeñas empresas. Al mismo tiempo, la pequeña empresa puede ser un medio tanto para los emprendedores en el sentido schumpeteriano (innovadores), como para personas que simplemente tienen un negocio propio para mantenerse (como por ejemplo los pequeños comerciantes, profesionales, etc.). Sin embargo hay un espacio en el que se superponen el emprendimiento y la pequeña empresa, en el que se encuentran las empresas nuevas, pequeñas y generalmente de rápido crecimiento (Carree y Thurik, 2005).

Wennekers y Thurik proponen otro enfoque que permite diferenciar tres tipos de emprendedores. Para ello utilizan dos distinciones, la primera entre los conceptos de empresarial o emprendedor (*entrepreneurial*) y gerencial o administrador (*managerial*). Segundo, entre dueños de negocios o autoempleados y empleados. Con el cruce de estas distinciones se obtienen tres tipos de emprendedores, el emprendedor en el



sentido Schumpeteriano, el gerente emprendedor (*intrapreneurs*) y el gerente propietario de un negocio (*Managerial business owners*).

Tabla 2 Clasificación de emprendedores

	Autoempleados	Empleados
Empresarial	Emprendedores Schumpeterianos	Gerentes emprendedores ( <i>Intrapreneurs</i> o <i>entrepreneurial managers</i> )
Gerencial	Gerentes propietarios de empresas ( <i>Managerial business owners</i> )	Gerentes ejecutivos

Fuente: Wennekers y Thurik (1999)

Los emprendedores schumpeterianos corresponden a la figura prototípica del emprendedor, que inician y dirigen pequeñas empresas independientes, innovadoras, que destruyen creativamente estructuras de mercado existentes. En la medida en que estas pequeñas empresas se desarrollan, algunos pueden transformarse en gerentes propietarios de su empresa, pero otros pueden también iniciar nuevas empresas. Los gerentes emprendedores también pertenecen al núcleo del emprendimiento. Son emprendedores internos a las empresas, que adoptan iniciativas comerciales para la empresa, arriesgando su tiempo, reputación, e incluso su trabajo. A veces estos emprendedores pueden, ya sea en equipos o por si solos, salirse de la empresa, iniciar nuevas empresas y convertirse en emprendedores schumpeterianos. Por último, los gerentes propietarios de empresas se encuentran en la gran mayoría de las empresas pequeñas. Incluyen franquicias, comerciantes y profesionales. Los gerentes ejecutivos (*executive manager*) no se incluyen dentro de las categorías de emprendedor desde la propuesta de estos autores (Carree & Thurik, 2003).

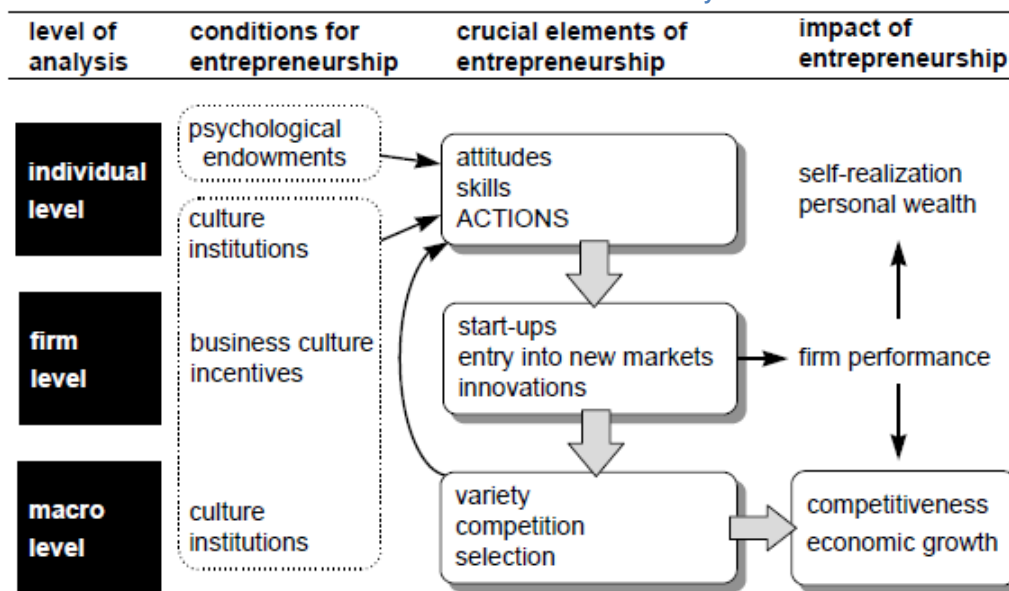
#### iv) El enfoque de las consecuencias del emprendimiento

Desde el ámbito de las consecuencias del emprendimiento, D. Audretsch y R. Thurik (2004) proponen tres formas en las que el emprendimiento ejerce un impacto positivo sobre el crecimiento económico. La primera es a través del desbordamiento del conocimiento (*knowledge spillovers*), es decir, la transmisión y difusión del conocimiento entre las diversas empresas. Los mecanismos por los que esto sucede no están muy claros, pero sugieren que la movilidad de los trabajadores entre diversas firmas, o la independización de algunos trabajadores y la creación de sus propios negocios pueden generar este desbordamiento. También ofrecen ejemplos en los que el rechazo de una idea innovadora por parte de las empresas llevó a la generación de

nuevas empresas: “Chester Carlsson comenzó Xerox después que su propuesta de producir una nueva máquina copiadora fue rechazada por Kodak. Steve Jobs comenzó Apple después que su propuesta de producir un nuevo computador personal fue rechazada por Xerox.” (Audretsch y Thurik, 2004:6). Un segundo mecanismo a través del cual el emprendimiento genera crecimiento económico es mediante el aumento del número de empresas y de la competencia. Por último, una tercera forma es aumentando la diversidad entre las empresas.

También dentro del enfoque sobre las consecuencias del emprendimiento hay dos modelos que intentan vincular el nivel micro de la acción individual con el nivel macro de la economía, el primero es propuesto por Wennekers y Thurik (1999), el segundo es del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2008)

Ilustración 1 Modelo de Wennekers y Thurik



Fuente: Wennekers y Thurik (2002): 21.

Wennekers y Thurik (1999) proponen un modelo para vincular el emprendimiento con el crecimiento económico (Ilustración 1). Este modelo propone tres niveles de análisis, el nivel individual, el de la empresa y el nivel macro de la economía nacional. La actividad emprendedora se origina siempre en el nivel individual, la inicia un individuo emprendedor, cuyas actitudes, motivaciones, habilidades y dotación psicológica lo llevan a iniciar una empresa. Es en el nivel de la

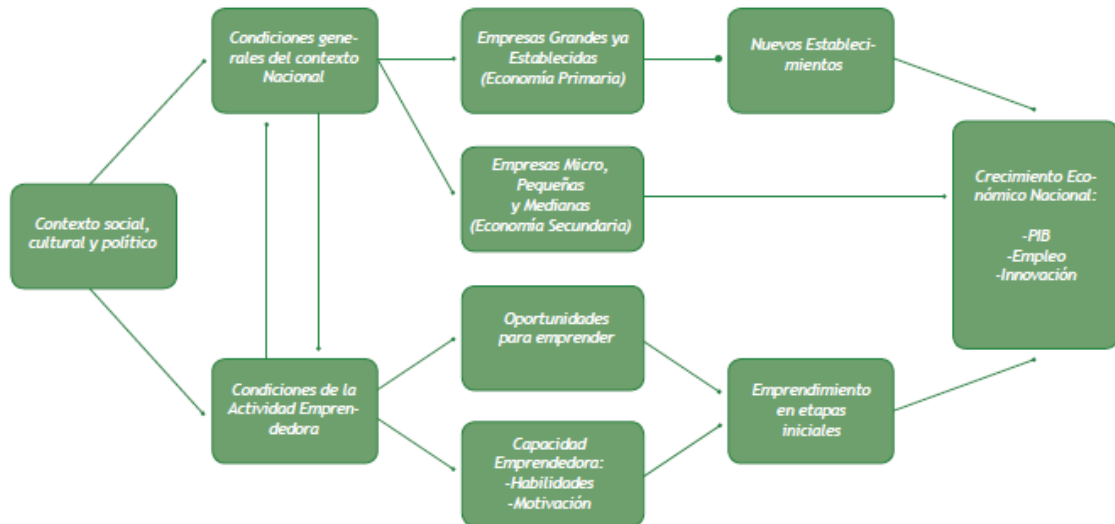
empresa donde se realiza efectivamente el emprendimiento y esto se da en un contexto de factores culturales e institucionales, el entorno de negocios y las condiciones macroeconómicas que afectan al emprendimiento.

En el nivel macro de las industrias y la economía nacional, la suma de actividades emprendedoras constituye un conjunto de nuevas ideas e iniciativas que compiten en el mercado. Esta competencia lleva a la variedad y cambio en el mercado, a una selección de las firmas más viables, su imitación y el desplazamiento de las firmas obsoletas. Por lo tanto, la actividad emprendedora expande y transforma el potencial productivo de la economía nacional, a través de inducir una mayor productividad y una expansión de nuevos nichos e industrias. Los procesos en el nivel agregado están, a su vez, vinculados con el nivel individual, obviamente incluyendo mecanismos de retroalimentación importantes para el emprendedor individual y que resultan en el lucro personal y la autorrealización (UNCTAD, 2005).

Este modelo es interesante en cuanto intenta vincular el nivel individual con el macro y considera las variables psicológicas de los emprendedores, tanto en el inicio del emprendimiento como en las consecuencias (realización personal), sin embargo no incorpora variables socioculturales ni de la localización del emprendimiento en un territorio, un entorno social determinado, una comunidad. Por lo tanto si bien puede dar cuenta en forma adecuada de la relación entre los niveles individuales y el crecimiento de la economía, lo hace dando un gran salto del nivel micro al macro, pasando por alto variables intermedias, sociales y culturales, así como simplificando las motivaciones en el nivel individual en el lucro personal y la autorealización.

El modelo GEM presenta algunos de los elementos claves para la actividad emprendedora así como las relaciones que existen entre ellos. Analiza el rol de las grandes empresas como creadoras de oportunidades para las pequeñas y medianas empresas, y al mismo tiempo el rol del emprendimiento como creadores de empresas y crecimiento como los dos principales mecanismos que en forma complementaria conducen el crecimiento económico.

Ilustración 2 Modelo GEM



Fuente: GEM Chile (2008): 10.

La parte superior de la figura se enfoca en el rol de las grandes empresas. Dependiendo de las condiciones generales del contexto nacional, las grandes empresas pueden promover su expansión y maduración. El éxito económico de estas grandes empresas tiende a crear nuevas oportunidades de mercado para pequeñas y medianas empresas. Pero el que las empresas sean capaces de aprovechar estas oportunidades depende en gran medida de la existencia de un sector de pequeñas y medianas empresas competitivo. Esto correspondería al primer mecanismo conductor del crecimiento económico. El segundo mecanismo corresponde a la parte inferior de la figura, el rol del emprendimiento. El proceso emprendedor ocurre en un contexto que son las condiciones de la actividad emprendedora, en esto se incluye la existencia y emergencia de oportunidades de mercado y la capacidad, motivación y habilidades de individuos para establecer empresas que aprovechen esas oportunidades. Así como el éxito de las grandes empresas tiende a generar oportunidades para las pequeñas y medianas empresas, estas empresas también pueden afectar a la prosperidad de las grandes empresas a través de diversos mecanismos, principalmente a través de su rol como proveedores (GEM, 2008).

Este modelo se enfoca más en las relaciones entre los distintos niveles de las empresas e industrias y en la creación de oportunidades económicas, no profundiza

mayormente en el nivel individual, en las motivaciones, ni en el entorno social, cultural e institucional.

Como se puede observar, las teorías revisadas hasta ahora se enfocan principalmente en el nivel macroeconómico, tanto los determinantes como las consecuencias del emprendimiento. Los modelos planteados más arriba intentan vincular la acción individual de los emprendedores con el crecimiento económico de los países, y pese a que son un buen aporte para comprender el fenómeno del emprendimiento en términos globales aún fallan en explicar el nivel micro.

Dado que las intervenciones de INDAP para el fomento productivo en la pequeña agricultura, si bien responden a una política nacional de fomento y son planificadas en forma global, se aplican en el nivel local, a partir de una priorización regional de rubros y territorios, es más importante contar con un marco que nos permita entender el fenómeno en el nivel micro y meso, donde el territorio es una variable relevante.

Para esto se requiere recoger categorías de análisis que permitan explicar el comportamiento económico de los emprendedores del mundo rural. La sociología económica aporta algunos de estos elementos a través de diversas teorías, principalmente aquellas derivadas de la discusión acerca de la incrustación social de la economía (Polanyi, 1989; Mingione, 1993; Granovetter, 1985; Sayer, 2004; Berger, 1990). Por otro lado, es también importante recoger las características propias del mundo rural que sitúan el fenómeno del emprendimiento en un espacio social concreto, con características particulares, para lo cual se revisaron previamente las diversas conceptualizaciones acerca del desarrollo sociocultural del mundo rural, incluyendo la perspectiva de la Nueva Ruralidad. Estos aspectos se recogen en el modelo conceptual para comprender el emprendimiento rural propuesto a continuación.

### **3.3 Modelo conceptual para caracterizar el emprendimiento rural**

En esta sección se propone un modelo conceptual que permitiría integrar diversos factores explicativos para comprender el emprendimiento rural en el nivel micro, en un territorio determinado. Con este modelo se pretende aportar a una comprensión más integral de un fenómeno social complejo, a partir de la cual se pueden mejorar los programas de promoción y apoyo al emprendimiento en el mundo rural.

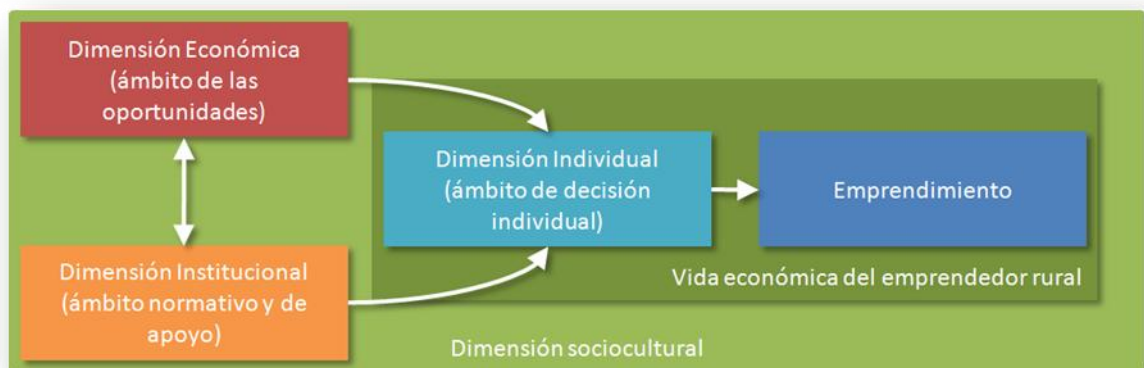
El modelo propuesto se elabora en base a cuatro dimensiones, cada una con diversos factores explicativos del emprendimiento, que se encuentran actuando en la vida económica de los emprendedores del mundo rural y que finalmente se manifiestan en el emprendimiento concreto, su proceso de inicio y desarrollo.

Cada una de las dimensiones recoge elementos de diversas teorías acerca del emprendimiento y el desarrollo económico en general. A continuación se exponen las dimensiones propuestas para este modelo y los factores explicativos contenidos en cada una de ellas. En primer lugar, la dimensión sociocultural se plantea como el contexto contenedor en el cual se mueven las otras dimensiones, está compuesta principalmente por factores como los valores, la cultura económica, aspectos demográficos y geográficos – territoriales. La dimensión económica constituye básicamente el ámbito de las oportunidades para emprender, en ella se abordan aspectos como la demanda, los mercados disponibles, la presencia de agroindustrias y los rubros y cadenas productivas y la interacción entre actores económicos que se encuentran operando en el territorio. La dimensión institucional establece el contexto normativo en el cual se desenvuelven los emprendedores del mundo rural, el cual establece regulaciones y barreras de entrada a la actividad económica, pero también incorpora al apoyo que pueden recibir los emprendedores de distintas instituciones.

Tanto la dimensión económica como la dimensión institucional interactúan entre sí e influyen la vida económica del emprendedor y la dimensión individual. La vida económica del emprendedor no constituye exactamente una dimensión, sino más bien un ámbito explicativo de las conductas de los actores económicos involucrados en el

emprendimiento rural y que dan cuenta de la incrustación social de la economía. La dimensión individual incorpora factores como las oportunidades individuales, los recursos disponibles para iniciar el emprendimiento, las características individuales y la motivación de los emprendedores. Por último se presentan los principales aspectos del emprendimiento que permiten caracterizarlo y al mismo tiempo evidenciar la forma en que se materializa la acción de los factores explicativos incorporados en las dimensiones descritas.

Ilustración 3 Esquema del Modelo Conceptual del Emprendimiento Rural



### i) Dimensión Sociocultural

En esta dimensión se incluyen aquellos elementos que permiten caracterizar el contexto sociocultural en el cual ocurren los emprendimientos. Está compuesta por cuatro aspectos principales, los valores, la cultura económica, aspectos demográficos y los aspectos geográfico territoriales. Esta dimensión establece el contexto sociocultural en el cual se desenvuelven las otras dimensiones, esto significa que los valores descritos, los aspectos de la cultura económica, demográficos y territoriales son transversales a las otras dimensiones, es decir, los factores explicativos de las dimensiones económica, individual e institucional se ven influidos en alguna medida por la dimensión sociocultural, establece el sustrato cultural en el cual las otras se desarrollan.

## Valores y rasgos culturales

En primer lugar se consideran los valores que se encuentran legitimados y operando en el territorio rural estudiado. Los valores tienen una influencia considerable sobre la conducta de las personas y son guías que orientan la acción cotidiana, la diferenciación entre lo bueno y lo malo, lo adecuado, inadecuado, lo deseable o no, etc.

Dentro de los valores considerados como relevantes en esta dimensión aparecen en primer lugar los valores y rasgos culturales asociados a la concepción clásica del mundo rural, como el apego a las tradiciones, el machismo, la valoración de la familia, y la vinculación a la tierra. Estos valores se plantean como importantes en esta dimensión en cuanto han sido normalmente asociados a un *ethos* hispanoamericano y católico que no sería compatible con la economía de mercado. La presencia o ausencia de estos valores estaría dando cuenta de cómo este *ethos* hispanoamericano se modifica o no con la economía de mercado, o por el otro lado, cómo la economía de mercado se adapta a un *ethos* diferente, mostrando de esta forma una alta plasticidad y flexibilidad, que le permitiría funcionar incluso bajo estructuras valóricas asociadas a un tipo de mentalidad más tradicional, por contraste a la asociación del emprendimiento y el capitalismo con una mentalidad más moderna y flexible (Fontaine, 1990).

También en el ámbito de los valores, hay algunos que están más asociados al emprendimiento: el valor atribuido a la independencia y autonomía en el trabajo, o preferencia por el autoempleo. También la valoración del emprendimiento y la innovación la cual se relaciona con la exposición al emprendimiento (Verheul, Wennekers, Audretsch & Thurik, 2001), se supone que en la medida en que las personas están más expuestas al emprendimiento, éste se legitima como actividad productiva y aumenta su valoración y la probabilidad de que las personas se conviertan en emprendedores.



## **Cultura Económica**

Peter Berger plantea el concepto de Cultura Económica para explicar el surgimiento de las economías capitalistas asiáticas, las cuales revisten características particulares que las distinguen del capitalismo occidental.

El concepto se refiere al entorno cultural en el que se insertan las instituciones y procesos económicos. La palabra 'cultura' se refiere a la panoplia de creencias, valores y patrones de conducta establecidos que ordenan la vida en una sociedad determinada. "Hablar de 'cultura económica', entonces, no es sino indagar en qué forma la esfera de la economía se relaciona con otros aspectos de la vida." (P. Berger, 1990: 14). A partir de este concepto intenta explicar el surgimiento de los capitalismos asiáticos proponiendo que el *ethos* confucianista presenta una serie de valores (laboriosidad, disciplina y sacrificio) similares a los del *ethos* calvinista detectados por Weber (disciplina, laboriosidad, orientación hacia el futuro, fuerte sentido de responsabilidad moral por nuestros actos en la sociedad y un aguzado individualismo). Estos elementos culturales estarían jugando el rol de un equivalente funcional del *ethos* calvinista en el surgimiento de los capitalismos asiáticos. Al mismo tiempo esto permite explicar las características propias del capitalismo asiático, ya que si bien el *ethos* confucianista comparte una serie de valores con el calvinista, también tiene algunas diferencias, por ejemplo ha demostrado que es posible crear empresas competitivas, eficientes y capaces, al mismo tiempo de encarnar valores y prácticas cercanas al espíritu feudal y al paternalismo.

Berger plantea la hipótesis que alguna forma de ascetismo intramundano, como el descubierto por Weber para el caso del protestantismo en el surgimiento del capitalismo occidental, es un imperativo funcional al menos para las primeras etapas del desarrollo capitalista de los pueblos. En ese sentido interesa indagar si es que existe algún indicio de un equivalente funcional del ascetismo intramundano en el caso del emprendimiento rural chileno.

Junto a lo anterior, Berger plantea el concepto de *ventaja cultural comparativa* para dar cuenta de ciertos elementos culturales que pueden estar latentes o no, y que dadas ciertas condiciones del entorno pueden gatillar o contribuir a un aumento notable

del desarrollo. Toma este concepto de la “economía”, para analizar casos como el de China o Japón. Por ejemplo, si en cierto momento se abriera un Mercado para una fuerza de trabajo disciplinada, proclive a consumir poco, y ansiosa de educarse, un pueblo cuya cultura valora estos rasgos (como sería el caso de China) tendrá una ventaja comparativa sobre pueblos con una cultura con estilos de vida más relajados, consumistas y hedonistas. Sin embargo, en China existe también una desventaja que limita hasta cierto punto el crecimiento de las empresas, la confianza para los negocios pasa en gran medida por la existencia de vínculos familiares, pero una vez que la extensión de los lazos familiares se acaba, se reducen las posibilidades de expandir más la empresa y sus relaciones comerciales. En Japón, en cambio, la transformación de su ética feudal y militar del siglo XIX y anterior, a una ideología que inculca lealtad hacia las grandes organizaciones, cuyos miembros no necesariamente tienen parentesco entre sí, ha permitido extender las relaciones comerciales más allá de los límites de confianza de los vínculos familiares. En este caso, la sociedad china tendría una desventaja cultural comparativa respecto a Japón para formar empresas grandes y complejas. En este ámbito interesa indagar en qué medida los rasgos culturales del mundo rural chileno, descritos en el capítulo sobre el desarrollo sociocultural del mundo rural, pueden constituirse en ventajas o desventajas culturales para el desarrollo del emprendimiento, por ejemplo la concepción de familia como unidad productiva, la extensión de las relaciones de confianza, el apego a la tierra, entre otras.

### **Aspectos demográficos**

En este ámbito hay diversas variables que estarían afectando la probabilidad de los individuos de tomar la decisión de iniciar un emprendimiento. En este aspecto se destacan como relevantes la educación o el acceso a centros de estudio, la migración y la incorporación de las mujeres al mercado laboral.

La educación es importante para estimular el emprendimiento por varias razones. Primero, la educación provee individuos con un sentido de autonomía, independencia y autoconfianza. Estas cualidades son importantes cuando se inicia un negocio. Segundo, la educación pone a las personas más alertas acerca de alternativas de carreras. Tercero, la educación expande el horizonte de los individuos dejando a las personas más equipadas para percibir oportunidades y finalmente, la

educación provee conocimiento que puede ser usado por los individuos para desarrollar nuevas oportunidades de emprendimiento (Verheul, Wenekers, Audretsch & Thurik, 2001).

La inmigración también es relevante, ya que impacta directamente a través de los mecanismos establecidos en la teoría de la marginación, que plantea que las minorías étnicas pueden generar emprendimientos a partir de su insatisfacción. Esta insatisfacción puede estar relacionada con la dificultad de los inmigrantes de adaptarse a los valores y costumbres de la población local o por la discriminación cuantitativa y cualitativa que sufren en el mercado laboral. Además es más probable que los inmigrantes tengan una menor aversión al riesgo, ya que el hecho de inmigrar ya implica grandes riesgos, y asumir riesgos es considerado una característica fundamental del emprendimiento (Henríquez, Verheul, Van der Knaap y Bischoff, 2001).

La participación de las mujeres en el mercado laboral, a medida que aumenta se incrementan también las probabilidades que las mujeres sean autoempleadas (Verheul, Wenekers, Audretsch & Thurik, 2001). Sin embargo las mujeres que están dentro de la fuerza de trabajo presentan menores tasas de autoempleo que los hombres. Estas menores tasas se pueden explicar de diversas formas, por un lado tienen mayores dificultades para disponer de un capital financiero para iniciar un negocio, dado que es más probable que tengan una historia laboral más discontinua (por la crianza) o por tener mayores dificultades para acceder a créditos de instituciones financieras. En el contexto del mundo rural esto también se puede explicar a partir del empleo temporal, en temporada alta las mujeres llegan a representar el 27% del total de trabajadores agrícolas, mientras que en temporada baja alcanzan el 16%. De las mujeres que trabajan en explotaciones agropecuarias y forestales, el 87% lo hace en empleos temporales (PNUD 2008). Otro factor que complica la posibilidad de las mujeres de desarrollar un emprendimiento es su rol reproductivo y de dueñas de casa, lo cual genera limitaciones de tiempo para las mujeres emprendedoras (Loscocco, 1991). Por otro lado, estas mismas limitaciones pueden favorecer la tendencia de las mujeres a autoemplearse por la flexibilidad de los tiempos de trabajo asociada (Buttner y Moore, 1997). Otros estudios indican que los emprendimientos

desarrollados por mujeres tienen un menor desempeño y tasas de supervivencia más bajas, con lo cual afectan sobre la tasa de salida de emprendimientos, pero la evidencia en este tema es ambigua. Por último los emprendimientos desarrollados por mujeres contribuyen a la diversidad en la oferta de emprendimientos porque su forma de abordar los negocios, procesos productivos y productos finales es diferente a la de los hombres (Verheul, Wenekers, Audretsch & Thurik, 2001). Este factor se relaciona directamente con el machismo como rasgo cultural característico del mundo rural, ya que este puede condicionar la incorporación de la mujer al mercado laboral.

### **Aspectos geográfico – territoriales**

En este aspecto se incluyen factores que dan cuenta de variables geográficas y territoriales que pueden afectar el desarrollo de los emprendimientos, en primer lugar el grado de aislamiento del espacio rural en el cual se realizan los emprendimientos, puede limitar las posibilidades de desarrollo de un emprendimiento al dificultar el acceso a insumos y a mercados de ventas, al mismo tiempo que aumenta los costos de producción y venta por los traslados involucrados.

El acceso a mercados también aparece como una variable relevante por lo anterior, en este sentido un territorio puede no estar aislado pero tener acceso a uno o varios mercados y centros urbanos. Esto es relevante por el tema de los costos de emprender, al mismo tiempo por las posibilidades que genera en cuanto a la existencia o no de oportunidades de negocios y de comercialización.

Por último la presencia de agroindustrias puede ser un factor relevante para el emprendimiento desde varios puntos de vista. Por un lado las agroindustrias son parte de cadenas productivas donde diversos productores actúan como proveedores de la industria, con lo cual generan oportunidades de negocio. Pero al mismo tiempo, la existencia de competencia entre las agroindustrias de un territorio también puede determinar la salida de ciertos rubros y la búsqueda de oportunidades innovadoras no ligadas a la agroindustria. Por ejemplo, en territorios especializados en la producción de maíz donde existe una única industria compradora, la industria podrá manejar los precios de compra de maíz haciendo poco rentable el rubro maicero. La competencia entre diversas agroindustrias debería producir el efecto contrario. Desde este punto de

vista las agroindustrias pueden constituir incentivos para la búsqueda de alternativas productivas, o por el contrario pueden aumentar el costo oportunidad del emprendimiento. Por otro lado, las agroindustrias pueden generar empleo en el territorio, con lo cual aumentan también el costo oportunidad del autoempleo.

## ii) Dimensión Económica

La dimensión económica constituye el ámbito de las oportunidades de mercado para el inicio y desarrollo de los emprendimientos. Se encuentran muy relacionadas con las variables descritas en los aspectos geográficos – territoriales de la dimensión sociocultural. En primer lugar, es relevante para establecer el marco de oportunidades la variedad de la demanda existente en el territorio, el supuesto subyacente es que mientras mayor sea la diversidad de la demanda habrán más oportunidades para iniciar nuevos negocios, explorar nuevos productos, etc. La variedad de la demanda depende a su vez de otros factores, como el tamaño de la población y la desigualdad del ingreso, entre otros (Verheul, Wennekers, Audretsch & Thurik, 2001).

Relacionado a lo anterior son importantes también los mercados disponibles o accesibles desde el territorio, por las razones desarrolladas anteriormente. Asimismo, la competencia puede significar tanto una dificultad, por la lucha por una cuota de mercado, como una oportunidad para el desarrollo de innovaciones y ventajas competitivas, el establecimiento de asociaciones comerciales, etc.

Por último son especialmente relevantes en esta dimensión los rubros y cadenas productivas que operan en el territorio, así como la interacción entre los distintos actores económicos vinculada a estas cadenas productivas (Agroindustrias, grandes productores, intermediarios, proveedores de insumos, asociados, supermercados, ferias, tiendas especializadas y consumidores en general), ya que esto puede definir las oportunidades de negocios, así como actuar como incentivo al emprendimiento o modificar el costo oportunidad de emprender.

## iii) Dimensión Institucional

Esta dimensión abarca la acción del marco institucional en el cual operan los emprendedores del mundo rural, esto incluye desde las instituciones que constituyen el

marco regulatorio y normativo de su actividad productiva, hasta la red de instituciones de apoyo que entregan diversos instrumentos para el desarrollo de su actividad productiva.

Las instituciones ayudan a reducir la incertidumbre, en particular establecen ciertos parámetros sobre los cuales se realiza el intercambio. En la medida en que estos intercambios son conocidos y se respetan, disminuyen los costos de transacción y se hace más fácil el intercambio económico. De esta forma apuntan a evitar las conductas oportunistas que pueden ocurrir en el intercambio (North, 2003:1).

Verheul, Wenekers, Audretsch y Thurik (2001) plantean que el rol del gobierno en el emprendimiento se desprende de las diversas formas en que el gobierno puede afectar sobre el entorno económico. Por un lado, tiene el rol de establecer un marco legal e institucional de funcionamiento de la economía, también puede asumir un rol correctivo en el caso de fallas de mercado. Los roles globales del gobierno en la economía también pueden afectar a la economía a través de las políticas enfocadas a las pequeñas y medianas empresas. Puede asumir un rol de protección de las PYMEs en su etapa inicial, de remover barreras de acceso o controlar la calidad a través de la fijación de estándares mínimos para los productos (estándares sanitarios, de composición, etc.).

### **Redes institucionales reguladoras**

Existen diversos mecanismos a través de los cuales la intervención del gobierno puede afectar al nivel de emprendimiento. Las políticas macroeconómicas impactan a través de la definición del sistema de impuestos, la regulación de mercado del trabajo y el sistema de seguridad social, entre otras. Por otro lado, el gobierno puede contribuir a regular el dinamismo de la economía, en este ámbito son relevantes factores como las regulaciones de entrada y las políticas de banca rota.

En el caso del mundo rural la red de instituciones reguladoras incluye al Servicio de Impuestos Internos, como regulador de los intercambios y sus impuestos asociados, a los organismos de salud como el Servicio de Salud Regional (SEREMIs de Salud), el Servicio Agrícola Ganadero (SAG) y el Servicio de Salud Metropolitana del Ambiente, que establecen las regulaciones sanitarias y fijan los estándares

mínimos de calidad de producto para asegurar la inocuidad de los alimentos, entre otros.

### **Redes institucionales de apoyo a emprendimiento**

Las políticas relacionadas con los elementos de entrada del emprendimiento se enfocan a estimular la disponibilidad de recursos para el inicio de nuevos emprendimientos, pueden dirigirse a mejorar las condiciones financieras de entrada o a mejorar la eficiencia de los pequeños negocios. Además puede tener políticas de apoyo o fomento al emprendimiento y a la creación y mantención de PYMES (Verheul, Wennekers, Audretsch & Thurik, 2001).

Desde esta perspectiva entonces podemos definir una red de instituciones de apoyo y promoción del emprendimiento que opera desde el gobierno en el mundo rural a través de diversos instrumentos, en esta red se encuentran INDAP, CORFO, SERCOTEC, SENCE, etc. que son los organismos encargados de ejecutar los programas de gobierno para promover la actividad productiva en el mundo rural.

### **iv) Dimensión Individual**

Esta dimensión considera aquellos aspectos que entran en el ámbito de la decisión individual, a partir de la cual las personas deciden o no emprender. La primera entrada para la decisión individual son las condiciones individuales para emprender, éstas incluyen:

#### **Las oportunidades**

Que según la literatura pueden ser por nuevos productos, nuevos mercados o nuevos procesos productivos (Verheul, Wennekers, Audretsch & Thurik, 2001). A estas oportunidades es necesario agregar aquellas que surgen de la interacción de los individuos con otros emprendedores o actores económicos en el marco de la dimensión económica, o con los agentes del marco institucional, ya sea de la red de instituciones de apoyo o de regulación.

#### **Los recursos externos**

Incluyen tanto los recursos financieros, los cuales pueden consistir en ahorros, regalos, herencias, capacidad de endeudamiento, y constituyen el capital inicial, como

otros recursos físicos así como asistencia e información y apoyo de sus redes de contactos.

### **Las características individuales**

La capacidad, que incluye tanto las habilidades adquiridas como el conocimiento y las aptitudes, lo que se relaciona con las variables incluidas en los aspectos demográficos de la dimensión sociocultural; los rasgos de personalidad, entre los que destacan los que se asocian al emprendimiento como la creatividad, iniciativa, búsqueda de oportunidades, persistencia y autocontrol y las competencias del emprendedor desarrolladas por McLelland (Búsqueda de oportunidades e iniciativa; Asumir riesgos; Demandar eficiencia y calidad; Persistencia; Cumplimiento; Búsqueda de información; Fijar metas; Planificación sistemática y seguimiento; Persuasión y redes de apoyo; Independencia y autoconfianza [D. McClelland, 1961]); y las preferencias, que se refieren al deseo o voluntad de las personas de dedicarse a ciertas ocupaciones o profesiones, también involucra su actitud hacia los riesgos y la valoración de la autonomía (Verheul, Wennekers, Audretsch & Thurik, 2001).

### **Motivación**

Por último la motivación para emprender constituye una variable relevante para este modelo. En general se distingue entre los emprendimientos motivados por necesidad, donde no hay otras alternativas en el mercado laboral, y los emprendimientos motivados por la detección de una oportunidad de negocios (GEM, 2006). Sin embargo la literatura revisada indica que probablemente estas no sean las únicas dos motivaciones posibles, la prevalencia de valores de autonomía e independencia económica, la exposición a casos de emprendimientos exitosos, las condiciones laborales, las condiciones personales (Verheul, Wennekers, Audretsch & Thurik, 2001), la motivación de logro (McClelland, 1961), y otros factores pueden generar el deseo de emprender o de autoemplearse, por tanto las categorías de motivación no son solamente de necesidad u oportunidad sino también el deseo de emprender, la preferencia por la autonomía, la motivación de logro, el deseo de autorrealización, etc.



## v) Vida económica del emprendedor rural

Esta sección incorpora algunos conceptos de la sociología económica que permiten comprender los mecanismos que operan tras las conductas de los emprendedores rurales en su vida económica. La discusión de estas categorías de análisis se encuentran desarrolladas en el Anexo n° 1, y en esta sección sólo se desarrollan como herramientas de análisis de la vida económica de los emprendedores.

En primer lugar es importante rescatar los principios sociales básicos que operan en la economía planteados por K. Polanyi, la reciprocidad, redistribución, hogar y trueque o intercambio (K. Polanyi, 1989). Estos principios estarían operando permanentemente en la vida económica aún cuando en la sociedad industrial moderna predomina el principio de intercambio, los otros principios, especialmente reciprocidad y redistribución, también serían importantes para comprender la conducta de los actores económicos.

Mingione presenta una versión más operativa al asimilar los conceptos de reciprocidad y redistribución con comunidad y asociación respectivamente, donde el sentido de la relación social en cada uno de estos principios surge de diferentes tipos de intereses comunes. “Si se lleva esta distinción a su límite extremo, podría decirse que mientras en situación de reciprocidad la defensa del interés de un grupo requiere que algunos miembros realicen sacrificios individuales, que pueden ser compensados por otros miembros en diferentes formas y en diversos momentos, las relaciones asociativas promueven los intereses de todos los miembros de una asociación y los defienden frente a los ajenos a ella.” (Mingione, 1993). El principio de reciprocidad está caracterizado por estar acotado a organizaciones o grupos sociales constituidos por un número variable pero limitado de miembros, ya que las relaciones de reciprocidad requieren del conocimiento mutuo, de esta forma se establecen redes de reciprocidad que son las que operan en las relaciones sociales de comunidad (Mingione, 2002).

Por otro lado, es relevante incorporar al análisis las normas y sentimientos morales subyacentes a la acción económica, y el concepto de responsabilidad

económica, para comprender las motivaciones y principios orientadores de la conducta de los actores económicos (Sayer, 2004).

Por último se incorporan al análisis las nociones de redes sociales de confianza, parentesco, amistad y reputación, en cuanto permiten comprender cómo las redes sociales actúan e influyen las decisiones que toman los actores económicos (M. Granovetter, 1985).

Una perspectiva que recoge parte de este análisis es la del capital social, que involucra el desarrollo de redes y vínculos de cooperación, confianza y reciprocidad como un recurso de las personas que puede ayudar en el éxito de la actividad productiva. Se define como “el contenido de ciertas relaciones y estructuras sociales, aquellas caracterizadas por actitudes de confianza y comportamientos de reciprocidad y cooperación” (Durston, 2001). El capital social constituye entonces un recurso al cual los emprendedores podrían recurrir para concretar diversos proyectos y objetivos asociados a su emprendimiento.

## vi) Características del emprendimiento

Por último cabe revisar cuáles son las principales categorías de análisis respecto al emprendimiento como actividad productiva. Éste ámbito es especialmente relevante en cuanto a que es la materialización de los factores y dimensiones desarrollados previamente. En este sentido se plantea que los factores explicativos desarrollados hasta ahora se concretan en estrategias y prácticas de emprendimiento que permiten observar la materialización de dichos factores.

En primer lugar, es necesario considerar el inicio del emprendimiento, desde el punto de vista de las oportunidades que le dan lugar, las variables del ámbito individual, especialmente la motivación para emprender, la relación con la dimensión institucional, tanto en términos de apoyo como de trabas o dificultades que puedan proporcionar las redes del marco institucional.

También es importante determinar el tipo de emprendimiento, si es asociativo o no, cuál es su rubro, proceso productivo, las posibles innovaciones, etc. La estructura organizacional del emprendimiento, la forma de organización del trabajo y

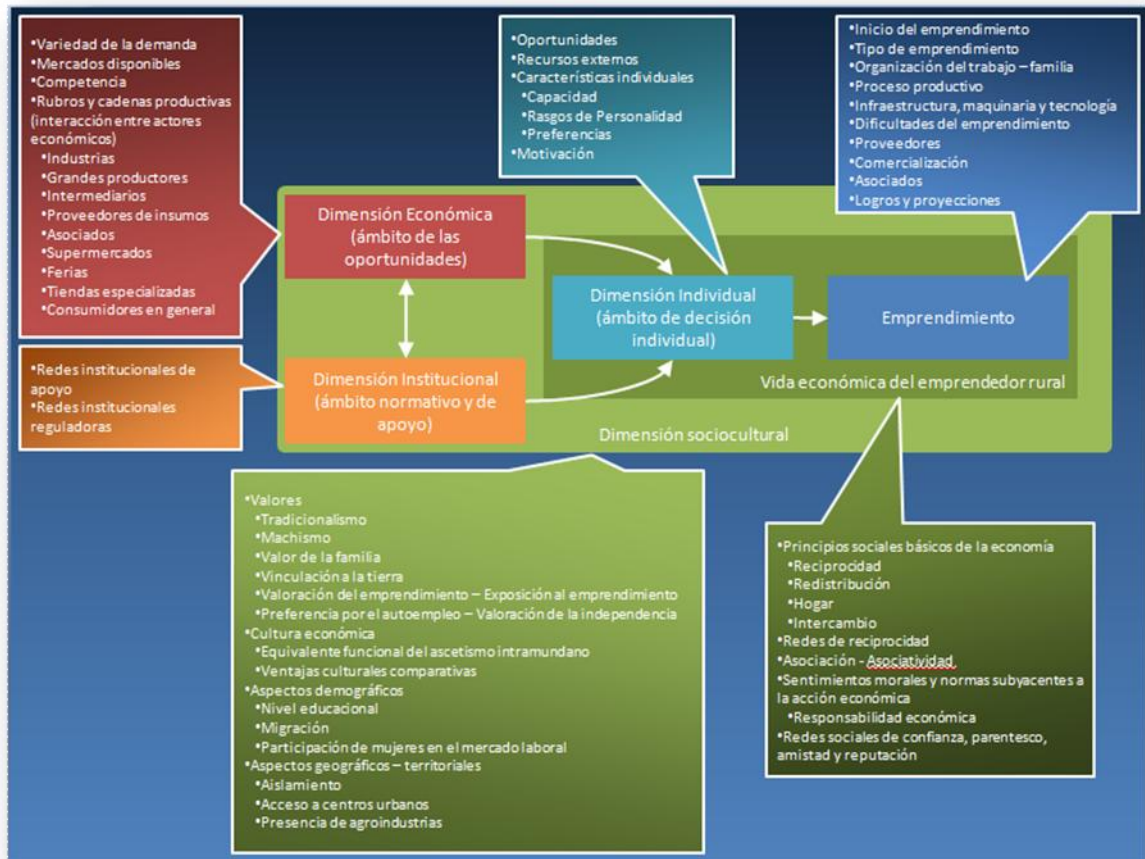
especialmente la organización productiva al interior de las familias, vale decir, si trabaja toda la familia o una parte, si se articula o complementa con otras actividades productivas familiares y la redistribución de roles dentro de la familia. Este ámbito reviste especial importancia en cuanto se supone que uno de los objetivos del emprendimiento es mejorar las condiciones de vida de la familia. También interesa caracterizar el proceso productivo y los elementos que intervienen en éste. Ligado a esto también está la infraestructura productiva, la utilización de maquinaria y tecnología para el proceso productivo y de comercialización.

Otras categorías de análisis de interés para este marco conceptual son las dificultades encontradas en el desarrollo del emprendimiento, los logros y las proyecciones a futuro, y cómo estos aspectos tienen que ver con las otras dimensiones, por ejemplo la falta de apoyo por parte de la red institucional de apoyo, las dificultades para cumplir con las regulaciones de la red institucional reguladora, las dificultades producto del aislamiento, la dificultad de acceso a capital inicial, los rasgos culturales y valores, etc. También aparecen como relevantes para este estudio la relación con proveedores y asociados y sus formas de comercialización, tanto en sus dificultades, logros y proyecciones como en la forma en que éstos se relacionan con las otras dimensiones.

Las variables definidas hasta aquí son relevantes en cuanto dan cuenta de las posibilidades de desarrollo futuro del emprendimiento. Por ejemplo, la organización familiar del emprendimiento puede definir las posibilidades de desarrollo futuro, en la medida en que la redistribución de roles al interior de la familia puede, ya sea fortalecer o debilitar la unidad familiar o requerir la postergación de algunos miembros en función de los otros. Las tecnologías productivas también pueden poner un techo al crecimiento de la empresa, ya que la utilización o no de maquinaria o tecnología puede condicionar las posibilidades de las empresas de responder a aumentos de la demanda. Por lo anterior también es relevante conocer las relaciones que establecen los emprendedores con sus consumidores, intermediarios, mercados y tiendas especializadas, industrias y otros posibles compradores, así como las relaciones que establecen con sus proveedores de insumos y servicios y la organización de la fuerza de trabajo. Estos aspectos pueden determinar en gran medida la capacidad de

respuesta del emprendimiento frente a demandas emergentes, problemas en la producción, y otros eventos que podrían comprometer o limitar el crecimiento del negocio.

Ilustración 4 Síntesis del Modelo Conceptual y sus factores explicativos



## IV. ESTUDIO DE CASOS

En esta sección se presenta el estudio de casos realizado con 7 emprendedores de la Región Metropolitana. Este estudio se estructuró de manera de construir un relato de los emprendedores que diera cuenta de los elementos incluidos en el modelo conceptual del emprendimiento rural, es decir, del inicio el emprendimiento, el tipo de emprendimiento, la organización del trabajo y la familia, la infraestructura, maquinaria y tecnología utilizada, las dificultades del emprendimiento, las redes de proveedores y consumidores, la relación con los asociados, y los logros y proyecciones del emprendimiento. A partir del análisis de estos aspectos en los casos estudiados se desarrollarán los otros elementos incluidos en las dimensiones del modelo conceptual, ya que el planteamiento del modelo es que en estos elementos concretos del emprendimiento rural se puede observar cómo se manifiestan los factores explicativos descritos en el modelo conceptual.

El estudio se realizó principalmente a través de entrevistas a los emprendedores, visitas a su domicilio y observación de sus espacios de producción y en algunos casos se observó parte del proceso productivo y de comercialización. Posteriormente, se ha hecho un seguimiento a los casos estudiados a través del monitoreo de los avances de sus emprendimientos, a través de diversas fuentes y por contacto personal con los entrevistados o con miembros de su familia, durante las Expomundorural realizadas con posterioridad a la realización del trabajo de campo (2007 y 2008).

El análisis de la información del estudio de casos se estructura de la siguiente forma, en primer lugar se hace una presentación de los casos, en la cual se señalan las características generales del emprendimiento, con lo cual se da cuenta de la familia del emprendedor, su historia migratoria y la historia del emprendimiento. A continuación se presenta una caracterización del territorio y la economía local, abordando las variables descritas en el modelo en los aspectos geográficos y

territoriales. Después se presenta un análisis de la variedad de la demanda, los mercados disponibles y las prácticas de comercialización.

Posteriormente se presenta un análisis de las características personales y familiares de los casos estudiados, en esta sección se abordan las variables incluidas en la dimensión individual del modelo conceptual, con excepción de la motivación que se desarrolla más adelante. También se incluyen algunos aspectos de la organización del trabajo y la familia a partir de la actividad productiva que corresponden al ámbito de caracterización del emprendimiento.

En la sección 5 se presenta el análisis de la inserción del emprendimiento en la comunidad y la cultura, abordando para ello los elementos incluidos en la dimensión sociocultural, especialmente los valores y la cultura económica. Luego se presenta un análisis del tipo de emprendimiento y el sentido de la acción económica desde la perspectiva de la vida económica del emprendedor, y las categorías desarrolladas para ello en el modelo teórico.

En la sección 7 se presenta un análisis del inicio del emprendimiento, que corresponde al ámbito de las características del emprendimiento y se vincula con el aspecto de la motivación para emprender. A continuación se realiza el análisis acerca del desarrollo del emprendimiento, que incluye otros aspectos de las características del emprendimiento, como la infraestructura, maquinaria y tecnología y la relación con proveedores y asociados. Por último en las secciones 9 y 10 se revisan las dificultades del emprendimiento y los logros y proyecciones.

## **4.1 Presentación general de los emprendimientos**

### **i) Ester Hernández – Lácteos Santa Ester**



Ester Hernández tiene 62 años, vive en la comuna de María Pinto, en el sector de Ibacache Alto. Casada con tres hijos, dos mujeres y un hombre. Tiene educación básica

incompleta y lee con dificultad. Con su marido son propietarios de su parcela, donde tiene su casa, una lechería y aproximadamente 12 vacas lecheras de las que se encarga el marido con ayuda de su hijo, quien además trabaja en un fundo. La señora Ester produce queso fresco, ricota y manjar, todos estos productos en distintas variedades (queso fresco con ciboulette, oregano, manjar con naranja, manjar solo, etc.). Cuenta con autorización del SESMA para todos los productos que vende. Su marido es su principal proveedor de leche para la producción.

Es originaria de San Antonio, del sector de El Convento, pero migró el año 1962 con su padre hasta el sector de Ibacache Alto, el año 1966 formó su propia familia. En 1978 junto a su marido compraron una de parcela e instalaron una lechería rustica con cuatro vacas. En esa época su marido quedó sin trabajo (antes trabajaba en un fundo) y se dedicó a trabajar la parcela. Junto a ello, para poder pagar los gastos de la casa y la educación de sus hijos la señora Ester comenzó a producir y vender queso que elaboraba de manera artesanal en su casa. En 1998 la Sra. Ester formalizó su empresa y comienza a recibir apoyos de algunas instituciones y a trabajar con supervisión de organizaciones como el SESMA.

Y ahí empezó la cosa del queso y yo hacía queso acá, igual lo entregábamos a un casero, que uno lo llama casero, es una persona que trae toda la mercadería en un bus, en un camión y lo cambia por las cosas que uno podía vender en esa época. Ahora ya no lo hace, ya no compran el queso así. Y ahí empecé con lo mío con el queso, ¿ya? Lleve el queso a la casa de los colegios, porque un profesor me dice, me dice porque no en vez de venderle al casero los traes y nos vendes a nosotros. Y ahí empecé a hacerme el sueldo para pagar el colegio de los niños.

*Ester Hernández – Lácteos Santa Ester*



## ii) Giovanna Alvarado – Caracoles Huechún

Giovanna Alvarado tiene menos de 30 años, vive en la comuna de Melipilla, en el sector de Huechún, es soltera, vive con su hermana en una casa, en un terreno de su padre, en el mismo terreno está también la

casa de sus padres y de su hermano, quien ya formó su propia familia. Ha vivido en el sector toda su vida.

Giovanna Alvarado formó su microempresa familiar el 2006 junto a su madre, su hermana, su cuñada y una vecina. Se dedican a la Helicicultura, producen cosméticos, crema, jabón y shampoo con baba de caracol. Los crían en dos naves construidas en el terreno en el que viven, las que además tienen una sala de extracción. Antes trabajaba como temporera en el sector junto a su hermana, hasta que decidieron armar un negocio propio y empezaron a buscar opciones. Su padre se dedica a la agricultura en su terreno, produce rubros tradicionales, como papa o maíz. Su madre es dueña de casa y socia de la empresa, pero no trabaja directamente en la producción.

¿Y cuando tú decidiste con tu hermana a buscar un proyecto, era porque estabas aburrida de lo anterior?

Si po, igual los dos últimos años antes de trabajar en esto trabajábamos en Talagante en una planquinera y todos los días viajábamos a las 6 de la mañana y llegábamos a las 8 de la noche e igual, de lunes sábado, estábamos choreadas con el cuento, y aparte que trabajar tanto, tanto para ganar lo mismo siempre, dijimos, ah ya, basta, queríamos algo para nosotras, igual podemos, igual somos capaces

*Giovanna Alvarado, Caracoles Huechún*

### iii) Juan Gómez – Lácteos Don Camilo



Juan Gomez tiene 34 años, vive con su familia, sus padres y su hermano en una parcela en el sector de San Manuel, comuna de Melipilla. Es casado y tiene una hija pequeña. Tiene estudios como técnico en sonido.

Juan Gómez tiene una empresa familiar, iniciada por su padre el año 1987, actualmente la administra Juan, y trabajan en ella su padre, su hermano, su señora y él. Producen quesos maduros con una receta tradicional y muy famosa del sector. Su padre trabajó cerca de 30 años en la quesería del fundo San Manuel, más tarde el fundo se cerró y se vendieron las parcelas, una de las cuales fue adquirida por su padre. En 1987 se inició la



microempresa familiar que hoy es administrada por Juan Gómez. La familia ha vivido siempre en el sector, Juan Gómez cursó sus estudios superiores en Santiago, buscó trabajo un tiempo hasta que decidió volver a San Manuel y trabajar en el negocio familiar. En 1994 aproximadamente, comenzaron a invertir en infraestructura y equipamiento para mejorar su producción, inicialmente usaron créditos de la banca privada y más adelante empezaron a utilizar apoyo de instituciones como INDAP y FOSIS.

Esto era un fundo, y después esto se fue dividiendo, fueron comprando las parcelas, vendiendo las parcelas digamos, hasta que mi papá, bueno duro como treinta años, treinta y nueve años ahí haciendo quesos en el fundo, se independizó, formó su propio taller, se retiró, y ahí está, hasta hoy día.

*Juan Gómez, Lácteos Don Camilo*

#### iv) Margarita Allende – Sabores del Prado Verde



Margarita Allende vive en el sector de Prado Verde, en la comuna de San Pedro. Tiene entre 35 y 40 años, es separada y tiene dos hijos que viven con ella, un hijo de 19 años que trabaja y una hija de 17 que estudia en el liceo. Vive en un terreno que le dejó su abuelo, y ha vivido toda su vida en el sector.

Produce licores de diversos sabores en una construcción especial que levantó en su terreno. Partió como un proyecto asociativo con otras 9 mujeres pero estas abandonaron el proyecto rápidamente y Margarita lo continuó sola. Antes de dedicarse a esto fue dueña de casa y posteriormente se dedicó a la producción de frutillas, pero dado los malos precios intentó agregar valor a la producción de frutillas, para ello comenzó a hacer licores y mermeladas de frutilla, posteriormente fue perfeccionando la técnica de producción de licor e incorporó nuevos sabores.

Yo creo que se dio solo, en ese minuto, el 2002 o fines del 2001 era secretaria de una organización de agricultores, y como ahí estas un poco más metida en el tema del INDAP en todo... y con la persona que los asesoraba me dijo “¿y por qué no postulas a un proyecto?, existen proyectos” ahí yo no tenía idea que existían subsidios, entonces fue ahí cuando hicimos un proyecto con 10 personas, y de ahí partió, bueno había que tomar la decisión.

v) **María Leyton – Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer**



La señora María Leyton vive en el sector de San Antonio de Naltahua, en la comuna de Isla de Maipo. Es casada, tiene 4 hijos y dos hijas, las dos casadas. Tiene entre 50 y 60 años. En su casa vive con sus hijos y una de sus hijas casadas vive en una casa independiente pero en el mismo terreno. Ha vivido en la comuna de Isla de Maipo toda su

vida. El terreno es de ella y su marido.

Produce conservas de distinto tipo, pero la especialidad son los fondos de alcachofa. Formó una sociedad el año 1997, la cual estaba formada originalmente por 10 mujeres, pero algunas abandonaron la sociedad y quedaron las socias actuales, su hermana, una hija, y dos amigas que viven en sectores cercanos a la casa de la Sra. María. La empresa se formó con apoyo de INDAP y otras instituciones, con lo cual obtuvieron el capital inicial para invertir en infraestructura y equipamiento. Su marido se dedica al cultivo de alcachofas y frutales como los duraznos y es uno de los principales proveedores de la Sra. María.

Lo que pasa es que nosotros empezamos con los productos que se tienen en los predios que son las alcachofas, era zona de alcachofas. Entonces nosotros decidimos hacer una microempresa para utilizar esos productos que se pierden para que no se lo coman los animales y que se pierden en el campo. Entonces el boom de nosotros son los fondos de alcachofas, nosotros los hacemos en frasco de vidrio, todo lo hacemos nosotros a mano, no tenemos ninguna maquinaria. Entonces nosotros trabajamos, en el tiempo en que hay producción se contratan dos personas más para abastecer a la clientela que tenemos, porque sí tenemos harta clientela. La mayoría de la producción se le vende directamente al consumidor.

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer*

## vi) Mercedes Gómez – Azahares del Huerto



Mercedes Gómez tiene 57 años, vive con su esposo y sus hijas en una parcela de su propiedad en el sector de Huertos Familiares, en la comuna de Til Til. Llegó a la comuna hace aproximadamente 30 años con sus padres, desde las salitreras del norte, una vez que las cerraron debieron emigrar y llegaron a Til Til, donde su padre trabajó en la compañía

cementera Polpaico.

El año 1992 comenzó una empresa asociativa de mujeres dueñas de casa del sector, producen jabones de leche de cabra y otros cosméticos basados en la leche de cabra, como shampoos y otros similares. Partió con un proyecto FOSIS y con 20 socias, de las cuales algunas se abandonaron la sociedad y actualmente son 11.

Bueno nosotros primeramente llegamos a la Expo Mundo Rural, como esto era algo innovativo, nunca se había visto un jabón de leche de cabra. La gente, incluso estaban los que nos decían los quesos, pero, porque sí, asimilan la leche de cabra con el queso, entonces les costó hacerse la idea de que no era un queso ni un jamón, a lo mejor es parecido, pero no. Y de ahí nos llamaron varias veces de la televisión, y también fuimos a las radios y todo, así que hubo, hubo publicidad, y de ahí la gente empezó a llamar.

*Mercedes Gómez, Azahares del Huerto*

## vii) William Pavez – Codornices Quillahua



William Pavez tiene más de 60 años, vive en su parcela en la comuna de Isla de Maipo junto a su mujer y tres hijas que viven en casas separadas en el mismo terreno, cada una con su respectiva familia. Llegó a la comuna aproximadamente el año 2000 desde Concepción, donde se dedicaba al calzado, antes de eso había trabajado en la CORA hasta

el año en que fue cerrada.

Se dedica junto a su familia a producir huevos de codornices, además tienen otros productos como conservas de huevos en distintas variedades. Actualmente se encuentran construyendo una faenadora que les permitiría producir carne de codornices.

Hace 7 años llegamos aquí y estuvimos el primer año así hacíamos cosas, y después hace 6 años atrás compramos la incubadora, los huevos, empezamos. Ahora si uno considera de los días donde echamos por primera vez los huevos a la incubadora, 6 años, pero resulta que cuando echamos los huevos a la incubadora nadie pensó que este va a ser nuestro trabajo...

*William Pavez, Codornices Quillahua*

## **4.2 Caracterización del territorio y la economía local**

### **i) Caracterización geográfica territorial**

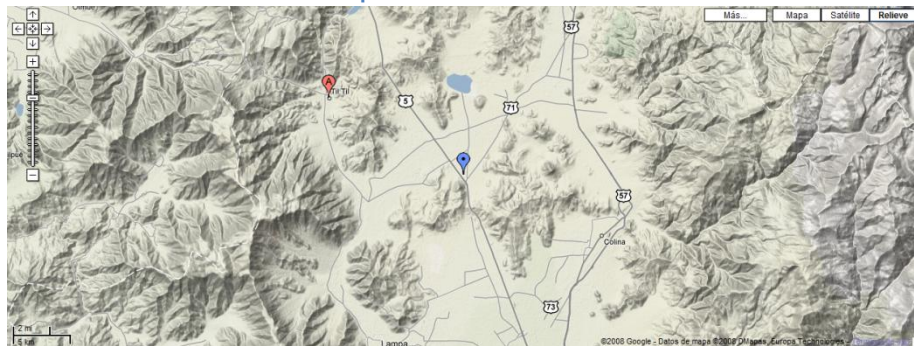
Los entrevistados pertenecen a 5 comunas de la región metropolitana, Til Til, Melipilla, María Pinto, San Pedro e Isla de Maipo, a continuación se presenta una breve caracterización del territorio de cada comuna.

Tiltil o Til-Til es una comuna ubicada al norte de la región metropolitana, en la provincia de Chacabuco. El territorio tiene características montañosas y semi áridas.

Su población total es de 14.755 personas, de las cuales el 55,31% vive en zonas urbanas y el 44,69% restante en zonas rurales. Las mujeres representan el 48,43% de la población y los hombres el 51,57%.

Como se observa en la imagen, se encuentra en un entorno de montañas bajas, al norte del valle de Santiago. El marcador rojo indica la ubicación de Til Til y el marcador azul indica el sector de Huertos Familiares, donde se encuentra la vivienda de Mercedes Gómez de Azahares del Huerto.

Ilustración 5 Mapa del relieve de la comuna de Til Til



Fuente: Google Maps

Hoy en día, se extrae mayoritariamente piedra caliza y áridos. También es conocida por su producción de tunas y olivos. El sector de Huertos Familiares está ubicado junto a la ruta 5, por lo que tiene vía directa con Santiago y existen transportes interurbanos que pasan por los diversos sectores de Til Til y la comunican con Santiago. El sector de Huertos Familiares se encuentra parcialmente pavimentado. El 97,6% de los hogares cuenta con energía eléctrica. La economía de la comuna se encuentra determinada en gran parte por la presencia de la planta de cemento Polpaico, la cual genera parte del empleo y marcó la historia de la comuna.

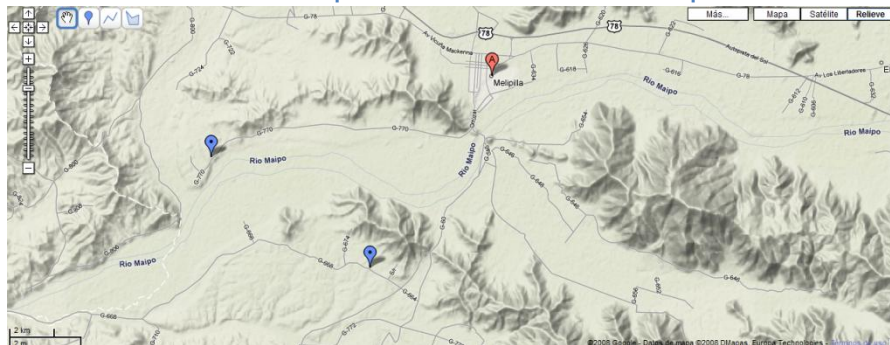
La comuna de Melipilla se encuentra dentro de la Provincia de Melipilla y está situada al suroeste de la región metropolitana, ocupando la vertiente oriental de la Cordillera de la Costa y un pequeño sector de la depresión intermedia. Su población total es de 94.540 habitantes, de ellos el 64,42% habita en sectores urbanos y el 35,58% restante es población rural. El 50,35% de la población son hombres y el 49,65% mujeres. Cuenta con un 94% de su casco vial pavimentado, con luz, agua y alcantarillados. Se encuentra comunicado directamente con Santiago y el puerto de San Antonio por la Autopista del Sol (ruta 78).

Su economía está impulsada en gran parte por la agricultura, la hortofruticultura y sus productos principales son frutícolas, hortícolas, lecherías, queserías, productos lácteos en general, ganadería, avícola y trigo. Cuenta con un importante desarrollo de productos lácteos, en especial de queserías, algunas de ellas con mucha tradición.

En términos de la industria existen agroindustrias de alimentos para el ganado; Productos de molinería y cereales; Carnes preparadas; Lácteos; Envasados y

conservación de frutas; legumbres. Otro polo es la minería de cal con la explotación de carbonato de calcio, a cargo de la mina Palliocabe y procesado en las plantas de Soprocal. Cuenta también con una planta de hormigón celular: ACC System S.A. Además existen algunas industrias situadas en la ciudad de Melipilla: Soprocal, Soinca, Molino del Rey, Super Pollo, Pollos Ariztía, Pollos Santa Rosa, ACC System Hormigón Celular S.A., Viña Chocalan, Viña Tres Palacios, Agrícola Valle Grande (Aceite de Oliva).

Ilustración 6 Mapa del relieve de la comuna de Melipilla



Fuente: Google Maps

En la imagen se observa el relieve de la zona de Melipilla, el marcador rojo indica la posición de la ciudad de Melipilla, el marcador ubicado hacia el Oeste (izquierda) indica la posición del sector de Huechún, donde vive Giovanna Alvarado. El marcador azul ubicado hacia el Sur (abajo) indica la posición aproximada de San Manuel, donde vive Juan Gómez. Ambas locaciones cuentan con acceso directo a Melipilla, desde Huechún se llega a Melipilla en aproximadamente 30 minutos por camino de tierra. Desde San Manuel se llega a Melipilla en aproximadamente 20 minutos por carretera pavimentada.

La Comuna de María Pinto se sitúa en la provincia de Melipilla en el valle de María Pinto. Se encuentra entre la carretera 68, que conecta Santiago con Valparaíso y la carretera 78, que va de Santiago a San Antonio, pasando por Melipilla. Tiene una población de 8.735 habitantes, distribuidos en 21 localidades en un área de 395 Km<sup>2</sup>. El 16% de la población es urbana y el 84% rural, 50,45% de la población son hombres y el 49,55% mujeres. Se ubica en el valle del estero Puangue, afluente del río Maipo.



Ilustración 7 Mapa del relieve de la comuna de Maria Pinto



Fuente: Google Maps

En la imagen se observa el marcador azul, que corresponde a la zona de Ibacache Alto, donde vive la Sra. Ester Hernández, tiene acceso por carretera a Melipilla (marcador rojo) hacia el sur, a aproximadamente una hora de viaje. También puede acceder por el norte a la ruta 68 y de ahí a Santiago o Valparaíso.

La comuna de San Pedro se localiza en la provincia de Melipilla, al sur oeste de la región metropolitana a 100Km de la ciudad de Santiago y a 42 Km de Melipilla. Su población total es de 7.549 habitantes, el 100% de ellos viven en zonas rurales, dispersas en 32 localidades. 54,05% son hombres y 45,09% mujeres.

La comuna esta comunicada vía terrestre por una serie de caminos secundarios, constituidos por una carretera de tierra y dos caminos principales, la carretera G-60 Melipilla central Rapel y la R-66 carretera de la fruta (ambos asfaltados). El Camino de La Fruta la conecta con la comuna de Las Cabras y con el Puerto de San Antonio. El camino a Rapel-Litueche es un camino secundario que conecta varias localidades de la comuna. El resto de las vías de acceso son caminos de tierra y sendas. Esto indica que para la mayoría de los habitantes de la comuna son más accesibles centros poblados cercanos, pertenecientes a otras comunas, que localidades de su propia comuna.

En la actualidad el principal cultivo desarrollado en la comuna es la frutilla. Este cultivo se realiza en la comuna desde hace unas cuatro décadas. Desde hace unos tres años se ha evidenciado en los productores una leve tendencia a introducir nuevos cultivos en la comuna, como plantaciones de uva de mesa, frutales de hoja caduca,

paltos, cítricos y olivos, lo cual está indicando un cambio en el desarrollo del sector agrícola, existiendo una mayor diversificación en la producción.

La producción pecuaria es la segunda en importancia en la comuna de San Pedro, ya que, de acuerdo a la encuesta Silvoagropecuaria del Departamento Agrícola Municipal (2001), el 60% de los campesinos se dedica a esta actividad. La masa ganadera que más se produce es la bovina, seguida por la ovina, principalmente en los sectores de Corneche, La Manga y Longovilo. El mayor porcentaje de esta producción es destinado al autoconsumo y a la comercialización de baja escala, realizada generalmente en la Feria Ganadera de Melipilla.

Ilustración 8 Mapa del relieve de la comuna de San Pedro



Fuente: Google Maps

En la imagen se puede observar el territorio de la comuna de San Pedro, el marcador azul muestra la zona de Prado Verde, lugar de residencia de Margarita Allendes, cercana a la localidad de San Pedro. En la imagen es posible ver la ruta 66, que conecta la comuna con Las Cabras y San Antonio, hacia el norte también se puede acceder a Melipilla.

Está ubicada en la región metropolitana, en la provincia de Talagante, al sur oeste de Santiago. Se conecta con la capital por la autopista del sol (ruta 78). Su población es de 25.798 habitantes, 73% vive en zonas urbanas y el 27% restante en zonas rurales. El 50,76% de la población son hombres y el 49,24% mujeres.



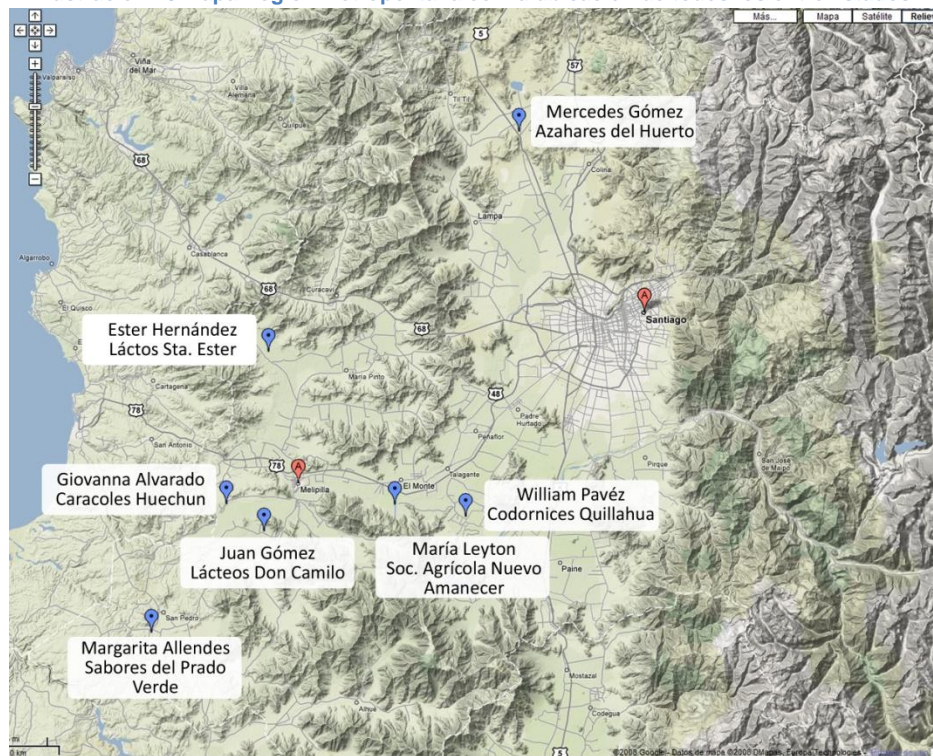
Ilustración 9 Mapa del relieve de la comuna de Isla de Maipo



Fuente: Google Maps

En la imagen se observa la comuna de Isla de Maipo. El marcador rojo indica la posición de la ciudad de Melipilla, mientras que el marcador azul ubicado hacia el oeste (izquierda) indica la posición de la vivienda de María Leyton (Soc. Agrícola Nuevo Amanecer) y el marcador azul ubicado más hacia el este (derecha) indica la posición de la vivienda de William Pavéz (Codornices Quillahua). Hacia el norte se puede observar la ciudad de Santiago y también la ruta 78 que comunica estas localidades con Santiago y Melipilla.

Ilustración 10 Mapa Región Metropolitana con la ubicación de todos los entrevistados



Fuente: Google Maps

Cómo se planteó en el modelo teórico el aislamiento y el acceso a mercados y centros urbanos son variables relevantes en el ámbito del territorio. Desde esta perspectiva podemos clasificar a los casos estudiados según sus características en estas variables.

En un primer grupo entran María Leyton y William Pavéz, quienes habitan en la comuna de Isla de Maipo, cercana a Santiago, el mayor centro urbano y comercial del país y también muy cercano a un centro urbano menor pero cercano a Santiago, como es el caso de Talagante. Además se encuentran cercanos a un centro urbano intermedio, Melipilla a través de la Autopista del Sol, y a través de esta misma autopista también tendrían acceso relativamente expedito al puerto de San Antonio. Estos dos casos se encuentran en un territorio cercano a centros urbanos grandes, medianos y pequeños, por lo tanto tienen acceso a los mercados asociados. En esta categoría también se podría incluir a Mercedes Gómez, quien se encuentra cercana a centros urbanos pequeños, Til Til y Lampa y por la ruta 5 tiene acceso bastante directo a Santiago.

En un segundo grupo estarían Giovanna Alvarado y Juan Gómez, que se encuentran cercanos a la ciudad de Melipilla, centro urbano mediano y también a través de la autopista del sol se encuentran cerca del puerto de San Antonio. Tienen acceso también a Santiago pero es menos directo que en el caso anterior. En esta categoría también se puede incluir a Ester Hernández, que se encuentra entre dos carreteras que comunican centros urbanos grandes, como la carretera que une Santiago con Valparaíso y Viña del Mar y la carretera que une Santiago con Melipilla y San Antonio, se encuentra cercana pero no demasiado a Melipilla. Es decir, está relativamente cercana a un centro urbano mediano y con acceso a vías de comunicación con centros urbanos grandes.

Por último Margarita Allendes se encuentra en una situación de mayor aislamiento relativo, ya que en la comuna de San Pedro no existen centros urbanos importantes, el más cercano es Melipilla, tampoco está cercana a vías de acceso a centros urbanos grandes, como Santiago, Valparaíso, o incluso San Antonio.

Respecto a la presencia de agroindustrias, en este estudio no se dispone de información acabada al respecto, pero aproximaciones realizadas a partir de datos del VII censo agropecuario señalan que la provincia con mayor concentración de empresas es la del Maipo, y en segundo lugar Melipilla, la comuna del mismo nombre es al que tiene mayor concentración de empresas agropecuarias, seguida por Paine, por otro lado, las otras comunas en las que viven los casos estudiados presentan una cantidad bastante menor de empresas agropecuarias, donde Isla de Maipo es la que presenta mayor cantidad con 48 casos.

Este dato opera sólo como una aproximación al de la presencia de agroindustrias, pero permiten obtener información respecto a la función que cumplen las agroindustrias en el modelo en cuanto generan oportunidades de negocios y de encadenamientos productivos. Al mismo tiempo permiten dar cuenta de la presencia de otras empresas que pueden actuar tanto como competencia directa o como socios en la cadena productiva. La generalidad del dato no permite hacer análisis muy profundos al respecto, pero si permite dimensionar la actividad productiva agropecuaria por comuna, donde si consideramos las comunas en las que habitan los casos estudiados tenemos que la comuna con mayor actividad productiva sería Melipilla con 236 empresas, en segundo lugar Isla de Maipo con 48 empresas, a continuación Til Til y María Pinto, ambas con 37 empresas y finalmente San Pedro con 25 empresas.

**Tabla 3 N° de empresas por provincia y comuna**

<b>Sociedades anónimas y de responsabilidad limitada</b>			
<b>Provincia</b>	<b>Comuna</b>	<b>N° de empresas</b>	<b>%</b>
<b>Cordillera</b>	Puente Alto	6	0,42
	Pirque	83	5,75
	San José de Maipo	25	1,73
	<b>Subtotal</b>	<b>114</b>	<b>7,89</b>
<b>Chacabuco</b>	Colina	113	7,83
	Lampa	90	6,23
	Tiltil	37	2,56
	<b>Subtotal</b>	<b>240</b>	<b>16,62</b>
<b>Maipo</b>	San Bernardo	98	6,79
	Buin	131	9,07
	Calera de Tango	73	5,06
	Paine	174	12,05
	<b>Subtotal</b>	<b>476</b>	<b>32,96</b>
<b>Melipilla</b>	Melipilla	236	16,34
	Alhué	15	1,04
	Curacaví	62	4,29
	María Pinto	37	2,56
	San Pedro	25	1,73
	<b>Subtotal</b>	<b>375</b>	<b>25,97</b>
<b>Talagante</b>	Talagante	71	4,92
	El Monte	43	2,98
	Isla de Maipo	48	3,32
	Padre Hurtado	33	2,29
	Peñaflor	44	3,05
	<b>Subtotal</b>	<b>239</b>	<b>16,55</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.444</b>	<b>100</b>

Fuente: Censo Agropecuario 2007, INE

## ii) Variedad de la demanda, mercados disponibles y comercialización

La variedad de la demanda, mercados disponibles, así como la relación con otros actores económicos, como supermercados, ferias, tiendas especializadas y consumidores en general se refleja en la vida económica de los emprendedores en la forma de sus prácticas de comercialización de productos. A través de ellas es posible conocer la variedad de demanda que enfrenta cada uno de los casos entrevistados y por tanto dar cuenta de las oportunidades de negocios que han podido detectar y aprovechar.

La comercialización se realiza de diversas formas. En primer lugar podemos observar que la forma más común es la venta directa en el lugar de producción, es decir en la casa de los emprendedores. Otra forma de comercialización es la venta directa de los productores a sus clientes en pueblos y centros urbanos, donde los entrevistados van a lugares como colegios, jardines infantiles, hospitales, etc. a vender sus productos. De esta forma han creado vínculos comerciales estables y duraderos con algunos clientes y ya son conocidos(as) en algunas de las zonas donde van a vender sus productos.

Otra forma de vender es a locales comerciales y tiendas especializadas, de Santiago, regiones y balnearios cercanos. William Pavéz también ha logrado vender en el Jumbo a través de un intermediario. Por último, todos utilizan instancias como la Expo Mundo Rural y otras ferias y expos regionales para vender sus productos.

**Tabla 4 Formas de comercialización**

	Venta Directa en el lugar de producción	Venta Directa en ciudades y pueblos	Venta a través de establecimientos comerciales	Venta en supermercados (intermediarios)	Venta en Ferias y Expos
Ester Hernández	X	X	X		X
Giovanna Alvarado	X				X
Juan Gómez	X		X		X
María Leyton	X	X			X
Margarita Allendes	X	X			X
Mercedes Gómez	X	X	X		X
William Pavéz	X		X	X	X

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los mercados a los que acceden con sus ventas en la tabla siguiente podemos ver que todos acceden al mercado local y regional, es decir venden dentro de su localidad y en la región. En el caso de Mercedes Gómez también se extiende al mercado nacional, ya que envía sus productos a tiendas especializadas en el sur de Chile (Punta Arenas y Valdivia). Por último ninguno de los entrevistados exporta sus productos.

Tabla 5 Mercados de ventas

	Mercado Local	Mercado Regional	Mercado Nacional
Ester Hernández	X	X	
Giovanna Alvarado	X	X	
Juan Gómez	X	X	
María Leyton	X	X	
Margarita Allendes	X	X	
Mercedes Gómez	X	X	X
William Pavéz	X	X	

Fuente: Elaboración propia

A partir del seguimiento realizado posterior a la realización del estudio de casos se pudo observar que la mayoría de los casos entrevistados ampliaron sus redes de comercialización y generaron nuevas redes comerciales entre las que destacan las de las tiendas especializadas en Santiago y también a través de la tienda Sabores del Campo (INDAP), que reabrió el 2009 y constituye un espacio de comercialización que no solo consiste en un punto de venta en el centro de Santiago sino que además se encarga de vender productos en otras instancias, generar negocios y asociaciones con organizaciones como Les Toques Blanches (asociación de chefs chilenos), con lo cual llevan los productos de los emprendedores campesinos a otros espacios de difusión.

En los casos estudiados, dado que todos venden productos elaborados y con una orientación “gourmet”, a nichos reducidos, con un nivel de producción de pequeña escala, la presencia de agroindustrias aparentemente no tiene mucho impacto sobre el emprendimiento de los casos estudiados. Sin embargo si lo hace la estructura productiva del territorio en el cual se insertan los emprendedores, al menos en algunos casos. Por ejemplo en el caso de María Leyton, habita en una zona que tradicionalmente produce alcachofas y algunos frutales como duraznos, lo cual fue aprovechado por María Leyton y sus socias para iniciar su emprendimiento teniendo como proveedores de insumos a sus maridos y otros productores del sector. En el caso

de Mercedes Gómez, se ubica en una zona donde hay explotación de ganado caprino, lo cual le proporciona a su empresa la materia prima para sus productos. En el caso de Juan Gómez, habita en un territorio que anteriormente fue un fundo con tradición en elaboración de quesos, lo cual en gran medida determina el rubro en el cual inicia su emprendimiento, además de proporcionar una estructura previamente existente de productores de leche que actúan como sus proveedores. Lo mismo ocurre en el caso de Ester Hernández, que habita en la zona de María Pinto, importante centro lechero de la región metropolitana. En estos casos existe una integración entre el rubro del emprendimiento y la estructura productiva del territorio, lo cual indica que probablemente estos emprendimientos no habrían ocurrido en otros territorios.

Lo anterior permite suponer que para emprendimientos de las características antes descritas, con productos innovadores, con orientación 'gourmet', a nichos de mercado específicos y reducidos, la presencia de agroindustrias sería secundaria frente a la estructura productiva del territorio que es la que genera las oportunidades en estos casos. En este sentido, la información de la tabla N°3 podría ser más interesante que la de presencia de agroindustrias, aunque por cierto requeriría un análisis más detallado de manera de poder distinguir entre la competencia, los posibles asociados y cadenas productivas.

Desde el relato de los casos estudiados aparentemente las agroindustrias tienen algún impacto en la comunidad desde el empleo y su impacto ambiental, pero no un impacto directo en su emprendimiento.

**¿Cómo has visto que lleguen industrias grandes como Agrosuper o que lleguen las Agroindustrias? ¿Tu viste como algún cambio en la comunidad a partir de eso?**

Eh, yo lo veo como algo positivo, no lo veo como... o sea yo siempre lo veo que hay más plata circulante, se dan algunos gustos encuentro yo, a los pocos años ya tienen un vehículo. No le encuentro nada de malo, lo encuentro super bueno, el tema ambiental que es lo que se hacen ver poquito de repente, por ahí, pero...

*Juan Gómez, Lacteos Don Camilo*

## 4.3 Características personales y familiares

### i) Oportunidades individuales

En el estudio de casos es posible constatar que las oportunidades en el ámbito individual nunca son tan nítidas como las planteadas en el marco conceptual. Además las oportunidades que aparecen como relevantes en las entrevistas no son solo por nuevos productos, nuevos mercados, nuevos procesos productivos o por desequilibrios entre oferta y demanda de emprendedores. Más bien las oportunidades están en el ámbito del acceso a información relevante, programas, financiamiento, asesorías, capacitación, etc. Por ejemplo el caso de Ester Hernández su oportunidad consistió en enterarse que podía acceder a una serie de apoyos estatales que le permitieron invertir en infraestructura para formalizar su negocio, obtener resolución sanitaria, posteriormente capacitarse en técnicas de producción y manipulación de alimentos, lo que le permitió mejorar las condiciones en las que podía comercializar su producto.

En el caso de William Pavéz la oportunidad que gatilla el inicio del emprendimiento es una invitación a la Expomundorural, que habría estado motivada porque un agente del marco institucional detectó que la empresa tenía potencial, aún cuando tenía un nivel productivo muy bajo. Esta primera oportunidad de comercialización de productos le abrió otras oportunidades ya que a partir de esa primera exposición comenzaron a recibir una mayor demanda por su producto con lo cual decidieron dedicarse al negocio.

Cuando empezamos a trabajar en algo fue en noviembre, en diciembre del 2003, cuando nos invitaron a la primera Expo Mundo Rural y nos dimos cuenta que empezó a llamar gente, a pedir más cosas. A ver, te explico, nosotros teníamos 200 codornices, tan mal manejadas que no ponían más de 5 huevos al día, entonces ahí nos invitaron a la Expo Mundo Rural. Hubo una persona que sin conocernos creyó en el proyecto nuestro.

*William Pavéz, Codornices Quillahua*

Esto pone sobre el tapete la influencia que pueden tener los agentes del marco institucional en el inicio y desarrollo de nuevos emprendimientos. Además ubica el tipo de oportunidades que aparecen como relevantes en el nivel de los emprendedores. Si bien a nivel meso o macro es importante que existan oportunidades de mercado por nuevos productos o por nuevos mercados, para que exista espacio para emprender en

el nivel micro las oportunidades económicas requieren complementarse con oportunidades como las que se han planteado más arriba (información, contactos, programas, etc.), al menos en el segmento de la población al que pertenecen los casos estudiados.

## ii) Recursos externos

En el ámbito de los recursos externos, los cuales involucran desde el capital inicial, o su capacidad de endeudamiento, hasta las redes de información y apoyo, estas parecen como relevantes en la medida que constituyen el primer requisito para iniciar un emprendimiento, tener alguna garantía que permita endeudarse, como ocurrió en la mayoría de los casos, Ester Hernández puso su casa y todos sus bienes como garantía para acceder a los créditos iniciales, William Pavez requirió un gasto importante en huevos de codorniz para vender en la primera expo en la que participó, Margarita Allendes tuvo que poner todo el capital inicial para su proyecto que partió con otras nueve socias que no pudieron aportar con nada y que pronto abandonaron el proyecto. En ese sentido resulta relevante para iniciar estos emprendimientos contar con un capital inicial o con algunos bienes que permitan cierta capacidad de endeudamiento.

Partió con un proyecto de socios, pero los socios a la hora de poner su aporte no lo encontré, no lo tienen, no existe. Entonces asumí sola la cantidad de dinero que había que poner y terminé haciendo mi iniciación de actividades sola.

*Margarita Allendes, Sabores del Prado Verde*

En cuanto a las redes, son especialmente importantes las redes de información, ya que proveen en buena medida acceso a las oportunidades disponibles. Por ejemplo la información de apoyos institucionales disponibles, así como una buena información respecto a los requerimientos de las instituciones reguladoras para aprobar aquellos aspectos que quedan bajo su supervisión en los emprendimientos.

... y la señora que me estaba ayudando una señora amiga mía me dijo oye me dijo, te llama la señora alcaldesa con la gobernadora. En ese tiempo era la señora Denisse Pascal la gobernadora. Me dice: señora sabe que yo compro en la gobernación unos quesos muy parecidos a su queso blanco me dice, y ahí me dicen que puedo participar en un proyecto del FOSIS, yo no tenía idea. Me dice mire, si usted postula por una cantidad de plata y hace un proyecto bien presentado, en una de esas lo va a ganar y va a poder armar su quesería y a lo mejor puede ahorrar pa su futuro y el



futuro de sus hijos. Empezamos a conversar y me dio una tarjeta, que fuera en tal fecha a la municipalidad. Fui a la municipalidad, me presenté, me atendió y me explicó todo el asunto, y me dijo, mira me dijo, si está la posibilidad acéptala, si te va bien buena suerte, sino... vai a quedar tal como estai.

*Ester Hernández, Lácteos Santa Ester*

### iii) Características individuales

Según lo planteado en el marco teórico los emprendedores presentan una serie de características personales y habilidades. En el estudio de casos fue posible observar conductas y actitudes relacionadas con las competencias propuestas por McLelland, así como otras características que pueden resultar relevantes para este modelo conceptual, los cuales se presentan en la siguiente tabla.<sup>5</sup>

**Tabla 6 Características de emprendedores de los entrevistados**

	Asumir riesgos	Proactividad	Perseverancia	Visión de futuro	Trabajo en equipo	Orientación al Logro	Liderazgo	Apertura al cambio	Innovación	Responsabilidad	Autocoefianza	Total
Ester Hernández	X		X	X					X	X		5
Giovanna Alvarado	X	X	X	X	X			X	X		X	8
Juan Gómez	X			X	X			X		X		5
Margarita Allendes	X	X	X	X				X	X		X	7
María Leyton		X	X	X	X		X		X	X	X	8
Mercedes Gómez	X	X	X	X	X		X		X	X	X	9
William Pavéz	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	10
Total	6	5	6	7	5	1	3	4	6	4	5	-

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla, los casos que muestran más rasgos de emprendedores son William Pavéz, Mercedes Gómez, Giovanna Alvarado y María Leyton. El caso que muestra más rasgos tiene 10 de las 11 características consideradas, mientras que el que presenta menos rasgos tiene 5 de 11.

<sup>5</sup> Es importante aclarar que la observación de estos rasgos se desprende de lo expresado por ellos en las entrevistas en términos de conductas y actitudes, no está basada en ninguna evaluación psicológica, sino en las percepciones del investigador respecto a cómo lo expresado por los entrevistados da cuenta de la presencia o ausencia de estos rasgos.

Por otra parte, los rasgos que más se repiten son visión de futuro, asumir riesgos, innovación<sup>6</sup> y perseverancia. El rasgo que menos se presenta en estos casos es el de orientación al logro. Dentro de las características individuales se observan la mayoría de las que se plantean en el marco conceptual a partir de los trabajos de McLelland, pero aparecen otras que son principalmente las que mencionan los agentes institucionales como rasgos característicos de los emprendedores del mundo rural y que permiten identificarlos, como la visión de futuro, que en el planteamiento de McLelland que podría asimilar a la persistencia y fijar metas o a la planificación sistemática. La visión de futuro es relevante en cuanto va muy asociada a la persistencia y tiene que ver también con el manejo de expectativas con el emprendimiento, lo cual constituye una importante fuente de deserción al menos en los proyectos asociativos.

La capacidad de trabajo en equipo también aparece como una variable relevante, tanto desde la conducción, en lo que se asocia al liderazgo, como en el ámbito de la convivencia con otros miembros de la familia o asociados. El liderazgo aparece como muy relevante para llevar a cabo los emprendimientos, en alguna medida la excesiva dependencia del liderazgo que se observa en los emprendimientos asociativos (principalmente en los casos de María Leyton y Mercedes Gómez), si bien puede ser adecuado en las primeras etapas del desarrollo del negocio, a largo plazo podría comprometer su sustentabilidad, temor que manifiestan las entrevistadas. Esta dependencia del liderazgo puede deberse en alguna medida a rasgos culturales que legitiman las diferencias de poder como algo normal y en algunos casos deseable.

La apertura al cambio y la innovación también son relevantes en este marco, se pueden asociar a asumir riesgos dentro de las características definidas por McLelland, los casos en general se muestran dispuestos a realizar cambios y a innovar, a probar cosas nuevas, Margarita Allendes por ejemplo, está continuamente experimentando con nuevos sabores y técnicas para producir sus licores, Juan Gómez al momento del estudio de casos tenía la intención de incorporar diferentes productos a su negocio, principalmente manjar y posteriormente algunos quesos gourmet. En seguimientos

---

<sup>6</sup> Cabe mencionar que uno de los criterios de selección de casos es que fueran innovadores en algún sentido, por ello no es raro que esta característica se repita en la tabla.

posteriores se pudo constatar que había implementado diversas variedades de manjar a sus productos. Sin embargo la apertura del cambio está acotada en cierta medida, ya que en general hablan de cambios dentro de su mismo negocio, pero el cambio de rubro es un poco menos aceptado con la excepción de Margarita Allendes, los demás emprendedores muestran, en mayor o menor medida, expectativas de que su negocio se mantenga con posterioridad a su propia muerte. Por lo tanto hay una especie de ambigüedad entre la apertura al cambio y la innovación, el deseo de permanencia y el cariño por sus emprendimientos y los logros alcanzados.

En el ámbito de la disposición a asumir riesgos, estos difieren en cada caso, Giovanna Alvarado contó con el apoyo de sus padres al iniciar el emprendimiento, lo cual le aseguraba en alguna medida los medios básicos para la subsistencia. Aún así tomó riesgos significativos al contraer deudas para iniciar su empresa. Los otros emprendedores también tomaron distintos riesgos según sus condiciones particulares, ya que la mayoría se endeudó en alguna medida o tomó decisiones riesgosas que podrían haber comprometido sus bienes o sus medios de subsistencia.

## **4.4 Organización del trabajo y la familia**

### **i) Estructura y roles familiares**

En general la estructura familiar de los entrevistados es nuclear. La mayoría de los entrevistados son casados y viven con su esposa/o, con la excepción de Margarita Allendes, que es separada, y Giovanna Alvarado que no se ha casado.

La organización de la familia presenta dos formas básicas, por un lado aquella en que los padres y los hijos viven en el mismo predio pero de forma independiente (Giovanna Alvarado, Juan Gómez, William Pavéz) y aquella en que los padres e hijos viven de forma independiente en distintos predios (Ester Hernández, Maria Leyton, Mercedes Gómez). En estos casos al menos uno de los hijos/as vive cerca de sus padres.

Un caso especial es el de Margarita Allendes, que vive con sus hijos en la misma casa, ya que se encuentran estudiando y aun son dependientes de ella. En los demás casos los hijos ya han dejado el hogar por ser adultos, por casarse o por irse a vivir a centros urbanos cercanos. La cantidad de hijos por matrimonio en este caso es de no más de cuatro hijos.

En cuanto a los roles familiares, se analizan desde la diferenciación entre roles reproductivos y productivos de los casos entrevistados asociados a la diferenciación de roles por género. Esta distinción surge a partir de la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo y a las relaciones sociales en su interior. En este marco surgen un conjunto de ideas y representaciones culturales que asocian roles y funciones a las personas de acuerdo a su género.

“Las funciones de reproducción se asocian a lo femenino, que incluye el desarrollo de actividades no remuneradas y sin reconocimiento social -como la crianza y la educación de las y los hijos-, la limpieza de la casa, la elaboración de alimentos, el cuidado de personas enfermas o con capacidades diferentes y de adultas mayores (rol reproductivo); y las funciones de producción a lo masculino, cuyas actividades son valoradas y remuneradas, generan poder, autoridad y estatus (rol productivo).” (INMUJER, 2003).

De esta forma tenemos una diferenciación clara entre los roles productivos y reproductivos. Sin embargo cabe mencionar que en los casos entrevistados las mujeres en su mayoría cumplen ambos roles en mayor o menor medida, mientras que los hombres en general se limitan al rol productivo y en menor medida al reproductivo.

En los casos entrevistados el rol productivo de la familia sigue siendo cumplido principalmente por el hombre, excepto en el caso de Margarita Allendes y Giovanna Alvarado, separada y soltera respectivamente, por lo que son ellas mismas las que se encargan del rol productivo. El caso de Giovanna Alvarado tiene una salvedad, ya que declara que su madre fue un apoyo importante durante los primeros años de su emprendimiento, especialmente económico, lo que implica que al menos en parte su madre cumplió con el rol de proveer de recursos para la sobrevivencia. En el resto de

los casos el hombre cumple principalmente el rol productivo dentro de la familia y las mujeres apoyan o complementan este rol de diversas formas:

- Con actividad productiva independiente como en el caso de Mercedes Gómez, en que la mujer tiene un emprendimiento independiente de la actividad productiva de su marido.
- Con actividad productiva encadenada, como en el caso de Maria Leyton y Ester Hernández, donde la actividad productiva de la mujer es complementaria a la del hombre. En ambos casos la producción del hombre es la materia prima principal de la actividad productiva de la mujer, sin embargo en el caso de Ester Hernández es la única compradora de la producción de marido, a diferencia de María Leyton, que compra la mayor parte de la producción de su esposo. En ambos casos las mujeres además de sus propias actividades productivas cooperan en las actividades productivas de sus esposos.
- Como apoyo a la actividad productiva del marido, como en el caso de Juan Gómez y William Pavez. En ambos casos las mujeres se incorporan a la actividad productiva de sus maridos en diversas funciones.

De esta forma se configuran 4 tipos distintos de familia como unidad productiva (incluyendo a aquellos donde las emprendedoras son separada con hijos y soltera sin hijos).

Vemos que las mujeres de los casos estudiados todas se encuentran cumpliendo roles productivos, aunque en algunos casos en menor medida, como en el caso de la familia de William Pavéz y de Juan Gómez. En casos como el de Margarita Allendes (separada con hijos) es la única que cumple con el rol productivo completamente y también con el reproductivo.

En los casos de actividad productiva independiente y de actividad productiva encadenada las mujeres destacan como un importante beneficio de su emprendimiento el contar con mayor independencia económica respecto a sus maridos, lo cual les permite manejar cierto poder adquisitivo independiente del de sus maridos, con lo cual pueden orientar el consumo familiar en alguna medida según sus propias prioridades.

Esto tiene raíces y efectos sobre la cultura campesina de estas familias y da cuenta de las prioridades de consumo diferenciadas entre hombres y mujeres.

Respecto al rol reproductivo de los entrevistados, podemos observar que respecto a los aspectos de crianza y educación de los hijos la mayoría de las mujeres han realizado sus emprendimientos después de sus períodos de crianza, excepto en los casos de Margarita Allendes y Giovanna Alvarado, la primera tiene hijos adolescentes, sin embargo ella desde antes de iniciar su emprendimiento se hacía cargo de los roles productivos y reproductivos de su familia. Por su parte Giovanna Alvarado no tiene hijos ni marido, por lo que no cumple roles reproductivos aún. En cuanto a los hombres, mantienen menos actividades en los roles reproductivos, por lo que su dedicación principal es la actividad productiva y no se ve afectada por la crianza. Por ejemplo Juan Gómez tiene una hija pequeña, pero que no afecta su capacidad de trabajo.

En cuanto a sus responsabilidades como dueñas de casa la mayoría de las mujeres entrevistadas han sido capaces de compatibilizar sus actividades productivas con su rol como dueñas de casa. Para ello trabajan en horarios acotados y regulados según sus actividades domésticas. De esta forma la mayoría de los casos entrevistados tienen horarios definidos para trabajar y establecen turnos con las socias. Por su parte los hombres entrevistados dedican prácticamente la totalidad de su jornada a su actividad productiva y no apoyan mayormente el trabajo de las mujeres como dueñas de casa.

## ii) Organización del trabajo

Uno de los puntos en los que existe bastante acuerdo es que en general las unidades productivas campesinas son unidades familiares, que ocupan el trabajo familiar como mano de obra, no remunerada, cuyo producto va en beneficio de la unidad familiar.

Las familias de los entrevistados en general participan de los proyectos y son parte de la fuerza de trabajo, pero esto no es siempre así y tampoco son la única fuerza de trabajo. En dos casos, William Pavez y Juan Gómez, el emprendimiento

constituye la principal fuente de ingreso familiar o al menos de dedicación de los miembros de la familia. En el caso de la Sra. Ester Hernández, María Leyton, Giovanna Alvarado y Mercedes Gómez se inician más bien un complemento del trabajo del marido o el padre en el caso de Giovanna Alvarado.

Es significativo que los dos hombres entrevistados sean los que lideran un proyecto que involucra a toda la familia, mientras que los emprendimientos de mujeres en la mayoría de los casos se inician como complemento de la actividad económica del marido y el resto de la familia se incorpora parcialmente. La excepción es Margarita Allende, quien es separada y con dos hijos, por lo que todo el ingreso familiar depende de su proyecto de licores artesanales. Esto puede explicarse en parte porque la mayoría de las mujeres entrevistadas pasaron por el programa Mujer Rural, en el cual el enfoque es promover el desarrollo de proyectos que permitan complementar el negocio de los maridos. Sin embargo, si bien en el inicio el proyecto de estas mujeres surge como complemento de los ingresos familiares en algunos casos el desarrollo de los proyectos de estas mujeres han llevado a modificaciones importantes en la estructura de decisión de sus familias, donde el marido se incorpora como proveedor de materias primas para la producción de las mujeres.

Entre los entrevistados se observan diversos tipos de trabajo familiar en los emprendimientos. En el caso de los emprendimientos conducidos por hombres, William Pavez y Juan Gómez, las familias se incorporan a este en diversas funciones, asumiendo cada uno determinadas tareas en el ámbito productivo o en la comercialización.

Para el caso de los emprendimientos conducidos por mujeres, las familias se incorporan de diversas formas.

- El marido como proveedor de materias primas (María Leyton y Ester Hernández).
- Las hijas/hermanas como socias trabajadoras (Ester Hernández, Mercedes Gómez, Giovanna Alvarado, María Leyton).
- Las hijas como apoyo a la comercialización (Ester Hernández).
- La madre como socia en apoyo a la sustentabilidad del proyecto en su etapa inicial (Giovanna Alvarado).
- Hijos/as como apoyo ocasional (Margarita Allendes)

Respecto a la contratación de personas externas a la empresa o la familia ésta también ocurre en algunos de los casos entrevistados. En el caso de Margarita Allendes afirma contratar personas externas especialmente en épocas de mayor demanda o como preparación para ferias y expos, como la Expo Mundo Rural, Además cuenta con la ayuda de sus hijos durante el periodo de vacaciones escolares. En el caso de William Pavéz tienen una persona contratada que los apoya con las labores de aseo y mantención de las codornices. Por su parte Juan Gómez contrató a un joven como apoyo para el proceso productivo, el cual realiza además con su hermano y su padre.

Las otras entrevistadas no contratan fuerza de trabajo extra, sino que usan solo la de los socios o miembros de la familia, aunque en casos como el de Ester Hernández el trabajo del resto de su familia varía por periodos. Es decir hay periodos del año en que requiere más apoyo de sus hijas.

En general los entrevistados coinciden en que durante el periodo de preparación para ferias y exposiciones se genera un aumento en las necesidades de fuerza de trabajo. Además la mayoría de los entrevistados han tenido que contratar contadores para hacer los balances y ver el tema de las boletas y los impuestos.

**Bueno y tú me dices que trabajas sola y en verano tus hijos te ayudan ¿nunca has tenidos que contratar gente para que te apoye?**

Sí, a veces sí, si aparece alguna expo que aparece de repente y tienes poco material... a mí me pasó por ejemplo que siempre se me cortó las aspilleras y le pagas por aspilleras cortadas, de repente se han juntado hasta 5 personas que tienen que trabajar, cuando estás muy apurada.

*Margarita Allendes, Sabores del Campo Verde*

En términos de la organización del trabajo encontramos diversas formas de organizarse en los entrevistados. Por una parte tenemos la diferenciación entre aquellos que trabajan todos los días (de lunes a domingo) y los que trabajan cierta cantidad de días a la semana. La mayoría de los entrevistados trabaja todos los días, con excepción de Mercedes Gómez, que se junta con todas las socias a trabajar dos días a la semana, y Giovanna Alvarado que constituye un caso intermedio, día por medio, toda la semana.



En cuanto a los horarios también hay un rango amplio entre los entrevistados. Hay una diferencia básica entre quienes trabajan todo el día (como Juan Gómez y William Pavéz) y quienes tienen horario restringido a media jornada (como María Leyton y Mercedes Gómez). Hay un caso intermedio que es el de Giovanna Alvarado quien trabaja en dos momentos del día, en la mañana y al atardecer, durante una o dos horas, pero que las características de su emprendimiento requieren que además esté pendiente y supervisando los caracoles y las condiciones ambientales de la nave durante todo el día.

Sin embargo hay casos que se pueden clasificar en más de una categoría. Por ejemplo Ester Hernández quien trabaja principalmente durante la mañana, pero que dedica algunas tardes a la comercialización, ya sea ella directamente o con apoyo de sus hijas. O el caso de Juan Gómez, quien trabaja todo el día en diversas tareas, en la madrugada se encarga de comprar la leche, durante la mañana se dedican a la producción de quesos. Durante la tarde junto a su esposa se dedica a la comercialización y a tareas administrativas. Por lo tanto se puede decir que Don Juan trabaja todo el día en diversas tareas, pero su familia trabaja media jornada. Por su parte don William Pavéz trabaja todo el día en tareas administrativas y de comercialización, pero además su familia trabaja por turnos en distintas tareas en dos momentos del día, y se supervisa a lo largo del día.

Es significativo que los emprendimientos de mujeres se tiendan a realizarse en horarios acotados a la mañana y no durante todo el día. Según ellas mismas declaran el resto del tiempo lo usan en las tareas de dueñas de casa y en la crianza.

**Tabla 7 Organización del trabajo**

	Trabaja todo el día en diversas tareas	Trabaja en dos momentos del día y además realiza supervisión todo el día	Trabaja sólo en la mañana
Ester Hernández	X		X
Giovanna Alvarado		X	
Juan Gómez	X		X
María Leyton			X
Margarita Allendes			X
Mercedes Gómez			X
William Pavéz	X	X	

Fuente: Elaboración propia

En todos los casos se observa algún grado de diferenciación de funciones, pero esta diferenciación se presenta en distintos grados. En algunos casos hay funciones que son exclusivas y en otras las funciones están definidas pero son más abiertas y compartidas. La diferenciación primaria es entre administración y producción, donde una persona se dedica a la administración y el resto a la producción<sup>7</sup>. Esta se encuentra en todos los casos, excepto en el de Giovanna Alvarado, donde se observa además una diferenciación en las tareas administrativas. Esto no significa que el administrador no se dedique a la producción, todos los casos tienen ambas tareas, pero la tarea de administración recae exclusivamente en una persona.

En segundo lugar hay una diferenciación entre distintas tareas en la producción. En este sentido es interesante el caso de Mercedes Gómez, ya que las socias de Azahares del Huerto se turnan para realizar las diversas tareas de producción de jabones. También se puede destacar en este sentido el caso de Juan Gómez, quien diferencia entre la función de producción y la compra de insumos para la producción. Por último está la diferenciación entre distintas tareas de administración, como es el caso de Giovanna Alvarado, en que diferencian entre Tesorera, Representante y Secretaria.

Además algunos casos diferencian también la función de comercialización, tal es el caso de la Sra. Ester Hernández, ya que una de sus hijas se dedica exclusivamente a la comercialización, además la Sra. Ester también se ocupa de la comercialización de sus productos. También ocurre en el caso de Juan Gómez, donde él y su señora realizan la función de comercialización. En los otros casos la función de comercialización se presenta ligada principalmente a la función de administración. De esta forma podemos observar que la diferenciación de funciones en los emprendimientos de los entrevistados presenta diversos grados de complejidad.

---

<sup>7</sup> Por diferenciación se entiende en este caso la asignación de la función a una o más personas expresamente. Esto quiere decir que en los casos en los que no se reconoce una diferenciación la función también se realiza, pero no por alguien definido para ello. Por ejemplo la diferenciación de la tarea de comercialización se observa en solo dos casos, pero todos los entrevistados realizan esta función, sin embargo no hay una persona que tenga expresamente definida esa función.

En este punto se observa un tema interesante y que tiene que ver con la relevancia del liderazgo en el desarrollo del emprendimiento. En todos los casos entrevistados se observa que hay un fuerte liderazgo por parte del entrevistado, lo que ha impulsado el emprendimiento. Ello puede ser una fuente de estabilidad para la empresa pero al largo plazo puede generar obstáculos para la continuidad del emprendimiento. En los casos de María Leyton, Mercedes Gómez y Ester Hernández, expresan su inquietud por la excesiva delegación de responsabilidades y tareas en ellas, lo cual deja al resto de las socias sin conocer bien la forma de hacer gestión y administración del emprendimiento.

**¿Y en último término las decisiones y las platas las maneja usted o las manejan en conjunto?**

No, solamente yo, lo que pasa es que ahí yo hago todo y ellas están acostumbradas a que yo compro la materia prima, no saben de dónde saco plata para comprar frascos, entonces lo que ellas quieren es solamente trabajar y a veces eso me complica porque si yo a la larga no estuviera... ¿qué pasaría? Entonces yo siempre les digo: "ustedes tiene que ver lo que yo estoy haciendo, tienen que interesarse en lo que yo estoy haciendo, porque si me enfermo, si me muero ¿quién va a quedar a cargo de esto?" Y es una inversión grande la que hay dentro de la familia de nosotros, entonces ellas tienen que aprovechar esa infraestructura.

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer.*

Como se observa en la cita el conocimiento acerca de la administración del emprendimiento está muy centralizado y hay poco interés de las socias de incorporarse a esa parte de las tareas. Por ello se genera una dependencia del líder para el correcto funcionamiento de la empresa. En el caso de Don William Pavéz esta centralización del poder es una decisión tomada en conjunto con la familia, la que optó por dejar en manos de Don William la administración, la contabilidad, y las decisiones económicas de la empresa.

Este tema es relevante para la continuidad del emprendimiento, ya que la dependencia que se genera del líder para el funcionamiento de la empresa puede condicionar la existencia del negocio a la presencia del líder. Esto se torna especialmente relevante para el marco institucional, ya que es necesario asegurar las inversiones financiadas y ver que los efectos de estas no se pierdan en el largo plazo por falta de liderazgo. Especialmente cuando se trata de emprendimientos asociativos y que tienen posibilidades de continuidad.

## 4.5 Comunidad y Cultura

### i) Inserción en la Comunidad

En relación con la comunidad se observan diversas formas de relacionarse con otros campesinos en el entorno o en la localidad de los casos estudiados. Por un lado existen relaciones en términos comerciales, sin embargo todos los entrevistados concuerdan en que en general las personas en su entorno son muy individualistas cuando se trata de actividades productivas. Esto se debe según ellos a malas experiencias previas respecto a la asociatividad.

En términos de integración con la comunidad es posible distinguir al menos tres niveles de integración y que se establecen a partir de su nivel interacción con la comunidad, principalmente a partir de su interacción con los vecinos y su participación en organizaciones comunitarias como juntas de vecinos, comités de agua potable, centros de padres y apoderados, clubes deportivos, parroquias, etc.:

- a) Liderazgo: los entrevistados participan en la comunidad asumiendo un rol de liderazgo en alguna de las organizaciones comunitarias existentes. Es el caso de María Leyton, Mercedes Gómez y Margarita Allendes, que han sido dirigentes de algunas de estas organizaciones. Destaca en este aspecto María Leyton, que ha estado en la directiva de las cuatro organizaciones en las que ha participado. Todas ellas declaran conocer y relacionarse con sus vecinos de alguna forma.

**Usted me decía que tenía buena relación con la gente con la comunidad alrededor suyo y usted me contaba que había sido dirigente...**

Bueno todavía soy.

**¿Y de qué es, de la junta de vecinos?**

Bueno, primero era del colegio, del centro de padres, de la junta de vecinos, de la iglesia también y me tuve que ir retirando un poco de todo porque me absorbía mucho tiempo, así que sólo me quedé en el comité de agua potable rural.

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer*

- b) Pasivo: los entrevistados participan de las actividades de la comunidad pero no asumen roles de liderazgo, sino que participan en las organizaciones existentes. Es el caso de Ester Hernández y William Pavéz, que participan en lo que existe, pero

no asumen un rol protagónico en el desarrollo de la comunidad. También conocen a sus vecinos pero declaran relacionarse poco con ellos.

**¿Usted conoce a los vecinos de por acá, a la gente que está por acá?**

Si, o sea acá en el campo se conoce toda la gente, y la forma de vivir bueno cada uno tiene sus formas y uno no se mete con ellos, pero si la gente a uno la conoce toda, si acá siempre preguntan por mi nombre o por mi marido y la gente lo conoce. Por eso le digo yo, la gente acá se conoce, se conoce, que el vecino acá al lado, la gente uno la ve todos los días, todos los días y todos los días se saluda, le pregunta cómo le va que se yo, como está, pero hasta ahí uno llega no más.

*Ester Hernández, Lacteos Sta. Ester*

- c) Ausente: se relacionan poco con la comunidad a través de sus organizaciones. No participan en ninguna de ellas y declaran relacionarse muy poco con sus vecinos, manteniendo su círculo familiar más cercano como espacio de interacción social. Es el caso de Juan Gómez y Giovanna Alvarado.

**¿Y tú has participado en esas organizaciones?**

La verdad que poco, soy como más así onda mi mundo no más, jiji.

(...)

Si en todo el terreno es distinto, pero en esta calle acá, viven casi la mayoría de mis tíos, mis primos, todos. Pero igual nosotros somos como súper aparte de la familia. Como quedamos bien acá, la verdad que compartimos súper poco con ellos. Somos como solos, jajá pero bien.

*Giovanna Alvarado, Caracoles Huechún*

La tabla muestra las organizaciones en que participan los entrevistados. Como se observa en ella la organización que más se repite es la junta de vecinos y a continuación la iglesia o parroquia.

**Tabla 8 Participación en organizaciones de la comunidad**

	Junta de Vecinos	Comité de Agua Potable	Club Deportivo	Parroquia o Iglesia	Club de Huasos	Centro de Padres y Apoderados	Club del Adulto Mayor	Total
<b>Ester Hernández</b>	X			X			X	<b>3</b>
<b>Giovanna Alvarado</b>								<b>0</b>
<b>Juan Gómez</b>								<b>0</b>
<b>Margarita Allendes</b>	X	X						<b>2</b>
<b>María Leyton</b>	X	X		X		X		<b>4</b>
<b>Mercedes Gómez</b>	X							<b>1</b>
<b>William Pavéz</b>				X				<b>1</b>
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>

Fuente: Elaboración propia

Algunos elementos que son comunes a los entrevistados son la opinión de que en general los vecinos son muy individualistas, no se relacionan mucho entre ellos. Prácticas que antes eran comunes como las mingas han dejado de realizarse y hoy son muy raras, esto se debe en gran parte a la introducción de nuevas tecnologías para la agricultura que permiten desarrollar el mismo trabajo con menos gente.

**¿Se ayudan en alguna época del año para trabajar, si el vecino tuviera que cosechar, o algo así por ejemplo?**

No, antes era como así como para el sur, que se hacían, que se llamaban las mingas, ya acá ya no se usa, no se usa, porque la cosa se ha ido modernizando. Por ejemplo para la cosecha del maíz no vienen un grupo de gente a cosechar maíz, sino que viene una maquina, vienen los operarios con el tractor, y todo eso. Ya no es como antes, porque antes por ejemplo se cortaba a mano, en la época en que yo empecé con mi marido, cortábamos maíz los dos, o sea los dos deshojábamos, cosechábamos el maíz, pero eso era hace años atrás, ahora no, ahora viene una maquina la cosecha, porque mi marido planta maíz solo para los animales cuando va a hacer Silo. También po, el busca la máquina para el silo, con las persona que están... la maquina traen los tractores, lo único que tienen que poner dos personas ahí para que estén vaciando, vaciando el carro, porque después el mismo tractor aplasta, pisa, hace todo el trabajo. Entonces ya no se usa ese grupo de gente de los amigos los vecinos como antes.

*Ester Hernández, Lácteos Sta. Ester*

Entre los que más participan de las organizaciones sucede que en la medida en que se ha desarrollado su emprendimiento han disminuido su participación en estas organizaciones porque usaban mucho tiempo en ello.

## ii) Cultura y Valores

Se puede observar que hay cambios en algunas costumbres o espacios de cooperación e integración de la comunidad en torno a la producción, como las mingas, han dejado de hacerse, principalmente a partir de la introducción de tecnologías de producción agrícola que reducen la necesidad de mano de obra y agilizan los procesos. Esto ha generado cambios en la forma de hacer las cosas, pero no necesariamente en las cosas que se hacen, en el sentido que los productores han cambiado la forma en que producen, pero mantienen los rubros que han producido durante años. Por ejemplo en San Pedro, comuna de residencia de Margarita Allendes, es tradicional el cultivo de frutillas, a partir de los cambios de tecnología se han producido cambios en la forma de producir, pero han cambiado poco los rubros más típicos de la zona, es decir, siguen produciendo frutillas. En la percepción de Margarita

Allendes, hay pocas personas en su entorno que estén dispuestas a innovar y probar otros rubros, al contrario, son bastante tradicionales, e incluso la consideran un poco “loca” por dedicarse a la producción de licores artesanales con sabores exóticos. Según ella esto genera cierta envidia y rechazo en su comunidad, lo cual asocia a una mentalidad tradicional.

**¿Y la comunidad que hay alrededor tuyo es como una comunidad unida que se relaciona harto?**

No se relacionan mucho, existe creo yo un poco de envidia, de repente no te ven bien cuando te ven aparecer en televisión o en la radios, en los diarios, revistas, de repente pienso que existe un poco la envidia.

*Margarita Allendes, Sabores del Prado Verde.*

De esto podemos plantear que al menos en el entorno hay incorporación de tecnología y se producen cambios a partir de eso, pero no hay una búsqueda de oportunidades activa o una tendencia a la innovación, sino que más bien se mantiene cierto tradicionalismo en el aspecto productivo.

En cuanto a sistemas valóricos, dentro de los cuales la familia es un tema relevante y también el machismo, podemos observar que ha habido o están ocurriendo algunos cambios en ese ámbito, al menos en lo que respecta a la incorporación de la mujer al mercado del trabajo. Por ejemplo Giovanna Alvarado plantea que en su comunidad las personas son bastante liberales en el sentido que las mujeres salen a trabajar sin mayores problemas, su trabajo es principalmente de temporada. Por otro lado, Mercedes Gómez y María Leyton plantean que el machismo existe, pero que hay una mayor apertura.

**¿Y los maridos de sus socias las apoyan también?**

De primera era complicado porque siempre los hombres como que les cuesta un poco que las mujeres salgan de la casa. Era complicado, “que ya te vai a ir para allá, que vai a puro lesear, que aquí que allá”, pero yo les digo, invítenlos, invítenlos para acá, que ellos vean lo que uno hace. Así que hay algunos que vienen, han venido a ver, y les gusta, o sea salen motivados de acá, y ahí también le sirve a la señora, porque ahí entienden ellos que en realidad no vienen a lesear, vienen a trabajar, que es distinto. Y acá yo siempre les he dicho, acá somos todas iguales, no hay, no hay diferencia para nadie, no hay religión, no hay política, somos todas iguales, así que el marido que venga, se va a atender igual, sea quien sea.

*Mercedes Gómez, Azahares del Huerto.*

Cómo se observa en la cita se ha generado alguna apertura en el tema del trabajo femenino. Aunque los maridos les den permiso a las mujeres para trabajar eso no significa que no tengan que realizar las labores domésticas de dueñas de casa, por lo cual las mujeres emprendedoras entrevistadas generan estrategias de producción, turnos y horarios que les permiten mantener también sus labores de crianza y mantención del hogar. Por eso si bien en cierto aspecto el machismo ha cambiado, en otros se mantiene.

El machismo tiene impacto sobre la vida económica en cuanto limita la posibilidad de las mujeres de trabajar e iniciar emprendimientos o explica directamente la deserción en algunos casos de las mujeres de proyectos asociativos. Si bien la incorporación de la mujer al mundo del trabajo ha tenido avances e incrementos significativos, la redefinición de roles al interior de la familia asociada al trabajo femenino no ha alcanzado el nivel que permita legitimarlo completamente como práctica social. Esto es esperable en un cambio cultural en proceso, que es lento y de largo aliento, pero nos permite poner en perspectiva la dimensión del cambio.

En el estudio de casos es posible observar los mecanismos por los cuales opera el machismo como un elemento que puede complicar el surgimiento de nuevos emprendimientos, al menos los que son conducidos por mujeres. Sin embargo otros factores de cultura tradicional pueden estar actuando como favorecedores del emprendimiento, por ejemplo la importancia atribuida a la familia como motivador del emprendimiento y la familia como unidad productiva.

En cuanto a los sistemas simbólicos podemos observar que el significado atribuido a la tierra y la vinculación con la tierra son bastante intensos. Desde este punto de vista todos los entrevistados declaran tener un gran apego por su tierra y por el mundo rural en general. A ninguno le gustaría irse a vivir a la ciudad con la excepción de Ester Hernández a quien le gustaría irse a vivir a Melipilla o algún pueblo cercano cuando ya no pueda seguir trabajando y tener una vejez tranquila. Pero todos los demás se sienten muy ligados a su tierra.



**¿Y usted prefiere vivir acá en el campo o en la ciudad? ¿O quizás le gustaría irse a Melipilla?**

O sea yo tengo la idea pero mi marido no creo que vaya a quererlo nunca porque él es como bien arraigado acá. Pero siempre he tenido la idea, cuando sea más vieja cuando no sea capaz de trabajar, tener una casita, no es decir una casa grande si para que quiere una casa grande uno, si basta con tener un dormitorio una cocina con comedor y un baño, para nosotros dos y viejos, porque uno tiene que terminar una vida más tranquila. Me gustaría tener una casita chica donde vivir, y no tener que levantarse en la mañana, viendo los pollos, viendo las vacas, que viendo los chanchos, que viendo los perros. Si no que vernos nosotros y hacer las cosas todas nosotros, tener una vida relajada donde seamos libres.

*Ester Hernández, Lácteos Sta. Ester.*

**¿Pero usted por ejemplo no se cambiaría a la ciudad?**

No, es que la tierra da la vida a uno porque tiene espacio suficiente, no está tan contaminada, yo nunca he dicho: “voy a vender la parcela para irme a la ciudad”

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer.*

### iii) Valoración del emprendimiento y exposición al emprendimiento

Parte de la literatura existente acerca del emprendimiento, destaca a la exposición al emprendimiento, y la legitimación del emprendimiento en la cultura como un factor importante para explicar el nivel de emprendimiento de los países (Verheul, Audretsch, Wennekers y Thurik, 2001). En los casos estudiados la exposición al emprendimiento, al menos en el entorno y la comunidad cercana es muy bajo, sólo en un caso se menciona a otro emprendedor que es conocido por vivir en el mismo sector. Sin embargo en ninguno de los casos se observa que el ejemplo de otros emprendedores sea determinante en la decisión de emprender o en la legitimación de la idea de iniciar un negocio propio. Por otro lado, si aparece como de mayor relevancia el impulso que pueden dar por motivación propia o en algunos casos por motivación de algún agente del marco institucional con el cual interactúa el emprendedor. También aparece como relevante el impulso que pueda significar la exposición cercana a emprendimiento. Por ejemplo, en el caso de margarita Allendes, ella ayudó a promover e inicio del emprendimiento de su hermana, quien posteriormente logró un nivel de desarrollo suficiente como para participar en la Expo Mundo Rural 2008. También en el caso de la familia de William Pavéz, en que una de sus hijas inició una empresa paralela y complementaria a la de don William, con características innovadoras y de rápido crecimiento. En este sentido la exposición al

emprendimiento parece tener efecto cuando ocurre en forma directa a través de familiares o socios.

Por otro lado las valoraciones de los entrevistados respecto de sus emprendimientos van más allá de una valoración en términos de actividad productiva. También se les atribuye un sentido personal y familiar. En el caso de Ester Hernández, su emprendimiento lo valora no solo en cuanto le permite tener mayores ingresos y cierta independencia económica del marido, sino también y principalmente por dos aspectos: por un lado como un proyecto de realización personal, a través del cual ha conocido más gente, se ha relacionado con autoridades y con otros productores, ha sido reconocida por su trabajo, ha aumentado sus redes sociales y sus espacios de sociabilidad. Por otro lado como una oportunidad para ayudar a su familia, en especial a sus hijas, que han pasado por situaciones complicadas en términos económicos y emocionales. Su apoyo a la familia lo realiza a través de la empresa tomando decisiones que incluso van en contra de criterios económicos.

A partir de lo anterior se puede concluir que la valoración que ella otorga a su emprendimiento tiene que ver con que permite apoyar y estabilizar a su familia, a través de su actividad productiva, no solo por los ingresos.

A ver ella necesitaba también porque mi hija mayor tiene depresión. Tiene 40 años y desde que tuvo a sus niños... entonces ninguna persona le da trabajo. Entonces era la forma de sacarla a ella también adelante con lo mismo que yo hacía, (...) entonces un día, o sea conozco tanta gente, y la mayoría autoridades, entonces un día Don Ignacio, que era el director de la corporación, yo le dije que necesitaba si ella podía vender (...) entonces por eso le deje mi lugar yo a ella en la corporación y ella, bueno yo no le cobro los quesos, no le cobro, pero ella me ayuda en todo lo que ella puede.

*Ester Hernández, Lácteos Santa Ester.*

En el caso de William Pavéz hay una valoración del emprendimiento en términos de un proyecto familiar. Para ellos el emprendimiento desarrollado es la concreción de un proyecto previo de realizar algo todos juntos como familia.

Claudia Pavéz: Es que es un proyecto de vida, no es un proyecto de trabajo, es un proyecto de vida.

William Pavéz: Y es amar lo que uno está haciendo.

Claudia Pavéz: Es que sabes tú acá uno está viendo la forma de subsistir de vivir tranquilo, de vivir bien, de entregar valores, también estamos viendo una forma de ayudar a la comunidad, de que hay un aspecto social que nosotros podemos aportar

(...) entonces no es sólo trabajo hay una parte que es... no se po, es emocional, es social, hay de todo incorporado en esta empresa, por eso te digo es un sistema de vida.

*William Pavéz y Claudia Pavéz (hija), Codornices Quillahua*

Por su parte Mercedes Gómez muestra una valoración de su emprendimiento como un espacio que permite a ella y un grupo de mujeres socias desarrollar un proyecto sobre la base de un interés y un objetivo común. Este proyecto encarna para ellas su representación de un espacio de desarrollo y realización personal en cuanto a que permite generar cierto ingreso independiente de sus maridos, reconocimiento por su trabajo, ampliación de los espacios de sociabilidad y sentido de pertenencia a un grupo y a un proyecto conjunto. De esta forma el emprendimiento adquiere una valoración como un espacio de integración, desarrollo y encuentro del grupo de personas que lo componen, más allá de los resultados económicos obtenidos.

De esta forma encontramos al menos 4 elementos que son las fuentes de la valoración del emprendimiento en los casos entrevistados:

- El emprendimiento como un espacio de desarrollo realización personal.
- El emprendimiento como un soporte para el bienestar familiar
- El emprendimiento como un aglutinador de un proyecto familiar
- El emprendimiento como un espacio de integración, desarrollo y encuentro del grupo de socios/as.

En los otros casos entrevistados podemos encontrar en mayor o menor medida estos cuatro elementos en diversas combinaciones. Por ejemplo en el caso de Juan Gómez la valoración del emprendimiento está dada principalmente por B y C, mientras que en el caso de María Leyton la valoración está dada fundamentalmente por A y D.

#### iv) Preferencia por el autoempleo y valoración de la independencia y autonomía en el trabajo

Efectivamente existen preferencias por el autoempleo en los casos estudiados al menos en tres de ellos (María Leyton, Giovanna Alvarado y Juan Gómez), sin embargo los datos secundarios aportados en el estudio de Desarrollo Humano en Chile Rural (PNUD 2008) muestran que pese a que es una preferencia mayoritaria (57,6%), hay diferencias generacionales importantes, donde los más jóvenes tienen una

tendencia a preferir el trabajo asalariado antes que el autónomo (sección *Rasgos socioculturales del mundo rural chileno*).

Otros valores que la literatura presenta como relevantes para explicar el nivel de emprendimiento son la tolerancia por la inequidad del ingreso y la desigualdad y la estigmatización del fracaso (Verheul, Wennekers, Audretsch & Thurik, 2001). En cuanto a la tolerancia por la inequidad del ingreso y la riqueza, el estudio de casos no arroja mucha información al respecto sin embargo el estudio de Desarrollo Humano en Chile Rural indica que frente a la pregunta sobre su vida en la hacienda o en el fundo de un patrón es mejor, peor o igual a cómo vive y trabaja la gente en el campo hoy, un 18,6% indica que la forma de vida en la hacienda es mejor que la actual, un 18,9 indica que es igual y un 48,2% opina que es peor (PNUD 2008). Desde esta perspectiva, tanto los que opinan que la hacienda era mejor, como los que opinan que hoy es igual están dando cuenta de una alta tolerancia por la desigualdad en el ingreso, pero también una alta tolerancia por la desigualdad en las relaciones de poder al interior del mundo rural, donde la figura del patrón cumple un rol paternalista preponderante en las vidas de los campesinos. Esto tendría su arraigo en la figura de la hacienda y el ordenamiento social en torno a ella donde los resultados indican que todavía mantiene cierto nivel de legitimidad. De lo anterior se puede observar que hay un rasgo cultural característico del mundo rural chileno, como remanente de la organización social en torno a la hacienda que sugiere un cierto grado de legitimación de las diferencias de ingreso y de poder.

La estigmatización del fracaso no aparece en ninguno de los casos como una variable relevante, si se observan cierto nivel de estigmatización hacia la innovación y el riesgo, como en el caso de Margarita Allendes, que es calificada de “loca” por algunos de sus vecinos, situación que ella atribuye a cierta envidia. Aparentemente la estigmatización no está en el fracaso, sino que el fracaso actúa como refuerzo de la estigmatización de lo distinto, lo nuevo, lo innovador. En este sentido este factor explicativo se relacionaría más bien con la permanencia de un nivel importante de tradicionalismo en la cultura rural, lo cual se ve respaldado por el apego a las tradiciones que presentan los resultados del estudio de Desarrollo Humano Rural,

donde se indica que un 70,7% de los entrevistados se muestra a favor del respeto por las tradiciones (PNUD 2008).

## v) Cultura Económica

### **Ascetismo intramundano**

Es posible distinguir en todos los casos estudiados prácticas de laboriosidad, auto postergación y sacrificio en función de la familia. Estas prácticas podrían constituir el equivalente funcional del ascetismo intramundano del *ethos* calvinista (disciplina, laboriosidad, orientación hacia el futuro, fuerte sentido de responsabilidad moral por nuestros actos en la sociedad y un aguzado individualismo) o del *ethos* confucianista según lo describe Berger (laboriosidad, disciplina y sacrificio) (Berger, 1990). También se observa disciplina, aunque no necesariamente como una práctica manifestada por los casos estudiados, aunque presente en sus rutinas de trabajo y en las autoexigencias impuestas. La orientación hacia el futuro aparece más acentuada en unos casos que en otros, pero si aparece como una variable relevante en el tema de la deserción en los emprendimientos asociativos. La falta de visión de largo plazo y las expectativas de ganancias en el corto plazo son una de las razones de deserción en los emprendimientos asociativos estudiados.

El individualismo aparece en algunos casos pero en la mayoría de los casos entendiéndolo al individuo como la unidad familiar. Los entrevistados se reconocen insertos en una cultura individualista y poco cooperativa. Sin embargo esto se combina con algún grado de responsabilidad moral con el entorno inmediato al menos, como en el caso de Ester Hernández, quien declara que en alguna medida ha desaprovechado oportunidades de aumentar sus ventas instalando letreros con propaganda de sus productos, ya que esto perjudicaría a sus vecinos al aumentar la fiscalización en el sector y podría acarrear multas y cierres a otros negocios del sector que operan informalmente. Ella declara que no lo ha hecho porque se sentiría mal de hacer algo así, es una disposición interna, es decir un sentimiento de responsabilidad moral con sus vecinos.

Porque el mismo doctor a mi me ha dicho muchas veces, porque yo pago una patente y la pago con derecho a propaganda, pero yo no tengo ningún letrero ni

ninguna señalización en ninguna parte. Pero también yo sé que mi vecina hace un queso, la otra señora de afuera hace otro queso, pero si yo pongo un letrero, y el doctor me ha dicho 'usted tiene derecho a ponerlo y tiene derecho a cerrar todas las otras personas'... ¿pero de qué vive la gente? si acá la gente vive de eso, yo no puedo. Porque la primera vez que vino el doctor estaba como medio enojado, me dijo 'usted tiene que poner un letrero que haya una indicación como llegar acá', y yo le dije 'pero yo no puedo poner letrero', '¿bueno y porque no?, ¿acaso no tiene la patente?', 'claro que la tengo, pero si yo pongo ese letrero, ustedes van a empezar a cerrar todos los productos que la gente vende. ¿Y si la gente vive de eso?'

*Ester Hernández, Lacteos Santa Ester.*

De esta forma se observan ciertas prácticas que pueden estar operando como equivalentes funcionales del ascetismo intramundano, sin embargo la información aportada por los casos estudiados permite plantear que no es solo un equivalente funcional del ascetismo intramundano incorporado a través de un ethos a la cultura del mundo rural lo que impulsa a los emprendedores en su trabajo, sino más bien la motivación generada a partir del orgullo de generar algo propio y hacerlo surgir. Todos los casos atribuyen una valoración muy importante a su emprendimiento por el logro que significa para ellos. Este aspecto se profundiza en la discusión acerca de la motivación.

### **Ventajas culturales comparativas**

Hay diversos aspectos que aparecen como posibles ventajas culturales comparativas, pero también otros que aparecen como desventajas. En el ámbito de los emprendimientos de mujeres, estas en general enfrentan sus empresas desde una perspectiva un poco diferente a la de los hombres, como por ejemplo que toman su emprendimiento en muchos casos como una actividad complementaria a la actividad productiva de sus maridos, que también para ellas los logros y valoraciones del emprendimiento tienen que ver con alcanzar algún grado de autonomía de sus maridos en lo económico y con ello la posibilidad de mejorar las condiciones de su familia, dar mejor educación a sus hijos, ropa, materiales, etc. En el caso de los emprendimientos asociativos también tiene un componente de valoración como espacio para compartir con amigas, vecinas, familiares, etc.

Junto a lo anterior tienen una serie de características que pueden explicar en parte los buenos resultados de sus empresas, son buenas pagadoras de créditos, lo cual les permite acceder con mayor facilidad a los créditos y otros programas de apoyo

del marco institucional, son responsables y comprometidas, cumplidoras como proveedoras y suelen tener un cariño especial por su empresa a partir del enfoque característico descrito, que las lleva a cuidar más su emprendimiento.

Además de esto tienen una acentuada noción de responsabilidad económica con su familia, lo cual sirve también como impulsor de sus emprendimientos, sin embargo esto tiene otra cara de la moneda que es que la valoración de la familia puede llevar también a las mujeres a postergar sus proyectos personales en función de mantener la unidad familiar. Por eso si bien las características de las mujeres y su valoración de la familia pueden constituir una ventaja cultural, también pueden constituirse en una desventaja cuando entra en juego el machismo y la estructura familiar tradicional.

#### **4.6 Tipo de emprendimiento y el sentido de la acción económica**

El tipo de emprendimiento en cuanto a si es asociativo, individual o familiar marca diferencias considerables en su desarrollo y características. En los casos estudiados podemos distinguir tres tipos de emprendimientos según la posición del emprendedor en la estructura familiar, por un lado el emprendimiento familiar típico, en que el jefe de hogar lidera un emprendimiento que involucra a toda la familia en el trabajo en diversas funciones, es el caso de William Pavéz y Juan Gómez. Por otro lado emprendimientos asociativos de mujeres, que en general actúan como complemento de la actividad productiva de su marido o del jefe de hogar, este tipo corresponde a María Leyton y Mercedes Gómez, también se puede incluir en este tipo a Ester Hernández, quien también complementa la actividad económica de su marido, aún cuando su emprendimiento también es asociativo en términos formales, en la práctica lo desarrolla prácticamente sola, donde sus hijas (socias) cumplen un rol de apoyo ocasional. Por último los emprendimientos donde el emprendedor es el jefe de hogar pero no involucra a la familia en el emprendimiento directamente, ni tampoco actúa como complemento, este es el caso de Margarita Allendes, quien es la jefa de

hogar y es separada, por tanto no cumple un rol de complemento a la actividad económica del jefe de hogar. Algo similar ocurre con Giovanna Alvarado, que no es casada, y donde el jefe de familia era su padre, pero el emprendimiento le ha permitido alcanzar cierta independencia económica del padre.

Los emprendimientos familiares incorporan a toda la familia en torno al mismo negocio, y en los casos estudiados, tienden a mantener las estructuras familiares y roles más tradicionales, es decir la familia se mantiene como unidad productiva. En cambio los emprendimientos asociativos pueden generar relaciones de proveedores-compradores entre los miembros de la familia dedicados al emprendimiento y los que se dedican a explotar el predio de manera más tradicional (especialmente en los proyectos asociativos de María Leyton y en el caso de Ester Hernández, en que los maridos actúan como proveedores de insumos para el negocio de las mujeres). Este tipo de emprendimiento y la relación al interior de la familia como unidad productiva puede llevar asociados cambios importantes en la estructura familiar, en los roles familiares y en la toma de decisiones familiares, la familia como unidad productiva se desdibuja y generan dos unidades productivas distintas pero complementarias dentro de la familia. Esto modifica también las relaciones de poder y dependencia dentro de la familia.

#### i) Principios básicos de la economía (reciprocidad, redistribución, hogar e intercambio)

En los casos estudiados es posible observar numerosas prácticas que dan cuenta de cómo operan en la vida económica de estos emprendedores los principios básicos propuestos por Polanyi (1989) en especial el principio de reciprocidad, según la propuesta de operación de Mingione (2002). Según este autor las relaciones de reciprocidad se dan en un conjunto acotado de individuos que se conocen y están al tanto del que hacer de los otros, en esta situación es posible que algunos miembros del grupo tengan que sacrificar sus intereses personales en función de los intereses del grupo, lo cual posteriormente les sería retribuido o compensado. En el caso de las familias de los emprendedores se observan conductas de este tipo. Especialmente en el caso de William Pavéz y su familia. Al momento de realizarse el estudio de casos, la



familia estaba dedicada a sacar adelante la producción de huevos de codornices principalmente, donde las ganancias, una vez descontados los costos de operación y mantención del negocio, se destinaban a sustentar a don William y su mujer, quedando parte de la familia, sus hijas, que trabajaban con él, sin ninguna retribución monetaria por el trabajo realizado. Esto ocurría bajo el entendido que más adelante iban a poder desarrollar otros negocios en torno al negocio principal de los huevos de codorniz, con lo cual los otros miembros de la familia obtendrían sus ganancias.

En la Expomundorural 2008 fue posible conversar con don William de manera informal, y hacer un seguimiento a los proyectos y al desarrollo del negocio. Si bien uno de sus principales proyectos, la construcción de una faenadora, aún no estaba operativo, ya estaban produciendo carne de codorniz en pequeñas cantidades, pero lo más interesante es que la mujer de don William y una de sus hijas habían iniciado un negocio complementario de productos procesados en base a conservas de huevos de codorniz, patés, carne de codorniz con especias y otras *delicatesen*, quedando el negocio de los huevos de codorniz en manos de Don William en forma casi exclusiva. En esa Expo tanto don William con su empresa de huevos (Codornices Quillahua) como su hija con su empresa de procesados (Quillahua Gourmet) habían obtenido cupos para participar de la Expo, cada uno en un *stand* diferente. En la ocasión don William renunció al puesto que le correspondía para dedicarse a apoyar a su hija con las ventas, retribuyendo de esta forma el trabajo realizado por su hija durante los años anteriores para echar a andar Codornices Quillahua.

Detrás de esta decisión se puede suponer que existe un criterio de racionalidad instrumental operando, ya que Codornices Quillahua ya se ha afirmado como empresa y funciona bien durante todo el año puede prescindir de las ganancias extras que le proporciona su participación en la Expo, para apoyar a su hija con su empresa que está operando desde menos tiempo y por lo tanto requiere más ganancias para sustentar las etapas iniciales y darle sustentabilidad en el tiempo. De esta forma se puede atribuir esta conducta a una decisión racional, pero no individualista, en el sentido que prefiere maximizar las ganancias familiares antes que las individuales y apoyar el desarrollo del negocio de su hija.

Esto además tiene otra ventaja, que al crecer la empresa de su hija, asegura a un comprador fijo de huevos y carne como materia prima para Quillahua Gourmet, generando de esta forma encadenamientos productivos al interior de la familia, en forma similar a lo que ocurre en el caso de Ester Hernández y María Leyton, las cuales compran la producción de sus maridos como materia prima para su producción de lácteos y conservas, respectivamente.

En el caso de Ester Hernández también se pueden identificar algunas prácticas de reciprocidad pero con algunos matices que lo diferencian del caso anterior. La sra. Ester entrega parte de su producción a una de sus hijas para que se encargue de comercializarlo y distribuirlo, sin embargo por este producto no le cobra nada a su hija, ni siquiera el costo de los productos, es decir, está subvencionando considerablemente a su hija, ya que no solo le está dejando las ganancias de la ventas sino además el costo de producción y mano de obra, que también ingresan como ganancia para su hija. A cambio su hija va a trabajar una vez a la semana en la producción de lácteos, pero sin duda que el intercambio es muy desigual. En este caso la práctica no constituye exactamente reciprocidad, ya que si bien hay un miembro del grupo, la sra. Ester que está dejando de lado sus intereses personales en función de los del grupo, la familia, en particular su hija, no lo hace esperando una retribución posterior, sino que lo hace por la sola tranquilidad que le da poder apoyar a su hija que tiene dificultades para tener empleo. Acá lo que está actuando más bien es una noción de responsabilidad económica, que se enmarca en la perspectiva de economía moral de Sayer. La responsabilidad económica entra en el ámbito moral, ya que es una acción que en este caso la sra. Ester realiza porque siente alguna responsabilidad por su hija, no lo hace respondiendo a una lógica de maximización de ganancias o de racionalidad instrumental. En este caso la responsabilidad económica está superando el principio básico de intercambio, ya que actúa contra la lógica de intercambio de bienes por su valor de uso o de cambio.

Estos casos dan cuenta de la evolución del concepto de reciprocidad, que según lo planteado por Mingione, a partir del proceso de industrialización tiende a debilitarse el influjo de las redes extendidas en la comunidad local a favor de las redes basadas en relaciones de parentesco, compañerismo y amistad.

En cuanto a la asociación como práctica, podemos observar los casos de emprendimientos asociativos, como el de Maria Leyton y el de Mercedes Gómez, los cuales reúnen a un grupo de mujeres en torno a objetivos comunes. En este ámbito se observa el establecimiento de redes de confianza, parentesco y amistad, que en estos casos permiten un buen desempeño en la actividad productiva.

Según lo planteado más arriba, los emprendimientos asociativos estarían operando más bajo el principio de asociación o redistribución, mientras que en los emprendimientos familiares el principio de reciprocidad aparece de manera más importante.

En cuanto a las redes sociales de reputación, se observa que son relevantes para los emprendedores tanto para la producción como para la comercialización de sus productos. En el ámbito de la producción el caso de Juan Gómez da cuenta del daño que puede llegar a provocar una red de proveedores donde hay productores con una dudosa reputación. Tanto Juan Gómez como Ester Hernández debieron tener un proceso de búsqueda y en alguna medida aprendizaje por prueba y error, para generar una red de proveedores que fuera confiable por la calidad del producto. Juan Gómez relata una experiencia en que al comprar leche en un acopio, esta venía adulterada, por lo que perdió gran parte de la producción, en consecuencia tuvo que buscar proveedores confiables y todos los días parte al alba y realiza un recorrido bastante extenso por distintas lecherías del sector y otras localidades para recolectar toda la leche que necesita para su producción.

Tuvimos adulteración en las leches, mucho agua, eso nos produjo un desorden bien fuerte, bien fuerte en los quesos, o sea una cualquier cantidad de quesos, un bajón bien grande, hasta hoy día todavía estamos, hasta hace poco no más, un poco más y nos podemos caer a la quiebra, porque si bien tengo, puedo tener harta leche buena, pero con un resto que venga mala, adulterada con mucho agua, todo se junta en un mismo recipiente, entonces se echa a perder todo, entonces eso es lo complicado.

*Juan Gómez, Lácteos Don Camilo*

Ester Hernández contó con apoyo de los organismos fiscalizadores que le ayudaron a realizar las pruebas de laboratorio que permitieron determinar cuáles de sus posibles proveedores cumplían con los estándares de calidad exigidos para la elaboración de quesos frescos.

La formación de redes sociales de reciprocidad y confianza aparecen como relevantes especialmente para mejorar los flujos de información acerca de oportunidades de negocios y de apoyos institucionales. En este sentido el capital social de los emprendedores también estaría jugando un rol relevante. Además algunos de los casos valoran el acceso a otras redes y la generación de nuevos vínculos a partir de lo logrado con su empresa. Es decir valoran también de su emprendimiento la posibilidad de extender su capital social.

## **4.7 Inicio del emprendimiento**

### **iv) Impulso inicial**

Las condiciones en que se han iniciado los emprendimientos de los entrevistados han sido diversas. Hay cuatro variables que nos permiten describir en términos generales el inicio de los emprendimientos de los entrevistados:

Inicia personalmente / Se incorpora cuando ya se ha iniciado el emprendimiento: esta variable describe si el entrevistado fue el impulsor del proyecto o participó en sus inicios, o si se integró más tarde, en general todos los entrevistados han sido parte del inicio de los emprendimientos en los que trabajan, con la excepción de Juan Gómez, quien se encontraba estudiando en el momento en que su padre comenzó con el negocio Lácteos Don Camilo, y no fue sino hasta después de terminar sus estudios que Juan Gómez se incorporó al negocio familiar y se hizo cargo de la administración.

Inicia autónomamente / Inicia con apoyo institucional: describe si el emprendimiento comenzó con o sin apoyo institucional, es decir, como parte de un programa desarrollado por alguna de las instituciones que intervienen en el mundo rural. En el caso de los entrevistados hay dos casos que han sido autónomos, Ester Hernández y Juan Gómez, si bien este no se incorporó desde el principio al emprendimiento, lo inició su padre autónomamente, y después, cuando Don Juan se

incorpora el principal apoyo financiero viene desde la banca privada, no desde el marco institucional estatal. Los otros cinco casos han iniciado con apoyo institucional.

Nosotros trabajábamos con PRODESAL, y ahí por PRODESAL nos invitaron a una charla, o sea este programa venía efectivamente para la gente que se interesara, pero como le digo fue muy poco, una charla muy leve, muy básica (...) Y a nosotros nos gustó y empezamos a tratar de sacarlo, y ahí partimos, nos costó un año, sacar la fórmula, por lo que habíamos visto, y ahí estuvimos vendiendo un material, y ya logramos sacarlo, y de ahí obtuvimos un proyecto del FOSIS, para hacer la sala de elaboración, obtuvimos también un proyecto por INDAP, para hacer la sala de ventas.

*Mercedes Gómez, Azahares del Huerto*

Motivación personal / Impulsado por institucionalidad: esta variable describe si el proyecto es motivado por el entrevistado o si es impulsado por alguna intervención institucional. Esta variable complementa la información de la variable anterior en el sentido que cuando hay apoyos institucionales en el inicio del emprendimiento en algunos casos es por búsqueda propia de los entrevistados, como en el caso de Giovanna Alvarado o Mercedes Gómez, en que ellas mismas se preocupan de preguntar en las distintas instituciones buscando algún apoyo que les sirva para iniciar sus proyectos, o si el apoyo institucional se consigue por una invitación a participar en un proyecto impulsado desde el marco institucional en su interacción con las comunidades del mundo rural, como es el caso de María Leyton. En el caso de Juan Gómez lo que le hizo tomar la decisión de participar del emprendimiento familiar fue un cliente que lo convenció y lo ayudó a conseguir créditos y financiamiento de la banca privada.

**¿Y este negocio nació por iniciativa de quién?**

Del INDAP PRODEMU, juntó un grupo de persona en el sector y ahí le enseñó a armar las conservas y después de eso vimos que lo que nosotros estábamos haciendo estaba bonito, súper bueno y nos tiramos a un proyecto y en ese proyecto edificamos todo lo que es la estructura de la fábrica y empezamos a sacar la resolución sanitaria, los códigos de barra, a hacer etiquetas, entonces en forma legal y ahora ya tenemos todo, incluso la parte nutricional que también nos estaban pidiendo la tenemos.

**¿Y cuando usted empezó con su negocio, con su sociedad, por qué decidió empezar a trabajar en eso?**

A ver, yo llegué, llegamos solamente para servir, para hacer más grande el grupo, yo no pertenecía al grupo que se armó inicialmente, yo llegué después, necesitaban que hubieran 10 personas y como faltaban...

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer*

Búsqueda de Oportunidades / Información de terceros: esta variable describe si el proyecto obtiene apoyo institucional por una búsqueda de oportunidades de los entrevistados o si hay una intervención externa en el sentido de ofrecer información o una invitación a participar en algún proyecto. En el caso de Ester Hernández y Margarita Allendes cabe destacar que un tercero, ligado al marco institucional, les informó acerca de las posibilidades que ellas tenían de obtener apoyos de diversas instituciones, lo que motivó en parte el inicio del proyecto de estas dos mujeres. En el caso de la Sra. Ester esta información llegó aproximadamente 20 años después que ella hubiera iniciado la producción de quesos, pero fue la que motivó que la Sra. Ester iniciara su empresa formalmente, invirtiera en infraestructura y abarcara más mercados que antes, cuando sólo vendía personalmente en su casa y en colegios y hospitales cercanos. Esto indica que al menos en estos dos casos había un déficit de información respecto a las posibilidades de apoyo que existen.

**¿Y hubo un momento en que tú decidiste dedicarte al tema o se fue dando solo?**

Yo creo que se dio solo, en ese minuto, el 2002 o fines del 2001 era secretaria de una organización de agricultores, y como estas ahí estas un poco más metida en el tema del INDAP en todo y la persona que los asesoraba me dijo “y por qué no postulas a un proyecto, existen proyectos” ahí yo no tenía idea que existían subsidios, entonces fue ahí cuando hicimos un proyecto con 10 personas, y se ahí partió, bueno había que tomar la decisión.

*Margarita Allendes, Sabores del Prado Verde*

Por el contrario otros casos consiguen apoyo institucional a partir de su propia búsqueda de oportunidades como en el caso de Mercedes Gómez y Giovanna Alvarado

O sea, para empezar nosotras nada que ver con los caracoles, íbamos a trabajar con flores, y empezamos a buscar, queríamos hacer algo con el FOSIS pero no nos pescaron mucho, porque igual el FOSIS es más chico, es más cerrado el cuento, es más difícil. Ya después llegamos al PRODEMU y ahí nos derivaron al INDAP, y ahí andábamos con mi hermana, y nos dijeron que para particulares esto no servía, tenía que ser un grupo, y en ese tiempo eran 5 lo mínimo, ahí entonces formamos las más cercanas por un cuento de convivencia para que la cuestión resultara, y ahí la coordinadora nos habló algo de los caracoles, de la helicultura y empezamos a ver y todo y ahí como que nos metimos en esto, pero igual no ha sido fácil, porque igual nos contaron un cuento que nunca fue po, nunca fue realidad.

*Giovanna Alvarado, Caracoles Huechún*

Tabla 9 Inicio del emprendimiento

Entrevistado	Inicia personalmente / Se incorpora cuando ya se ha iniciado	Inicia autónomamente / Inicia con apoyo institucional	Motivación personal / Impulsado por institucionalidad / Otro	Búsqueda de oportunidades / Información de terceros
Ester Hernández	Inicia personalmente	Inicia autónomamente	Motivación personal	Información de terceros *
Giovanna Alvarado	Inicia personalmente	Inicia con apoyo institucional	Motivación personal	Búsqueda de oportunidades
Juan Gómez	Se incorpora cuando ya se ha iniciado	Inicia autónomamente	Otro	Información de terceros
Margarita Allendes	Inicia personalmente	Inicia con apoyo institucional	Impulsado por institucionalidad	Información de terceros
María Leyton	Inicia personalmente	Inicia con apoyo institucional	Impulsado por institucionalidad	Información de terceros
Mercedes Gómez	Inicia personalmente	Inicia con apoyo institucional	Motivación personal	Búsqueda de oportunidades
William Pavez	Inicia personalmente	Inicia con apoyo institucional	Motivación personal	Información de terceros

Fuente: Elaboración propia

## v) La motivación

En este caso la motivación para iniciar el emprendimiento no se puede encasillar fácilmente en la diada Oportunidad – Necesidad. Evidentemente todos tienen la necesidad de tener algún ingreso, en algunos casos es más marcado que en otros, ya que en el caso de Margarita Allende corresponde al único ingreso del hogar, mientras que en casos como el de María Leyton o Mercedes Gómez consiste más bien, al menos en el inicio, en un complemento a los ingresos generados por el marido. Al mismo tiempo es posible distinguir casos en que se les presentó la oportunidad, como el caso de María Leyton, que fue invitada a participar de un proyecto.

Sin embargo las motivaciones para iniciar el emprendimiento en general parecen ir más allá de la oportunidad o la necesidad. En varios casos el emprendimiento surge a partir del deseo de mejorar las condiciones laborales de los entrevistados y conseguir algo autónomo y propio, donde uno sea su propio jefe, como es el caso de María Leyton, Giovanna Alvarado y Juan Gómez. A partir de ello se inicia la búsqueda de oportunidades para emprender, buscando algo de interés para los entrevistados y que les permita desarrollar un negocio propio.

### ¿A qué te dedicabas antes de los caracoles?

Antes, pucha nosotros trabajábamos acá en el campo en la temporada, igual harto tiempo, por eso con mi hermana nos aburrimos y dijimos, pucha trabajemos en algo para nosotros y como sabíamos de estos proyectos, por eso empezamos a tocar puertas.

**¿Y cuando tú decidiste con tu hermana a buscar un proyecto, era porque estaban aburridas de lo anterior?**

Si po, igual los dos últimos años antes de trabajar en esto trabajábamos en Talagante en una planquinera y todos los días viajábamos a las 6 de la mañana y llegábamos a las 8 de la noche e igual, de lunes sábado, estábamos choreadas con el cuento, y aparte que trabajar tanto, tanto para ganar lo mismo siempre, dijimos, ah ya, basta, queríamos algo para nosotras, igual podemos, igual somos capaces.

*Giovanna Alvarado, Caracoles Huechún*

En el caso de William Pavez la motivación es diferente, se fundamenta en el deseo previo de la familia de desarrollar algo en conjunto toda la familia. A partir de una situación de necesidad y cesantía generalizada en la familia se trasladan desde Concepción a la Región Metropolitana donde comienzan a buscar oportunidades. El tema de las Codornices comienza casi como un hobby de Don William, pero en la medida en que el tema comenzó a andar, especialmente a partir de una invitación a la Expo Mundo Rural el proyecto se fue desarrollando e involucrando a más miembros de la familia hasta llegar a ser el proyecto principal de la familia.

Hace 7 años llegamos aquí y estuvimos el primer año así hacíamos cosas y después hace 6 años atrás compramos la incubadora, los huevos, empezábamos. Ahora si uno considera de los días donde echamos por primera vez los huevos a la incubadora, 6 años, pero resulta que cuando echamos los huevos a la incubadora nadie pensó que este va a ser nuestro trabajo...

(...)

Cuando empezamos a trabajar en algo fue en Noviembre, en Diciembre del 2003, cuando nos invitaron a la primera Expo Mundo Rural y nos dimos cuenta que empezó a llamar gente, a pedir más cosas. A ver, te explico: nosotros teníamos 200 codornices, tan mal manejadas que no ponían más de 5 huevos al día, entonces ahí nos invitaron a la Expo Mundo Rural. Hubo una persona que sin conocernos creyó en el proyecto nuestro.

*William Pavez, Codornices Quillahua*

En el caso de Mercedes Gómez, declara que se inició en el tema con un grupo de mujeres que buscaban qué podían hacer en su tiempo libre, sin embargo en su valoración del emprendimiento se destaca la posibilidad de conocer gente y entrar a otros círculos.

Bueno nosotros lo empezamos con un grupo de señoras que nos conocíamos de antes, porque habíamos participado tanto en PRODESAL como en los talleres laborales que hay para mujeres, y nos conocíamos de ahí, y nos juntamos y empezamos a ver, qué es lo que podíamos hacer, en qué podíamos ocupar nuestro tiempo, principalmente después de los quehaceres de la casa. Y ahí empezamos a ver, nos invitaron a ver una charla, cómo se hacían los jabones, que a la mayoría de



la gente no le interesó, pero a mí me gustó, y la gente creyó en mí, confiaron, y empezamos a tratar de sacarla formula.

(...)

Claro, a mí me ha servido bastante, como desarrollo personal, me ha servido para contactarme con otras personas, conversar con otras personas, de repente a uno le cuesta. Sobre todo en las ferias, que nos juntamos, no sé conozco gente del sur, del norte, ahí llegan de todo el país, gente de afuera también, así que nos ha servido bastante. También en cuanto a trabajo, o sea, no es que la dueña de casa, por ejemplo, tenga que estar metida en su casa todas las horas del día, uno también, o sea, uno se da cuenta que tiene que tener un espacio para hacer otras cosas.

*Mercedes Gómez, Azahares del Huerto*

En el caso de María Leyton destaca el tema de detectar una oportunidad y el mejoramiento de las condiciones de trabajo, pasar de ser temporeras a tener un negocio propio.

**¿Pero cuando a usted le piden que se uniera a ese grupo, ahí decidió usted a dedicarse a producir o fue porque vio que estaba resultando o porque tenía la necesidad también...?**

Bueno, hay varias cosas, uno la necesidad y otro que estaba resultando porque era un producto que a la gente le gustaba, entonces nosotros preferir que trabajar de temporeras al sol decidimos hacer una fabrica y trabajar a la sombra y nos andar sacrificándonos tanto y tener trabajo permanente

**¿O sea quería mejorar su condición de trabajo?**

Exactamente

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer*

También en el ámbito de los motivadores para trabajar y mantener el emprendimiento está el cariño por la empresa, los entrevistados declaran un alto compromiso con la empresa y con su familia o sus socios como parte del emprendimiento. William Pavez declara que el amor por la empresa es incluso un factor relevante para el éxito del emprendimiento.

Entonces ahí no funcionan porque son necesidades de todos que se metieron en algo que nadie se encargó de que había que quererlo y una forma fácil de entender lo que yo estoy planteando es que la familia tiene un hijo por ejemplo (...) y de repente uno puede apreciar, y más que de repente, la mayoría de las veces a pesar de los castigos, la gente que menos tiene es la gente que es la que más quiere a los cabros chicos, porque el que está arriba tienen una nana, pero el cabro anda cochino, moquiento y de todo (...) Si existiera la posibilidad de que alguien le inyectara a esa gente algo para que ellos creyeran en algo, ya sea claveles, paltos, miel de lo que sea, y hicieran esa empresa como quieren a los cabros chicos, ellos tendrían un éxito espectacular, y eso es lo que pasó aquí.

*William Pavez, Codornices Quillahua*

Desde su perspectiva el amor por la empresa, como si fuera un hijo es clave para tener éxito. Los demás entrevistados coinciden en este aspecto de diversas formas, pero todos tienen en común que han puesto esfuerzo y cariño para que su emprendimiento resulte.

En el ámbito de la motivación el estudio de casos permite dar cuenta de algunos de los principales motivadores del emprendimiento, ayudar a mejorar las condiciones de la familia, necesidad de lograr algo propio, el mejoramiento de las condiciones de trabajo, la autonomía económica y el reconocimiento por el trabajo realizado (estos últimos dos factores se dan especialmente en el caso de las mujeres entrevistadas). También dentro de los motivadores, pero más bien desde los elementos que generan una valoración del emprendimiento están el orgullo por los logros alcanzados, por haber creado algo propio, la posibilidad de entrar a otros círculos y redes sociales y la generación de un espacio para compartir con las socias o la familia, tanto la convivencia como la realización de un proyecto con objetivos comunes. Sin embargo para observar las motivaciones es importante observar tanto la motivación manifiesta como aquellas otras que puedan estar ocultas en la valoración que los entrevistados hacen de su emprendimiento.

#### vi) Deserción

Otro proceso que ocurre en general durante el inicio del emprendimiento, especialmente en el caso de emprendimientos de mujeres (al menos en el caso de los entrevistados), es la deserción de parte de las socias. Esto se observa especialmente relacionado con los emprendimientos de mujeres porque tienen como característica en común que la mayoría de ellas partieron su empresa por un proyecto del programa Mujer Rural, desarrollado en el marco del Convenio INDAP – PRODEMU. Este programa exige como condición para ser beneficiarias que se constituya un grupo de 5 o 10 personas a las cuales se les entregan los servicios descritos anteriormente. En este programa es relativamente normal que se produzca deserción de parte de las mujeres de estos grupos.

Existen diversos motivos para explicar la deserción, según explican las entrevistadas. Entre los principales se encuentran las falsas expectativas, en el sentido

que al unirse al grupo inicial las mujeres tienen la expectativa de que es un trabajo con sueldo o en el cual lograrán ganancia en el corto plazo, lo cual, dada la metodología de trabajo del programa no es posible ni está dentro de los objetivos de corto plazo, por ello algunas de las socias desertan dado que no es lo que esperaban o buscaban al incorporarse al grupo. Otro motivo de deserción es el marido y la familia en general. En algunos de los casos los maridos se oponen a que las mujeres se incorporen a este tipo de proyectos y dejen, al menos en parte, sus labores en el hogar. De esta forma el machismo es una de las razones por las que las mujeres abandonan los proyectos. En otras ocasiones puede no haber una oposición directa del marido, pero dadas las condiciones y dificultades que genera en la familia el que la mujer pase tiempo realizando actividades productivas se producen problemas y crisis familiares, por lo que las mujeres en muchos casos optan por su familia y abandonan el proyecto.

**Usted me decía que al principio eran 10 personas, ¿las otras 5 personas hicieron otra empresa?**

No, las personas se fueron por cuestión de los maridos que no las dejaban participar, otras que no vieron la rentabilidad, porque primero se empieza con una marcha blanca, primero aportando uno para después poder recibir, y así se fueron, muchas por problemas familiares, los maridos no las dejaron participar. Y encontraron mucha responsabilidad en la sociedad que se estaba armando.

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer*

**¿Y siempre han sido doce personas o se fueron sumando?**

No, mire, cuando nosotros pedimos el proyecto FOSIS, nos pidieron que teníamos que ser veinte, incluimos a las veinte personas, pero como la gente vio que esto no era, porque ellos la mayoría pensaba que era un trabajo, que iban a recibir su sueldo, y nunca entendieron que era un proyecto a largo plazo, entonces la mayoría de la gente se retiró, ahí quedamos las doce.

*Mercedes Gómez, Azahares del Huerto*

## **4.8 Desarrollo del emprendimiento**

### **i) Temporalidad Agrícola**

La producción agrícola tradicionalmente se encuentra muy ligada a las estaciones y a los diferentes procesos según la época del año (plantación, cosecha, venta, etc.), lo cual determina que en gran medida las etapas del proceso productivo estén ligadas a las estaciones del año. En el caso de los entrevistados la producción

también se ve afectada por las distintas estaciones pero de una forma diferente y utilizan diversas estrategias para disminuir el efecto de las estaciones.

En general en la mayoría de los entrevistados las fluctuaciones en la producción se deben a las distintas épocas del año, y están determinadas por dos factores principales, por un lado por la disponibilidad de insumos de origen agropecuario, como la leche, frutas, o fluctuaciones producidas por los ciclos reproductivos del ganado, como es el caso de los caracoles, las codornices y las vacas. Por otro lado se producen variaciones en la demanda de sus productos, lo que también puede motivar bajas en la producción.

## ii) Redes institucionales de Apoyo

Se preguntó a los entrevistados qué apoyos institucionales habían recibido de parte de los distintos organismos que entregan apoyo a la inversión, financiamiento y apoyo al desarrollo de capacidades y capacitación. Nuevamente tenemos una amplia gama de posibilidades, desde Ester Hernández que solo ha usado crédito de INDAP y que no conocía otros instrumentos ni otras instituciones a las cuales acudir, hasta don William Pavéz que ha trabajado con una amplia gama de instituciones, desde instituciones de fomento productivo como INDAP a universidades. El siguiente cuadro muestra un resumen de las instituciones con las que han trabajado los entrevistados.

**Tabla 10 Instituciones de las que han recibido apoyo los entrevistados**

	INDAP	FOSIS	SERCO TEC	Munic ipios	PROC HILE	U. de Stgo.	U. de Chile	P.U.Ca tolica	CODEL CO	SERNA TUR	Banca	Total
Ester Hernández	X	X										2
Giovanna Alvarado	X											1
Juan Gómez	X									X	X	3
Margarita Allendes	X	X	X									3
María Leyton	X	X		X								3
Mercedes Gómez	X	X		X				X	X			5
William Pavéz	X		X	X	X	X	X				X	7
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>-</b>

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla hay una gran variación en la cantidad de instituciones con las cuales se han relacionado los entrevistados el rango va de 1 a 7 instituciones, donde la cifra que más se repite es 3. Las instituciones que más se repiten son el INDAP<sup>8</sup> en todos los casos, luego el FOSIS y a continuación las municipalidades.

El caso que presenta más interacción con instituciones es el de Don William Pavéz. Cabe mencionar que por elementos de su trayectoria es un poco distinto a otros casos, no se ha dedicado al trabajo agrícola toda su vida como la mayoría de estos casos, sino que también ha pasado por trabajos urbanos, en un organismo de gobierno (CORA) y en una zapatería. Además sus familiares (socios) presentan niveles de educación mayores al de los demás casos entrevistados. Esto puede ser una ventaja ya que les permite manejar más información para la creación de redes de apoyo institucional más amplias que en el resto de los casos.

Algunos de los casos estudiados han logrado generar redes de apoyo institucional bastante complejas y variadas, como William Pavez, y muestran una buena capacidad de usarlas a su favor y de buscar diversas oportunidades de conseguir apoyos.

Sin embargo es importante destacar otra característica que tiene el marco institucional de apoyo que está involucrado en la vida económica de estos emprendedores, que es la capacidad de los agentes de los organismos de gobierno de impulsar la generación de nuevos emprendimientos. En los casos estudiados el impulso inicial tuvo que ver en algunos casos con información entregada por algún agente institucional, como en el caso de Ester Hernández y Margarita Allendes, o con el apoyo entregado en etapas iniciales, como es el caso de William Pavez. Esto implica que los agentes del marco institucional pueden cumplir un rol relevante en la promoción del emprendimiento. Evidentemente los logros que alcance un emprendimiento posteriormente dependen de múltiples variables, según lo planteado en el marco conceptual propuesto, pero los agentes institucionales pueden entregar información muy relevante para el inicio de los emprendimientos. Esto depende de que

---

<sup>8</sup> Por los criterios de selección de los casos a estudiar todos debían ser usuarios de INDAP.

por un lado la información sea entregada en el momento oportuno, pero también depende de la capacidad que tengan los agentes institucionales para detectar aquellos casos de emprendedores con potencia de desarrollo.

### iii) Redes institucionales reguladoras

Las instituciones reguladoras que tienen impacto sobre la vida económica de los casos entrevistados son principalmente el Servicio de Impuestos Internos (SII), el Servicio de Salud Metropolitano del Ambiente (SESMA) y el Servicio de Salud Regional (SEREMIs de Salud). Estas instituciones establecen el marco regulatorio que deben cumplir los emprendimientos para poder vender sus productos. Fijan los estándares mínimos de calidad de productos que aseguran su inocuidad para el consumidor. Los entrevistados declaran que estas instituciones les han provocado algunos problemas, al menos al inicio de sus proyectos. Se refieren principalmente a problemas que han tenido con organismos como el SESMA o el ISP, quienes deben dar su autorización para que algunos de los entrevistados puedan producir y vender bajo las normas establecidas por estos organismos sanitarios.

Tanto Mercedes Gómez como Ester Hernández tuvieron dificultades para conseguir las autorizaciones necesarias por las normas que establecen el SESMA y el ISP, ya que por problemas de información no cumplían con las normas y debieron hacer importantes inversiones para solucionarlas. Por su parte William Pavéz ha tenido problemas para construir la faenadora de codornices ya que al comenzar no existían indicaciones de estos organismos, sin embargo mientras construían la faenadora la legislación cambió, y con ello el costo de la faenadora se elevó considerablemente.

Sin embargo estos casos, pese a una dificultad inicial para cumplir con las exigencias de las instituciones, desarrollaron posteriormente una relación más amigable y de apoyo con los fiscalizadores. La Sra. Ester, una vez que hubo construido su lechería y realizado una gran inversión no pudo obtener la autorización sanitaria del SESMA y le exigieron cambios radicales y de un costo que no era posible asumir. Sin embargo de a poco fue mejorando su infraestructura para cumplir con las normas y hoy tiene una excelente evaluación sanitaria en las fiscalizaciones periódicas que realiza el

SESMA sobre sus productos. Esto ha llevado incluso a que este organismo le haya otorgado facilidades especiales para obtener permisos para producir otros productos.

“... bueno el doctor ya me conoce, yo ya le tengo confianza y el también, porque él ya me dice Estercita, ya no me dice la señora Ester, sino Estercita así bien cariñoso. (...)

Pero he tenido bien buenas relaciones, incluso ahora en la cosa de las muestras y todo ellos ahora lo hacen por puntaje (...) y tengo 97,7%, me faltó una decima no más, si me dijo le faltó una decima para que hubiese completado el 100%. Que ni siquiera las empresas grandes tienen 100%. Claro, por eso yo con el SESMA estoy super bien, por eso, pero es lo mismo que yo le he dicho porque ustedes tienen la palabra, ustedes tienen que decirme a mí, que debo hacer, porque yo en esto, uno es nula en la cuestión de salud, nula total, porque no aprendió en el colegio, no aprendió en la universidad, aprendió en su casa las cosas.

*Ester Hernández, Lacteos Santa Ester.*

Es importante constatar la importancia que pueden tener los agentes del marco institucional así como los apoyos estatales disponibles para dar comienzo al emprendimiento, ya que definen el marco de oportunidades posibles para iniciar un proyecto. Según se plantea más arriba, las oportunidades que afectan sobre la vida económica de los casos estudiados tienen que ver principalmente con oportunidades para la formalización del negocio, la capacitación, el capital inicial, el acceso a una red de compradores o la formación del grupo de personas que conformará la empresa. De esta forma las instituciones de apoyo están afectando sobre la decisión de emprender y las etapas iniciales del emprendimiento. Incluso pueden también afectar sobre las etapas posteriores a través de la continuidad o no del emprendimiento. Por ejemplo el caso de William Pavéz, quien señala que por el nivel de desarrollo que ha alcanzado le es difícil mantener el apoyo institucional dado que no existen instituciones para apoyar a empresas agrícolas que están por sobre las micro y pequeñas empresas agrícolas (que son apoyadas por INDAP), otras instituciones como CORFO, SERCOTEC y otras tampoco pueden apoyarlo por las características de su proyecto. Por ello se puede limitar las posibilidades de desarrollo dando o quitando los apoyos requeridos.

#### iv) Infraestructura, Maquinaria y Tecnología

La utilización de tecnología en la producción de los entrevistados es muy diversa. Desde casos como María Leyton, que no utilizan tecnología ni maquinarias y consideran que hacer todos sus productos a manos le da valor agregado a su

producto, a William Pavez y su familia, que están construyendo una faenadora de codornices con tecnología que no existía en Chile, que tuvieron que diseñar ellos mismos a partir de maquinas faenadoras para otras aves como el pollo o el pavo, es decir han innovado y generado nueva tecnología para su producción.

En general se puede dividir a los entrevistados en tres grupos de acuerdo a cómo utilizan la tecnología en su producción.

- a) Tienen infraestructura especial para producir (una planta de conservas y una sala de producción), pero realizan la mayor parte de la producción a mano o utilizando tecnología muy baja como artículos de cocina. Utilizan el computador pero solo para llevar registros y contabilidad, usan internet a un nivel muy básico. En este grupo se encuentran María Leyton y Mercedes Gómez.

**¿Y aparte de ese computador han tenido alguna otra innovación tecnológica para su forma de producir?**

No, porque la verdad de las cosas es que nosotros podríamos tener tecnología dentro de la empresa pero salía muy caro, porque nosotros lo que nos encarece más es el pelado de las alcachofas, es muy lento, entonces hay que sacar hoja por hoja y después con una cuchara sacar las pelusas de adentro y con una cuchilla morder, que queden bien mordaditas, y nos costaba mucho entonces quisimos meter tecnología pero era de 5 millones entonces era demasiado para nosotros, así que lo hacemos todo manual, todo artesanal. Y eso un poco más le gusta a la gente porque cuando vamos a exposiciones le decimos la manera en que nosotros trabajamos, como trabajamos, tratamos de hacer lo más natural posible para... no le echamos aditivos químicos, para que sea lo más natural.

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer*

- b) Tienen infraestructura especial para producir (lecherías, queserías, naves, salas de producción, bodegas, etc.). Utilizan tecnología estándar para producir, esto significa que han tenido que realizar inversión en equipamiento para su producción. En el caso de los productores de queso fresco y maduro se utilizan ollas para pasteurizar, tinas de acero inoxidable, bandejas especiales, moldes, etc. En el caso de las helicultoras se utilizan jaulas especiales y equipamiento para la producción de cosméticos. Para la producción de licores se usan filtros y embotelladora. Utilizan computadores para el registro de la producción, contabilidad e internet a nivel básico. En este grupo se encuentra Giovanna Alvarado, Ester Hernández, Margarita Allendes y Juan Gómez.



**¿Y esa nave en qué consiste?**

La nave consiste, es tipo invernadero de flores, pero tiene algunas diferencias, y eso fue el primer año, hicimos la nave, hicimos jaulas de madera, y el segundo año, que fue el año pasado, pavimentamos, hicimos una sala de extracción, igual bien, vamos a hacer uno más amplio porque el primero tampoco nos dio resultado, y este tercer año pensamos hacer la otra nave.

**¿Y las cremas las hacen ahí mismo en la nave o las hacen acá en la casa?**

Es que tenemos una sala que está igual dentro del invernadero, pero está independiente de todo el cuento que está afuera, y la hacemos ahí, y ahora también equipar más la sala porque hay que poner cerámicas, hay que poner otro ventilador, o sea extractor de aire, un calefón también, hartas cosas que... muebles que también se va a implementar ahora.

*Giovanna Alvarado, Caracoles Huechun*

- c) Tienen infraestructura especial para producir (incubadoras, jaulas). Utilizan tecnología estándar pero además han innovado y diseñado tecnología previamente inexistente en Chile, adaptando tecnología de otros países. Utilizan computador para un sistema complejo de registros de producción, contabilidad, internet a nivel intermedio y también para el diseño de etiquetas. En esta categoría se encuentra William Pavez.

William Pavez: Teníamos el proyecto hecho, está el proyecto, contratada la empresa, porque haber, nosotros primero que nada aquí no hay máquinas en Chile, no hay nada.

Claudia Pavéz: No hay tecnología para las codornices.

WP: No hay ni disposiciones especiales ni nada, así que este es el matadero no más, aquí nosotros somos igual que la Ariztía, que el Súper Pollo y toda la cuestión, entonces nosotros tuvimos que partir por diseñar... primero pensar qué queríamos, después diseñar las máquinas, después hacer las máquinas.

**¿Y la hicieron ustedes, la mandaron a hacer?**

WP: Contratamos una empresa que nos salió.

(...)

Claro, y ellos fueron adaptando las cosas hasta que logramos todo ese cuento. (...)

CP: Pero no todos los cambios de hicieron porque nosotros quisimos, o sea cambió la ley y estábamos metidos al medio con la cuestión empezada y hubo que hacer reformas no más.

*William Pavéz, Codornices Quillahua*

**v) Proveedores y asociados**

Parte importante de la producción de los entrevistados, al igual que en cualquier negocio, depende de los proveedores de insumos para sus procesos productivos. En algunos de los entrevistados esto genera interesantes modificaciones a la estructura de la familia campesina.

Podemos diferenciar tres formas distintas de relacionarse con sus proveedores en los entrevistados:

- d) En primer lugar los que tienen una relación estable con proveedores definidos y a los que han llegado tras un proceso de búsqueda. En general estos proveedores son de sectores cercanos al lugar de residencia de los entrevistados o de tiendas especializadas de Santiago. En este grupo se encuentran la mayoría de los entrevistados, incluyendo a Mercedes Gómez, Giovanna Alvarado, Juan Gómez, Margarita Allendes y William Pavéz.
- e) Encontramos también dos casos, Ester Hernández y María Leyton, que tienen a sus maridos como proveedores principales de insumos para su producción (además tienen otros proveedores de materiales e insumos con los que se relacionan como los demás entrevistados). En el caso de María Leyton su marido produce alcachofas y duraznos, entre otras cosas, las cuales vende a la empresa de la Sra. María. Sin embargo no toda la producción va a parar a esta empresa, También hay una fracción de la producción que se vende en otras partes. En el caso de la Sra. Ester Hernández, también compra la producción de leche a su marido, aunque en este caso la totalidad de la producción de leche es adquirida por la Sra. Ester. Esto implica también un ahorro importante para su marido y una mayor ganancia, ya que la Sra. Ester compra la leche a un mejor precio que en el centro de acopio y le ahorra los costos del transporte.

Esta forma de relación proveedor-consumidor dentro de la familia genera algunos fenómenos interesantes de destacar, se produce una modificación de los roles al interior de la familia campesina, donde la mujer, en este caso ya no es exclusivamente dueña de casa, sino que además tiene un rol como proveedora de ingresos en la familia. Esto le otorga mayor independencia económica del marido y la posibilidad de tomar algunas decisiones de consumo en la casa. Esto es más notorio en el caso de María Leyton que en el de Ester Hernández. Sin embargo esto no quiere decir que abandonen su rol de dueñas de casa. Ambas manifiestan que distribuyen su tiempo entre el trabajo en su empresa y sus tareas como dueñas de casa. Por ello el principal cambio en este aspecto tiene que ver con la nueva

posición de estas mujeres en términos de las decisiones económicas que se toman al interior de la familia.

- f) Por último está el caso de la Sra. Ester, que se relaciona con sus proveedores de las dos formas descritas anteriormente, pero además tiene un proveedor de leche al que recurre sólo ocasionalmente por motivos de alza en la demanda. En estos episodios, donde la leche que produce su marido en su parcela no es suficiente para cubrir la demanda, recurre a un proveedor de un sector cercano que produce leche de buena calidad, que le permite cumplir con los requisitos del SESMA para la producción de lácteos. Este proveedor requirió una búsqueda exhaustiva y realizar pruebas de laboratorio a muestras de leche de diversos proveedores del sector hasta establecer que la única leche que cumplía con las normas del SESMA era la de este productor, que además es la más cara del sector.

En este contexto entran en juego en forma muy relevante las redes sociales de confianza y reputación, en cuanto se generan dependencias productivas relevantes de los emprendedores con sus proveedores, la falla de estas redes pueden tener consecuencias graves para los emprendedores, en su producción, sus ventas y su capacidad de cumplir con los compromisos asumidos con sus compradores.

## **4.9 Dificultades y problemas**

Durante las entrevistas los emprendedores hablaron también de los problemas que habían tenido durante el proceso de conformar su empresa, estos se refieren a diversos aspectos de la empresa, según se describe a continuación.

Problemas de deserción de socios/as de la empresa: se refiere a problemas que han tenido al conformar la empresa con los socios originales, los cuales por diversos motivos han abandonado el proyecto.

- Dificultades para conseguir el capital inicial: es el caso de Margarita Allendes, quien inició el proyecto asociada con 9 mujeres (se inició dentro del programa Mujer Rural), las cuales al momento de requerirse una inversión inicial no estuvieron

dispuestas a participar y se retiraron de la empresa. Ello provocó una fuerte dificultad para conseguir el capital necesario para comenzar la empresa. Al mismo tiempo genera mala experiencia y desconfianza respecto al trabajo asociativo.

Claro lo que pasa es que cuando yo partí no existía nada, estaba el terreno y justo nos ganamos el proyecto y había que poner plata, endeudarse con 130 lucas que tenía que aportar cada una y cero, con la hermana que estuve trabajando con las mermeladas, bueno ella aportó con materiales que tenía y cosas así pero...

**¿Y al final la plata la pusiste tú?**

Sí, me costó y para eso había créditos pero eso tuve que devolverlo o sea, agricultora pero con poca plata. Agricultora que no ganaba mucho, tenía dos hijos chicos en el colegio, entonces te dicen “te paso tres millones” y necesitas un millón 300 de aporte y tú dices “¿de dónde los saco?” no lo tengo, o sea, no tenía nada, pero ahí me conseguí un crédito, no me compraba ropa, nada, o sea...

*Margarita Allendes, Sabores del Prado Verde*

- Dificultades con la familia de las socias: en varios casos la deserción inicial se produce por la oposición del marido a que la mujer trabaje fuera de la casa o por no querer asumir responsabilidades en la empresa.

**¿Usted me decía que al principio eran 10 personas, las otras 5 personas hicieron otra empresa?**

No, las personas se fueron por cuestión de los maridos que no las dejaban participar, otras que no vieron la rentabilidad, porque primero se empieza con una marcha blanca, primero aportando uno para después poder recibir, y así se fueron, muchas por problemas familiares, los maridos no las dejaron participar. Y encontraron mucha responsabilidad en la sociedad que se estaba armando.

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer*

Problemas con socios comerciales y proveedores: También se encuentran problemas con socios comerciales y proveedores en los casos de William Pavéz, Giovanna Alvarado, Margarita Allendes y Juan Gómez. En el caso de William Pavéz relata la historia de una persona de la zona con la cual habían acordado comercializar en conjunto un total de 4.000 huevos de codorniz, donde cada uno ponía 2.000 huevos, en la ocasión los huevos entregados por su socio estaban todos malos, por lo cual perdieron la oportunidad de realizar el negocio. Juan Gómez también relata una experiencia que tuvo con uno de sus proveedores de leche, el cual le vendió leche adulterada, que al mezclarse con la leche de los otros proveedores la echó a perder produciendo pérdidas importantísimas sobre la producción. Por último en el caso de Giovanna Alvarado y Margarita Allendes han tenido malas experiencias con personas

que se ofrecieron a comercializar sus productos y al momento de pagar desaparecieron. En este ámbito se evidencian los costos de transacción asociados a la debilidad de las instituciones planteado por North, la debilidad de las instituciones que aseguran el cumplimiento de compromisos, en este caso instituciones informales, que ponen en riesgo a estos emprendimientos.

Problemas de trabajar con familiares: Otra de las dificultades que expresan los entrevistados tiene que ver con el trabajo en familia, ya que si bien tiene algunos beneficios, como una mayor confianza, también puede generar conflictos y roces al interior de la familia. Esto se puede distinguir entre el caso de William Pavéz y Juan Gómez, en que toda la familia trabaja en la empresa y no incorporan socios externos a la familia, y el caso de María Leyton, en que trabaja con una hija pero además con socias que no son de la familia. En el caso de don William las dificultades están dadas por el manejo de conflictos en el trabajo que pueden traspasarse al ámbito familiar. En ese sentido es difícil hacer una diferenciación entre el ámbito laboral y el familiar, pero según ellos han aprendido a distinguir y han logrado una buena convivencia familiar. Don Juan plantea que es difícil relacionarse con su hermano y llegar a acuerdo respecto a la administración de la empresa. Por su lado María Leyton plantea que trabajar con personas de la familia dentro de la empresa hace que se sientan con más derechos sobre la empresa, lo cual genera dificultades con la distribución del trabajo y los ingresos.

**¿Y cómo siente usted que le ha ayudado o no le ha ayudado trabajar con gente de su familia o con gente como más conocida?**

No sí, en eso es complicadísimo trabajar con los familiares, porque cuando son de la familia creen que tienen más derecho a hacer lo que ellos quieren. Nos pasaba con mi hija porque a veces... bueno igual nosotros teníamos que entender porque ella tenía un niño chico y tenía que cuidarlo y ella trabajaba no todo el día, trabajaba medio día. Pero complicar complicar no tanto, pero es complicado sí.

*María Leyton, Sociedad Agrícola Nuevo Amanecer*

Problemas con asesores y Técnicos: Giovanna Alvarado declara haber tenido problemas con uno de los asesores técnicos que trabajó con ella durante la etapa inicial de la empresa, ya que las convenció de cambiar de rubro y dedicarse a la helicultura en vez de las flores en base a argumentos respecto a las ventajas de la

helicicultura que resultaron no ser ciertas. Es decir, hay un problema en la entrega de información del asesor técnico.

O sea, para empezar nosotras nada que ver con los caracoles, íbamos a trabajar con flores, y empezamos a buscar, queríamos hacer algo con el FOSIS pero no nos pescaron mucho, porque igual el FOSIS es más chico, es más cerrado el cuento, es más difícil, ya después llegamos al PRODEMU y ahí nos derivaron al INDAP, y ahí andábamos con mi hermana, y nos dijeron que para particulares esto no servía, tenía que ser un grupo, ¿ya? Y en ese tiempo eran 5 lo mínimo, ¿ya? Ahí entonces formamos los más cercanos por un cuento de convivencia para que la cuestión resultara, y ahí la coordinadora nos habló algo de los caracoles, de la helicicultura y empezamos a ver y todo y ahí como que nos metimos en esto. Pero igual no ha sido fácil, porque igual nos contaron un cuento que nunca fue, nunca fue realidad.

**¿Quién les contó el cuento, la coordinadora del PRODEMU?**

No, o sea no ella no, la persona que nos capacitó después, era como la técnica, igual era parte del convenio pero de otro sector, ¿ya? Y con el cuento de exportar y blah blah y después vino la realidad y nada que ver, estábamos súper lejos, y después llegó otra coordinadora al INDAP y ella como que nos abrió, empezamos a tocar puertas por aquí por allá y ahí vimos la realidad, como que estábamos lejos de exportar, y empezamos a ver el cuento de la cosmética, pero en estos dos años que ha habido puro trabajo y no había nada de entrada, para mantener esto, fue súper difícil.

*Giovanna Alvarado, Caracoles Huechún*

Problemas con organismos del Estado: Se refieren principalmente a problemas que han tenido con organismos como el SESMA o el ISP, quienes deben dar su autorización para que algunos de los entrevistados puedan producir y vender bajo las normas establecidas por estos organismos sanitarios y por la ley chilena. Tanto Mercedes Gómez como Ester Hernández tuvieron dificultades para conseguir las autorizaciones necesarias por las normas que establecen el SESMA y el ISP, ya que por problemas de información no cumplían con las normas y debieron hacer importantes inversiones para solucionarlas. Por su parte William Pavéz ha tenido problemas para construir la faenadora de codornices ya que al comenzar no existían indicaciones de estos organismos, sin embargo mientras construían la faenadora la legislación cambió, y con ello el costo de la faenadora se elevó considerablemente.

#### **4.10 Logros y proyecciones**

Los casos estudiados han tenido diversos logros que se relacionan en alguna medida con los aspectos motivadores y que definen su valoración del emprendimiento. En este ámbito encontramos diversos logros, en primer lugar el logro más obvio, pero que tiene una alta valoración es desarrollar un proyecto propio, como la demostración concreta de la capacidad personal de los emprendedores, la cual es posible verla materializada en una empresa, en productos y en mejores ingresos. Esto se asocia al orgullo por el logro personal y familiar.

La independencia económica también es altamente valorada principalmente por las mujeres emprendedoras. También el cambio en la estructura familiar asociado a lo anterior en la medida que les da algún poder de decisión sobre el gasto de los ingresos familiares. En el caso particular de Ester Hernández la posibilidad de a través de su negocio ayudar a sus hijas, especialmente a una que tiene una situación laboral compleja, así como ayudar a su marido y a su hijo a complementar los ingresos del hogar, también revisten una alta valoración.

El reconocimiento por el trabajo y los logros alcanzados como un importante factor de valoración del emprendimiento. Reconocimientos públicos como los que recibieron después de haberse realizado el estudio de casos las empresas lideradas por Mercedes Gómez y Ester Hernández, fueron entregados durante la celebración del día del campesino 2007 y el día de mujer rural 2009, también han recibido reconocimientos dentro de la Expomundorural 2008 por la calidad de sus productos; otros reconocimientos que han recibido los emprendedores son por ejemplo el caso de Ester Hernández que sido visitada por delegaciones internacionales que vienen a conocer el trabajo desarrollado por INDAP y otras instituciones de fomento productivo. En el caso de William Pavéz, ha sido indicado como uno de los expertos en el rubro de las codornices por parte de agentes del marco institucional, y esa expertíz se debe principalmente a sus propios aprendizajes, ya que no existen especialistas en el rubro, al menos dentro de los consultores que trabajan en los servicios de asistencia técnica del INDAP. Juan Gómez ha recibido numerosos reconocimientos por la calidad de sus

quesos, que rescatan una receta tradicional y muy famosa del sector de San Manuel. Giovanna Alvarado ha aparecido en diarios y prensa local como un caso de emprendedores jóvenes innovadores y destacados.

En cuanto a las proyecciones, en el corto y mediano plazo todos los entrevistados tienen algunos proyectos y expectativas respecto al desarrollo de sus negocios, aunque estas son de diversos tipos y magnitudes. Los proyectos más simples se enfocan principalmente a diversificar la producción, mejorar sus productos y desarrollar su negocio. Todos los entrevistados tienen este tipo de expectativas.

En segundo lugar tenemos proyectos más complejos que implican inversiones para desarrollar el emprendimiento. Giovanna Alvarado tenía como proyecto al momento de ser entrevistada la construcción de una nueva nave de producción de caracoles en tierra, a diferencia de la primera en que los caracoles se desarrollaban en jaulas de madera y plástico. Posteriormente se contactó de nuevo a Giovanna e informó que ya había concretado ese proyecto y actualmente se encontraba en operación y con buenos resultados. Ester Hernández tenía como proyecto comprar una camioneta que permitiera mejorar sus condiciones de comercialización y distribución de quesos frescos, también estaba en sus planes construir una sala de maduración para el queso que le permitiera producir queso maduro, con lo cual podría sortear de mejor forma las épocas de baja producción de leche. William Pavez por su parte proyecta terminar la faenadora de codornices que tienen en construcción, lo cual les permitiría producir carne de codorniz además de huevos y otros derivados.

Por último el proyecto más complejo es el de William Pavéz, ya que no termina con la construcción de la faenadora, sino que además incluye a otras familias de la comunidad. Su proyecto consiste en que una vez que tengan lista la faenadora necesitarán tener mayor cantidad de codornices para la producción de huevos y carne, para eso proponen capacitar a 6 o 7 familias de la comunidad, venderles equipamiento y materias primas para que se conviertan en criadores de codornices y los provean a ellos de codornices. De esta forma plantean que generarían una cadena de producción en la comunidad donde estas 7 familias actúan como proveedores de codornices, que en la empresa de Don William las usan para producir huevos y carne. Además el



funcionamiento de la faenadora requeriría contratar mano de obra, por lo que también generaría empleo. Por último el proyecto de esta familia es que cada una de las familias de sus hijas pueda generar algún producto propio derivado de la producción de huevos y carne (huevos en conserva, codornices escabechadas, etc). Cómo se comentó más arriba, al menos uno de estos proyectos ya se realizó y su hija Claudia montó su propia empresa con apoyo de su madre, en la cual produce y vende derivados de la producción de don William, como codornices en escabeche, conservas de codornices, pastas, patés y salsas.

En el largo plazo las expectativas respecto a la continuidad del emprendimiento difieren bastante, podemos distinguir al menos tres tipos:

- Continuidad del emprendimiento por medio de la familia. En esta categoría se encuentran William Pavez y Juan Gómez. Ambos esperan que sus hijos y familiares mantengan el emprendimiento una vez que ellos mueran, en el caso de William Pavez hay un caro énfasis en este sentido ya que lo plantean como un proyecto familiar. En el caso de Juan Gómez la expectativa es más bien que los hijos continúen con la tradición familiar respecto a la producción de queso.
- Continuidad del emprendimiento a través de las socias. En esta categoría se encuentran Mercedes Gómez y Maria Leyton, ambas esperan traspasar el liderazgo de sus empresas a alguna de sus socias de manera de dar continuidad al emprendimiento, ya que la inversión y el trabajo realizado es demasiado como para abandonarlo.
- No se espera continuidad del emprendimiento más allá del emprendedor. En este caso se encuentran Margarita Allendes, quien no espera que sus hijos continúen con su empresa, ya que ellos tienen otros intereses y planes de estudiar. También en esta categoría esta Ester Hernández, quien espera trabajar hasta que ya no sea capaz y luego retirarse a vivir a un lugar tranquilo y cómodo.

## **V. CONCLUSIONES**

El estudio realizado tenía por objetivo caracterizar las estrategias de emprendimiento rural y a partir de ello entregar herramientas conceptuales que permitieran comprender el fenómeno. Para ello se desarrollaron una serie de conceptos y factores explicativos en base a la literatura existente a partir de lo cual se elaboró una propuesta de modelo. Esta propuesta se aplicó al análisis de un estudio de casos de emprendedores rurales de la región metropolitana, el análisis permitió detectar diversas categorías y variables que aparecen como relevantes para caracterizar el fenómeno y a partir de ello ajustar el modelo teórico propuesto.

También permitió relevar ciertos aspectos del fenómeno estudiado que permitirían mejorar los programas de apoyo y promoción al emprendimiento rural, a través de situar en su dimensión concreta el tipo de influencia que pueden tener los agentes del marco institucional de apoyo y regulador sobre el inicio y desarrollo de emprendimientos. Además permitió destacar aquellos aspectos del emprendimiento que aparecen como relevantes para la promoción del emprendimiento, en cuanto a que son aspectos que los emprendedores atribuyen mucha importancia y explican en alguna medida el sentido del emprender para los casos estudiados.

### **5.1 Los ajustes al modelo propuesto**

En el ámbito de las debilidades del modelo se detecta aún una brecha entre el modelo propuesto y cómo el fenómeno se presenta en la realidad. Esta brecha tiene que ver con cómo se ordena el modelo y cómo se presenta el fenómeno más que con las variables incluidas. Por ejemplo, las variables de la dimensión económica y los aspectos geográficos-territoriales de la dimensión sociocultural aparecen profundamente vinculados, donde las variables de la dimensión económica como la variedad de la demanda, los mercados disponibles, la competencia, los rubros y

cadenas productivas aparecen muy relacionados con las variables de aislamiento, acceso a centros urbanos y la presencia de agroindustrias en el territorio, donde ésta última variable aparece como poco explicativa. En cambio, la variable de actividad productiva local se muestra como más relevante y permite dar cuenta de mejor forma de las variables de la dimensión económica.

De esta forma el conjunto de estas variables relacionadas constituyen la dimensión de las oportunidades económicas, las cuales están definidas no solo por variables económicas, sino también por variables territoriales, de la relación entre lo urbano y lo rural, del aislamiento del territorio, de los rubros y cadenas productivas presentes en el territorio. Las oportunidades, en algunos casos, pueden estar fundadas en la tradición de la comunidad local, como es el caso de Juan Gómez, que recoge una tradición de elaboración de quesos que proviene del fundo de San Manuel que antes ocupaba el territorio en el cual se ubica hoy la localidad de San Manuel. Es también el caso de Margarita Allendes, aunque en un sentido inverso, en cuanto a que ella busca hacer algo distinto al rubro tradicional del territorio que habita (Frutillas en la comuna de San Pedro) y a partir de ello, buscando agregar valor, llega a producir licores y mermeladas.

Esta primera síntesis de variables económicas con las territoriales para constituir la dimensión de las oportunidades económicas establece también la dimensión de las oportunidades (y obstáculos) institucionales. Como se plantea en el estudio de casos, no solo las oportunidades económicas son importantes para explicar el surgimiento de los emprendimientos, también es relevante considerar aquellas oportunidades relacionadas con las redes institucionales de apoyo y de regulación. Por ejemplo las oportunidades de acceso a programas de financiamiento, desarrollo de capacidades, subsidio a la inversión productiva, o las oportunidades de formalización del negocio, de acceso a mercados a través de resoluciones sanitarias, de acceso a información respecto a oportunidades económicas e institucionales, etc. Por ejemplo las oportunidades que tuvo Ester Hernández de acceder a programas de apoyo le permitieron formalizar su negocio y más tarde obtener las resoluciones sanitarias que le abrirían diversos mercados formales. En el caso de William Pavéz, la oportunidad de acceso a mercados y de promoción y marketing que le dio en su inicio el INDAP a

través de la Expo Mundo Rural le permitió dimensionar la demanda por su producto y tomar la decisión de emprender.

Al mismo tiempo esta dimensión constituye también una fuente de obstáculos a superar por los emprendedores, en cuanto a que por diversos motivos, la falta de apoyo en determinados momentos del desarrollo del emprendimiento, la falta de información, las regulaciones existentes, o la falta de claridad respecto a las regulaciones, pueden también convertirse en obstáculos serios para el desarrollo del emprendimiento. Por ejemplo William Pavéz ha visto largamente retrasado su proyecto de construir una faenadora de codornices dado que al iniciar su construcción no existían regulaciones las cuales se definieron mientras se realizaba el proyecto y se establecieron requisitos superiores a los que cumplía la faenadora de codornices, ello requirió introducir una serie de modificaciones y aumentó los costos considerablemente. Mercedes Gómez tuvo dificultades para conseguir las resoluciones sanitarias porque la persona que les habían asignado para capacitarlas en la elaboración de jabones y cosméticos a través de un proyecto FOSIS, ejecutado por una ONG, no tenía título de químico, lo cual es un requisito para que la empresa de Doña Mercedes pudiera obtener la resolución.

Las variables incluidas en los aspectos demográficos de la dimensión sociocultural tampoco mostraron mucha relevancia al momento de explicar el inicio del emprendimiento y su desarrollo. Su debilidad consiste principalmente en su propuesta como variables demográficas, en este estudio de casos no presentaron ningún efecto relevante. Las variables por separado pueden tener valor explicativo, en cuanto a que por ejemplo hay algunas diferencias en cómo enfocan el emprendimiento según si tienen mayor o menor educación. También se pueden ver efectos importantes relacionados con la incorporación de la mujer al mundo del trabajo, pero que se relacionan más con la estructura familiar y la distribución de roles al interior de la familia que con la variable macro de incorporación de las mujeres al mercado laboral. La evidencia sugiere que estas variables como están planteadas son de orden meso o macro y no tienen tanto peso en el nivel micro.

Sería más apropiado incorporar dentro de las variables incluidas en la dimensión sociocultural las características de la familia de los emprendedores, que en

el modelo propuesto se incluyen dentro de la caracterización del emprendimiento, pero que en el análisis aparece como una variable relevante y con peso propio suficiente como para separarla de los aspectos de organización del trabajo. Por otro lado tanto la variable de incorporación de la mujer al trabajo como la migración se ven superadas por variables que pueden explicar lo que aparece como relevante de estos aspectos, que son las transformaciones en las escalas de valor de los emprendedores y del mundo rural en general. Por ejemplo la migración se ve superada por la vinculación a la tierra y la incorporación de la mujer al trabajo es mejor explicada en este nivel por los valores de apego a la tradición, machismo y valoración de la familia.

En cuanto a las fortalezas del modelo propuesto la más importante es que permite integrar variables y categorías de diversas disciplinas al análisis del emprendimiento rural. Además lo sitúa en el nivel local y permite comprender variables de nivel micro en profundidad, revelando los mecanismos principales de la motivación, detección y aprovechamiento de oportunidades y valoración del emprendimiento. Esto permite situar el fenómeno en el contexto económico, institucional, territorial, cultural, social, familiar e individual que corresponde a la realidad del mundo rural, a diferencia de los modelos revisados, que intentan vincular el nivel micro con el macro, y revelan los mecanismos por los cuales el emprendimiento afecta al crecimiento económico, pero no abordan el emprendimiento mismo como fenómeno.

Por último este modelo es específico para comprender el emprendimiento rural y apunta a incorporar al análisis del emprendimiento aquellos aspectos que dan cuenta del cambio en el mundo rural en los últimos años. Esto se expresa por ejemplo en las dificultades para el establecimiento de emprendimientos asociativos y su fundamento en la desconfianza de los habitantes rurales. Esta desconfianza también permite explicar bajos niveles de encadenamiento entre los productores rurales, ya que como plantea North, la confianza es básica para reducir los costos del intercambio económico. En este caso, si no hay confianza en las personas, evidentemente las instituciones informales arraigadas en la cultura y las costumbres no aportan a reducir los costos del intercambio y por tanto se hacen menos probables los vínculos comerciales duraderos entre productores. Ejemplos de esto ya se revisaron en el caso de Juan Gómez, que tuvo problemas con un proveedor de leche adulterada, Margarita

Allendes y Giovanna Alvarado, que fueron estafadas por supuestos socios comerciales.

Esto es relevante también en el caso de los emprendimientos liderados por mujeres en cuanto a las transformaciones que implica sobre la estructura familiar, la redistribución de roles, y las relaciones de poder al interior de la familia.

## **5.2 El rol del marco institucional**

Otro de los aportes relevantes de esta tesis es revelar el rol y la importancia que pueden tener los agentes institucionales y el marco institucional en general en el inicio y desarrollo de emprendimientos. Los agentes del marco institucional pueden actuar tanto como promotores del emprendimiento como generar obstáculos.

Por un lado pueden generar oportunidades relevantes para el inicio y desarrollo del emprendimiento y complementarias a las oportunidades económicas, por ejemplo incorporándolos a redes contactos y de información acerca de las oportunidades de acceso a apoyos institucionales, a expos y ferias, a oportunidades para formalizar su negocio, obtener resoluciones y permisos sanitarios y comerciales, acceso a nuevos mercados y nuevos apoyos institucionales, articulando los apoyos con otras instituciones, ya sea organismos de gobierno u otras organizaciones como las universidades y centros de capacitación.

Por otro lado el marco institucional también puede poner trabas al desarrollo de los emprendimientos con regulaciones y requisitos poco claros, sobre los que no hay información, o no facilitando la información, por una mala ejecución de los apoyos que impida después cumplir regulaciones y requisitos, por falta de recursos, etc.

Cómo se vio en el estudio de casos, este rol del marco institucional puede ser muy determinante en el inicio y desarrollo de los emprendimientos, en cuanto a que constituyen un conjunto de oportunidades complementarias a las económicas, pero absolutamente necesarias, sobre todo para aquellos emprendedores que pertenecen a la AFC, que montan empresas pequeñas, que se inician con pocos recursos, ya que

tienen menos posibilidades de acceder a esta información o de cumplir con las regulaciones institucionales que un emprendedor grande que cuenta con recursos y acceso a información.

Otro aspecto de relevancia en este tema es la discusión acerca de las dificultades que han tenido los emprendedores en el desarrollo de su emprendimiento, en cuanto permite focalizar los esfuerzos de promoción y apoyo en esos temas. En resumen son: dificultades para conseguir el capital inicial, o la falta de recursos externos para iniciar el emprendimiento, las dificultades con las familias asociadas al machismo y el apego a las costumbres, los problemas propios de trabajar con familiares, los problemas con la red de instituciones reguladoras y de apoyo, problemas con proveedores y socios comerciales y por último los problemas con asesores técnicos.

Estos aspectos indican por ejemplo la necesidad de considerar un componente de trabajo con las familias en los programas de promoción y apoyo, y que este componente debería diferenciar según el tipo de emprendimiento (si es asociativo conducido por mujeres, o si es un emprendimiento familiar). También indica la necesidad de mejorar los programas de apoyo al inicio del emprendimiento facilitando las condiciones de acceso al financiamiento y el desarrollo de consultores y asesores técnicos de calidad.

### **5.3 Las claves del emprendimiento rural, la dimensión subjetiva**

En el estudio también se relevan los elementos claves del emprendimiento desde la perspectiva subjetiva, estos tienen que ver con qué es lo que los motiva a emprender y también qué es lo que valoran del emprendimiento. Dado que la motivación y los valores son lo que explica en gran medida las conductas de los emprendedores, comprender cuáles son las que están operando en los casos estudiados puede aportar a establecer mecanismos de promoción del emprendimiento que actúen sobre estos elementos claves.

En el ámbito de las motivaciones para iniciar el emprendimiento se destacan el deseo de mejorar las condiciones laborales, armar un proyecto propio, autónomo donde el emprendedor sea su propio jefe y también en el deseo de mejorar las condiciones económicas de la familia. También se presenta como una motivación el deseo de tener un negocio familiar, que involucre a la familia.

En el ámbito de las valoraciones se relevan una serie de factores que son elementos que son valorados por los emprendedores, pero que por lo mismo se transforman a su vez en motivadores, en general están en el ámbito de los logros del emprendimiento. La valoración del emprendimiento en los casos estudiados se da no solo en cuanto permite mejores ingresos, autonomía económica o independencia económica del marido en el caso de las emprendedoras, sino también se valora como un proyecto de realización personal y familiar, el cual genera orgullo por lo logrado, por la posibilidad de acceder a otros círculos, redes y espacios de sociabilidad adicionales a los que tenían inicialmente. También se valora en cuanto permite mejorar las condiciones de la familia y su bienestar tanto en términos económicos como en cuanto al fortalecimiento del núcleo familiar, como espacio primario de sociabilidad, apoyo y cariño de los emprendedores.

En el caso de los emprendimientos asociativos se valora el desarrollar un proyecto sobre la base de un interés y un objetivo común, reconocimiento por el trabajo, ampliación de los espacios de sociabilidad y sentido de pertenencia a un grupo y a un proyecto conjunto. De esta forma el emprendimiento adquiere una valoración como un espacio de integración, desarrollo y encuentro del grupo de personas que lo componen, más allá de los resultados económicos obtenidos.

Estos elementos permiten identificar oportunidades para promover el emprendimiento sobre la base de los elementos detectados hasta aquí, por ejemplo a través de la promoción del reconocimiento a los emprendedores, a través de concursos o eventos, publicaciones y actos públicos, la posibilidad de acceder a otros círculos sociales o de interactuar con autoridades locales y nacionales también puede ayudar a promover el emprendimiento a través de actividades de presentación del



emprendimiento y de compartir experiencias con otros emprendedores actuales o potenciales.

Por último esto permite destacar otro de los resultados de esta tesis y es dar cuenta de que efectivamente el emprendimiento no es un fenómeno exclusivamente económico o individual, sino que en su valoración y motivación, es decir, en los fundamentos de la conducta (acción económica), se encuentran actuando aspectos sociales y culturales. Al mismo tiempo permite dar cuenta de cómo la acción económica no está regida sólo por el principio del intercambio competitivo, sino que también operan otros principios básicos de la economía como la reciprocidad, la asociación (redistribución) y la responsabilidad económica (como sentimiento moral).

#### **5.4 Aportes a la intervención del gobierno para la promoción y apoyo del emprendimiento rural**

La tesis desarrollada aporta también herramientas conceptuales que permitirían a la institución establecer variables y categorías que permitan caracterizar los emprendimientos existentes en un territorio. Esto permitiría elaborar tipologías sobre la base de las variables definidas y a partir de ello también focalizar el apoyo entregado, así como planear distintas estrategias para promover el desarrollo de los emprendimientos de acuerdo a sus características.

Como se desarrolló durante esta tesis, las distintas estrategias de emprendimiento (definidas principalmente por el tipo de emprendimiento y la estructura familiar y su distribución de roles) pueden generar trayectorias muy diversas y por lo mismo sus necesidades de apoyo son diversas. Los emprendimientos en que las mujeres, o un grupo de mujeres asociadas, desarrollan una actividad productiva complementaria a la de sus maridos requieren estrategias de apoyo distintas, ya que las consecuencias que tiene sobre la familia son diferentes de aquellos emprendimientos en que el marido conduce un emprendimiento que involucra a la familia o a gran parte de ella.

En el caso de las mujeres, solas o asociadas puede ser más importante apoyar con facilidades de acceso al capital inicial, capacitaciones y apoyo para enfrentar situaciones familiares que puedan surgir a partir del emprendimiento y sus resultados. Dado que el emprendimiento de las mujeres puede tener dificultades por factores culturales como el machismo y el tradicionalismo, así como por la redistribución de roles dentro de la familia, promover el emprendimiento femenino puede requerir estrategias de apoyo con una orientación no solo productiva, sino también de apoyo al desarrollo de capacidades personales y a las relaciones familiares. Por otro lado los emprendimientos liderados por hombres, al menos en los casos estudiados, requieren más bien apoyo en financiamiento para expandir el negocio o implementar innovaciones.

Lo anterior es relevante especialmente cuando se plantea desde la institucionalidad la inserción competitiva sustentable de las empresas de la Agricultura Familiar Campesina en los mercados, ya que la competitividad y especialmente la sustentabilidad no están dados exclusivamente por variables productivas, sino también por variables sociales, culturales e institucionales. Si se considera que el emprendimiento puede generar cambios importantes sobre la vida de los emprendedores, tanto en el ámbito de la realización y el logro individual como en la familia y el entorno cercano, es importante cautelar que éstos impactos sean positivos y no generen un quiebre o conflictos en las familias, ya que de lo contrario sería bastante escaso el aporte al desarrollo y bienestar de la familia campesina.

## VI. ANEXOS

### **Anexo 1: El concepto de incrustación (embeddedness) social de la economía**

Uno de los grandes temas que se han desarrollado en esta rama de la sociología es el de la incrustación social de la economía (embeddedness). A partir de los planteamientos de K. Polanyi se ha desarrollado un debate que busca explicar cómo el comportamiento económico de las personas está influenciado por el medio social en el cual se desarrolla y no responde sólo a una acción racional instrumental que opera sobre información precisa y completa de mercado, como plantea la teoría económica neoclásica.

K. Polanyi en su reflexión vuelve a situar la actividad económica dentro del conjunto de normas e instituciones sociales que ordenan y regulan la existencia colectiva, a diferencia de la teoría económica neoclásica, que la sitúa en un espacio autónomo e independiente de toda regulación social. Plantea que la vida económica está compuesta por determinadas prácticas sociales de cooperación, trabajo colectivo e intercambio y se encuentra incrustada en instituciones que ordenan y regulan la interacción y la vida colectiva (Montero, 2003).

Propone un conjunto de categorías para el análisis del proceso económico que van más allá del intercambio competitivo de la teoría económica. Estas categorías corresponden a principios sociales básicos de reciprocidad, distribución, hogar y trueque, los cuales se institucionalizan en patrones de simetría, centralidad, autarquía y mercado, de esta forma operan en la sociedad y se reproducen y perduran en el tiempo. Su análisis plantea que en las sociedades industriales modernas el principio integrador del intercambio ha adquirido predominancia sobre los otros en la forma del mercado competitivo, sin embargo este predominio se basa en la mercantilización del trabajo, la tierra y el dinero, que son mercancías ficticias en cuanto que no son productos elaborados para ser intercambiados. Sin embargo esta mercantilización del

trabajo, la tierra y el dinero que dan predominancia al intercambio competitivo en el mercado atentan contra los otros mecanismos de integración, por lo que la expansión de los mercados va acompañada por un movimiento por parte de la sociedad que busca contrarrestar el predominio del intercambio y sus consecuencias a través de los otros principios de integración, como la redistribución y la reciprocidad, por lo cual a través del Estado y otras entidades se elaboran sistemas de protección social y redistribución del ingreso. De esta forma se produce un doble movimiento en las sociedades modernas, de expansión del mercado por un lado y una reacción de la sociedad para contrarrestar los efectos desintegradores del predominio del mercado competitivo por otro.

E. Mingione plantea que para acercarse a este tema desde la investigación es necesario recurrir a una reformulación de las formas de integración de la actividad económica planteadas por Polanyi (la reciprocidad, redistribución, hacienda e intercambio o trueque). Cada uno de estos principios de integración requiere para su funcionamiento de estructuras institucionales y principios de comportamiento (simetría, centralidad, autarquía y mercado como estructuras institucionales respectivas y don/contradon, entrega de bienes a un centro de autoridad, producción para uso propio y lucro individual como principios de comportamiento respectivos)(Prieto, 1996).

En las sociedades industriales en que el intercambio es la forma predominante de conducta económica se requiere que el trabajo, la tierra y el dinero se transformen en mercancías, que sean susceptibles de ser vendidas y compradas. El mercado en la sociedad industrial se basa por tanto en tres mercancías ficticias esenciales. “Esa mercantilización ficticia es incompatible, sin embargo, con el funcionamiento de las otras dos formas institucionales de regulación social compleja, la reciprocidad y la redistribución. La evidencia histórica que se aporta en *The Great Transformation* está destinada a demostrar que la historia de la industrialización se basa, por una parte, en la difusión del mercado en el sector de las mercancías propiamente tales y, por otra, en la reacción de los contextos socio-regulativos para impedir la completa dependencia con respecto al mercado de las mercancías ficticias o, en otras palabras, para salvar a la sociedad de una muerte segura” (Mingione, 1993).

Según el planteamiento de Mingione para explicar las formas de inserción social del mercado es necesario combinar los cambios en las otras dos formas de integración de la economía, la reciprocidad y redistribución. Para llevar estos conceptos a un nivel operativo en la investigación micro y macro social, reformula ambos conceptos antropológicos, asociándolos a los conceptos sociológicos de comunidad y asociación respectivamente. En el caso del par reciprocidad/comunidad, mantiene la utilización del concepto de reciprocidad, en cambio en el par redistribución/asociación se queda con el concepto sociológico porque permite rescatar la continuidad entre factores socio-organizativos, en especial los de tipo asociativo y redistributivos. “Tanto en el caso de la reciprocidad como en el de la asociación (redistribución) el sentido de la relación social surge de diferentes tipos de intereses comunes, lo que se refleja en las formas subyacentes de organización social. Si se lleva esta distinción a su límite extremo, podría decirse que mientras en situación de reciprocidad la defensa del interés de un grupo requiere que algunos miembros realicen sacrificios individuales, que pueden ser compensados por otros miembros en diferentes formas y en diversos momentos, las relaciones asociativas promueven los intereses de todos los miembros de una asociación y los defienden frente a los ajenos a ella.” (Mingione, 1993). En un artículo posterior Mingione profundiza en la utilización de la reciprocidad como una herramienta para interpretar las sociedades industriales modernas. La define como “un tipo de relación social que solo tiene sentido dentro de un sistema organizacional, porque el intercambio no concluye en un solo acto, las transacciones son potencialmente desiguales y el compromiso a la reciprocidad es vago o implícito. Por esta razón la reciprocidad se relaciona con formas de organización social que implican un número variable pero limitado de individuos que saben mutuamente de su existencia y mantienen contacto personal.” (Mingione, 2002) Tanto en el caso del concepto de reciprocidad como en el caso del concepto de asociación el sentido de la relación social está dado por diferentes tipos de intereses comunes., donde lo que caracteriza al concepto de reciprocidad como principio de organización social es que los intereses del grupo están por sobre los del individuo.

El concepto de reciprocidad es una construcción social y como tal está sujeto a la variación histórica y cultural. El proceso de modernización ha definido algunos

elementos centrales de cambio en el concepto de reciprocidad que han variado. En primer lugar se detecta una variación a partir del proceso de industrialización y urbanización en Europa se ha debilitado el influjo de las comunidades locales a favor de las relaciones de parentesco, compañerismo y amistad. En segundo lugar los procesos de migración y el establecimiento de empresas étnicas han hecho reaparecer las bases étnicas de la reciprocidad. La base familiar o de parentesco para la reciprocidad se ha modificado desde sus orígenes patriarcales o tribales a una variedad de mezclas entre relaciones con la familia nuclear y con familiares cercanos o preferidos. Otra modificación es a partir de una mayor movilidad social y geográfica, junto con las nuevas tecnologías de información, es el desarrollo de redes de reciprocidad en espacios en que antes era muy difícil. Por último la urbanización misma genera nuevos espacios para el desarrollo de relaciones de reciprocidad, como las redes que se pueden formar entre vecinos. En términos generales, Mingione plantea que es posible detectar dos tendencias en la transformación de las relaciones de reciprocidad, una es a tendencia hacia una distribución menos desbalanceada del poder y la otra tiene que ver con una mayor importancia de las relaciones voluntarias o elegidas versus las que son atribuidas.

Otra aproximación operativa al concepto de incrustación social es la de Andrew Sayer, quien aboga por una aproximación económico moral al tema de la incrustación social de los procesos económicos. Parte de la convicción que lo económico no puede entenderse separado de lo cultural y lo social. La perspectiva de la economía moral (*moral economic perspective*) examina las formas en que el mercado y los fenómenos económicos asociados dependen e influyen en sentimientos ético-morales, normas, comportamientos y tienen implicaciones éticas. La 'economía moral' es el estudio de cómo actividades económicas de todo tipo están influenciadas y estructuradas por disposiciones morales y normativas y como a cambio las normas pueden ser influenciadas por presiones económicas. Desde esta definición, todas las economías son economías morales (Sayer, 2004). La moral y la moralidad comprenden "normas (formales e informales), valores y disposiciones relacionadas con el comportamiento que afectan a otros, e implican ciertas concepciones acerca de lo bueno" (Sayer, 2004). Cada vez que las personas entablan relaciones sociales están haciendo

decisiones morales, aún cuando la mayor parte del tiempo se hacen en forma automática, como disposiciones éticas que forman parte del habitus. De esta forma la dimensión moral es inevitable en cualquier relación social. “Las relaciones económicas no son la excepción, de hecho están estructuradas por normas económico-morales acerca de los derechos, responsabilidades y el comportamiento adecuado.” (Sayer, 2004).

Sayer plantea que la dimensión moral de la vida social no solo es un conjunto de normas y reglas respaldadas por sanciones, que tienden a producir orden social, sino que tiene una fuerza interna que es lo que le da más importancia para la conducta. Las personas no actúan según la moral porque hayan normas y sanciones, sino porque tienen un sentimiento de que es lo correcto o genera bienestar, y que hacer lo contrario sería causar daño a las personas.

El comportamiento económico implica y depende de valoraciones, más obviamente de valores de uso y valores de cambio, pero la valoración ética o moral también está siempre, ya sea presente o latente. También es posible en cualquier sociedad que las valoraciones éticas y las económicas se encuentren en tensión, como ocurre en las sociedades capitalistas donde lo que es bueno puede ser sobrepasado por lo que es lucrativo (donde el lucro se transforma en un fin en si mismo).

Para Sayer el concepto de incrustación (embeddedness) social de la economía como se ha desarrollado hasta ahora centrándose principalmente en cómo la economía se encuentra inserta en una serie de normas, tradiciones, valores, hábitos y relaciones sociales que la limitan o constriñen, el problema no es que no existan estas limitaciones, sino más bien que esta perspectiva pasa por alto las normas y valoraciones que son internas a las prácticas económicas.

De esta forma la economía operaría sobre sentimientos morales y normas que a la vez son influenciados por las formas particulares en que se organiza la economía, no de forma externa a la actividad económica sino desde dentro. A partir de estas consideraciones Sayer desarrolla el concepto de responsabilidad económica, este concepto está siempre referido a otros, es decir es responsabilidad económica por otros y es una necesidad transhistórica dada la naturaleza vulnerable y dependiente.

Estas responsabilidades asumen distintas formas de acuerdo a las particularidades históricas de las normas culturales, morales y formas de dominación, que definen quién debe asumir responsabilidad por otros y quien debe recibir cuidados o apoyo económico.

M. Granovetter propone enfocar el tema de la incrustación social de la economía desde la perspectiva de las redes sociales. Critica tanto las posturas sobresocializadas de la sociología, que indican que la conducta económica está determinada por las normas y valores sociales, como las subsocializadas de la economía, que indican que el comportamiento económico está determinado por la racionalidad individual y que las relaciones sociales no influyen en la conducta económica, en cuanto a que ambas posturas parten desde la atomización del individuo, ignorando de esta forma su inserción en redes sociales y en relaciones sociales en curso que afectan la conducta económica de las personas.

La concepción sobresocializada del hombre en la sociología moderna es aquella que concibe a las personas como muy sensibles a la opinión de los otros y por lo tanto obedientes a los sistemas de normas y valores desarrollados consensuadamente, internalizados por socialización de manera que esta obediencia no es percibida como una carga. Por otro lado la concepción subsocializada de la economía neoclásica opera con una concepción atomizada de la acción humana. La teoría neoclásica rechaza cualquier impacto de la estructura social y las relaciones sociales sobre la producción, distribución y consumo. En mercados de competencia perfecta no hay espacio para regateo, negociación, protesta o ajustes mutuos y las relaciones recurrentes y continuas entre operadores económicos son innecesarias.

Esta teoría ha sido aceptada en general por varias razones, pese a lo irreal de la situación que presenta, una de las razones es que al eliminar el efecto de las relaciones sociales del análisis económico elimina el problema acerca del orden. “En la argumentación de Hobbes, el desorden surge porque las transacciones sociales y económicas libres de conflicto dependen de la confianza y la ausencia de fraude. Pero estos son poco probables cuando los individuos se conciben desprovistos de relaciones sociales y contexto institucional – como en el *estado naturaleza*”



(Granovetter, 1985), la respuesta de Hobbes a este problema es imponer una estructura de autoridad autocrática, mientras que la solución de la economía neoclásica es que las estructuras políticas represivas se vuelven innecesarias por los mercados competitivos que vuelven inútil el uso de la fuerza o fraude. La competencia determina los términos de intercambio en una forma que los agentes individuales no pueden manipular. Y si los agentes se encuentran con situaciones fraudulentas, pueden realizar sus intercambios con otros agentes que si estén dispuestos a seguir los términos del mercado. De esta forma las relaciones sociales y sus detalles se vuelven “asuntos friccionales”

Sin embargo ambas concepciones, sobre y sub socializadas, coinciden en una concepción común en cuanto a que las decisiones y acciones son tomadas por actores atomizados. “En la perspectiva subsocializada, la atomización resulta de la búsqueda utilitaria del interés propio; en la perspectiva sobresocializada, del hecho de que los patrones de conducta han sido internalizados y las relaciones sociales en curso tienen solo un efecto periférico sobre el comportamiento. (...) Las soluciones sobre y subsocializadas del problema del orden coinciden por lo tanto en su atomización de los actores de su contexto social inmediato” (Granovetter, 1985).

Las soluciones al problema del orden y a la pregunta de qué es lo que impide que agentes que persiguen el propio interés usen la fuerza o el fraude para conseguirlo, van desde los planteamientos del neoinstitucionalismo que asumen que las instituciones evolucionan de manera que generan los mecanismos necesarios para resolver los problemas económicos, por lo tanto habrían instituciones que harían demasiado costoso actuar de manera fraudulenta o por la fuerza, a otros economistas que plantean que es necesario cierto nivel de confianza para el funcionamiento del mercado, esta proviene de una moral generalizada que opera en los intercambios económicos y que complementa la acción de las instituciones. El argumento de la incrustación de Granovetter destaca el rol de las relaciones personales concretas y la estructura de esas relaciones (redes) en desalentar el fraude. “La generalizada preferencia por realizar transacciones con individuos de conocida reputación implica que pocos estarían dispuestos a depender de una moral generalizada o de arreglos institucionales para prevenir problemas.” (Granovetter, 1985).

En este punto se vuelven relevantes categorías de análisis como la confianza, la reputación, reciprocidad, amistad, parentesco, obligaciones. El argumento plantea que son las relaciones sociales en curso las responsables principales de la generación de confianza en la vida económica. Sin embargo estas relaciones sociales penetran irregularmente y en diversos grados en diferentes sectores de la vida económica, y además no son suficientes para asegurar un comportamiento confiable y la ausencia de fraude, por lo tanto no predice la eliminación del desorden y de las conductas fraudulentas sino que asume que los detalles de la estructura social van a determinar qué es lo que se encuentra en la vida económica.

## **Anexo 2: Otras concepciones teóricas acerca del emprendimiento**

### **Teoría del crecimiento endógeno**

Es el resultado del intento de incluir los orígenes y causas del crecimiento económico en la teoría neoclásica, ya que esta considera que el crecimiento ocurre como consecuencia de la acumulación de factores productivos y por cambios en la economía determinados exógenamente. También se ha intentado incorporar el modelo Schumpeteriano de destrucción creativa (creative destruction) e innovación como medio de obtener ganancias monopólicas. De esta forma la teoría del crecimiento endógeno puede entenderse como una síntesis y extensión de las escuelas Alemana y de Chicago (Karlsson, Friis y Paulsson, 2004).

### **Historia económica – La importancia de los marcos institucionales**

En la historia económica las instituciones han sido consideradas como un determinante importante del crecimiento económico. D. North (1990) plantea que “el agente del cambio es el empresario individual que responde a los incentivos encarnados en el marco institucional” (North, 1993). North y otros autores del neoinstitucionalismo refuerzan el rol de las instituciones en el desarrollo económico, ya que consideran a las instituciones como los límites o marco normativo (formal e informal) en el cual se realiza la interacción dentro de una sociedad, por tanto las instituciones pueden tanto promover el desarrollo económico como obstaculizarlo (North, 1993).

### **Economía Industrial - Competitividad**

Esta línea teórica, representada principalmente por M. Porter, otorga un rol preponderante al emprendimiento cuando se considera el crecimiento económico desde una perspectiva nacional. Afirma que la invención y el emprendimiento están en corazón de las ventajas competitivas de los países. Pero estas ventajas competitivas dependen de la interacción entre diversos factores determinantes, como las

condiciones de la demanda, las condiciones de los factores productivos, la estrategia de las empresas, su estructura y su competencia, y la industria relacionada y de apoyo.

## **Economía Evolutiva – Selección competitiva**

“Uno de los conceptos clave de esta teoría es el de racionalidad limitada; todos los individuos son diferentes y enfrentan tanto incertidumbre acerca de los posibles cursos de acción como información imperfecta acerca de las consecuencias de sus decisiones. Cada individuo está dotado con un conjunto de rutinas, que sólo pueden evolucionar gradualmente. En la situación de mercado las diversas rutinas son probadas y por un proceso de selección natural las más aptas para el entorno de mercado sobreviven y alcanzan el éxito.” (Karlsson, Friis y Paulsson, 2004). Una propuesta de incorporar al emprendimiento en este marco es realizada por Grebel et al (2001), quienes proponen un modelo donde cada individuo está dotado de espíritu emprendedor, capital humano y capital de riesgo, con el cual desarrolla sus rutinas en el entorno de mercado. En este modelo la competencia sería crucial para la sobrevivencia de las empresas.

## **Crecimiento por recombinación – El Innovador**

Esta teoría adicional es agregada por Friis, Paulsson y Karlsson a la revisión realizada por Wennekers y Thurik, Es un modelo desarrollado por Olson y Frey (2001), está basado en la noción de innovación como el resultado de nuevas combinaciones de Schumpeter. Incluye un proceso de combinatoria de ideas existentes que ocurre en un espacio tecnológico multidimensional donde las ideas están separadas por distancia tecnológica. Esta combinatoria sería la que permite expandir las posibilidades del conjunto de tecnologías. Por tanto en este modelo el emprendedor tiene el rol de combinar nuevas ideas y por tanto de expandir el conjunto de tecnología (Karlsson, Friis y Paulsson, 2004).

## Anexo 3: Perfil de empresas de Expomundorural 2005 y 2006

Tabla 11 número de empresas por región empresas Expomundorural 2005 y 2006

Región	Empresas encuestadas 2005	Empresas encuestadas 2006
I Región de Tarapacá	4	2
II Región de Antofagasta	5	1
III Región de Atacama	3	0
IV Región de Coquimbo	9	11
V Región de Valparaíso	8	7
VI Región de O'Higgins	5	4
VII Región del Maule	11	3
VIII Región del Bio Bio	29	14
IX Región de La Araucanía	12	11
X Región de Los Lagos	19	17
XI Región de Aysén	6	2
XII Región de Magallanes	0	1
XIII Región Metropolitana	18	10
<b>TOTAL</b>	<b>129</b>	<b>83</b>

Fuente: INDAP 2005 y 2006b

Tabla 12 Tipo de empresas Expomundorural 2005

Tipo de empresa	Frecuencia	Porcentaje
Empresa individual	59	48.8
Grupo de empresas individuales	11	9.1
Empresa Asociativa Campesina	45	37.2
Grupo de empresas asociativas campesinas	6	5.0
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>100.0</b>

Fuente: INDAP 2005

Tabla 13 Forma jurídica empresas Expomundorural 2005 y 2006

Forma jurídica	2005		2006	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Sociedad de responsabilidad limitada	40	33.9	16	20,5
Sociedad anónima cerrada	16	13.6	8	10,3
Cooperativa	5	4.2	5	6,4
Asociación gremial	7	5.9	5	6,4
Empresa familiar	34	28.8	28	35,9
Informal	2	1.7	-	-
Otros	14	11.9	16	20,5
<b>TOTAL</b>	<b>118</b>	<b>100.0</b>	<b>78</b>	<b>100.0</b>

Fuente: INDAP 2005 y 2006b

Tabla 14 Inicio de la empresa Expomundorural 2005 y 2006

Inicio de la empresa	2005		2006	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Sin apoyo de INDAP, se iniciaron solos	46	38.5	28	34,6
Con apoyo exclusivo de INDAP	39	32.7	12	14,8
Con apoyo de INDAP y otras instituciones	21	17.7	30	37
Con apoyo solo de otras instituciones	13	11.1	11	13,6
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100.0</b>	<b>81</b>	<b>100</b>

Fuente: INDAP 2005 y 2006b

**Tabla 15 número de socios empresas Expomundorural 2005**

Número de socios	Frecuencia	Porcentaje
1 a 10 socios	89	73.55
11 a 20 socios	13	10.74
21 a 30 socios	7	5.79
31 a 40 socios	4	3.31
41 a 50 socios	3	2.48
50 y más socios	5	4.13
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>100.0</b>

Fuente: INDAP 2005 y 2006b

**Tabla 16 Rubro de empresas Expomundorural 2005 y 2006 (%)**

Rubro de la empresa	2005	2006
Artesanía	5	10,4
Esp. Apícola	5,8	11,2
Esp. Procesados	29,8	24,8
Esp. Hortofrutícola	5,8	8
Esp. Lácteos	4,1	4,8
Esp. Pecuarios	-	0,8
Esp. Licores	2,5	4,8
Flores y plantas	8,3	9,6
Innovadores	10,7	12,8
Turismo rural	23,1	4,8
Vinos	5	4
Otros	-	4
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: INDAP 2005 y 2006b

## BIBLIOGRAFIA

- ALCARAZ, Rafael (2004), *Efectividad Del Curso Emprendedores, En El Desarrollo Del Perfil Emprendedor Del Alumno. Análisis De La Contribución Del Curso Sello: Desarrollo Del Emprendedores (OR 00802), En El Desarrollo De Las Características Básicas Del Perfil Del Emprendedor, De Los Alumnos Del Tecnológico De Monterrey,* en <<http://www.icesi.edu.co/ciela/anteriores/Papers/edem/9.pdf>>.
- ARELLANO, David (1998), *Case Studies Methodology in Social Sciences. Elemental Bases*, Mexico, Centro de Investigación y Docencia Económicas (Documento de Trabajo, n° 46). Citado en ARZALUZ, Socorro (2005), *La Utilización Del Estudio De Caso En El Análisis Local*, Colegio de Sonora. Revista Región y Sociedad, Vol. XVII, N° 32, <<http://lanic.utexas.edu/project/etext/colson/32/4araluz.pdf>>.
- ARZALUZ, Socorro (2005), *La Utilización Del Estudio De Caso En El Análisis Local*, Colegio de Sonora, Revista Región y Sociedad, Vol. XVII, N° 32, <<http://lanic.utexas.edu/project/etext/colson/32/4araluz.pdf>>.
- AUDRETSCH, David y THURIK, Roy (2004), *A Model of Entrepreneurial Economy*, International Journal of Entrepreneurship Education Vol. 2 N° 2, en <<ftp://papers.mpiew-jena.mpg.de/egp/discussionpapers/2004-12.pdf>>
- BAUMOL, W.J. (1993), *Entrepreneurship, Management and the Structure of payoffs*, Cambridge, The MIT Press.
- BENGOA, José (1983), *El Campesinado Chileno Después De La Reforma Agraria*, Eds. Sur, Santiago, 1983.
- BERGER, Peter (1990), *Observaciones Acerca de la Cultura Económica*, CEPAL, 1990, en <[www.cepchile.cl/dms/archivo\\_851\\_1222/rev40\\_berger.pdf](http://www.cepchile.cl/dms/archivo_851_1222/rev40_berger.pdf)>.

- BERGER, Peter, MORANDÉ, Pedro, LECHNER, Norbert y MORA Y ARAUJO, Manuel (1990), *Cultura y Desarrollo Económico*, en <[www.cepchile.cl/dms/archivo\\_850\\_1223/rev40\\_berger1.pdf](http://www.cepchile.cl/dms/archivo_850_1223/rev40_berger1.pdf)>.
- BOURDIEU, Pierre (2002), *Las Estructuras Sociales De La Economía*, Ed. Manantial, Bs. Aires.
- BUTTNER, E. y MOORE, D. (1997), *Women's Organizational Exodus To Entrepreneurship: Self-Reported Motivations And Correlates With Success*, Journal of Small Business Management Vol 35, N° 1, citado en VERHEUL, WENEKERS, AUDRETSCH & THURIK (2001), *An Eclectic Theory Of Entrepreneurship: Policies, Institutions And Culture*, en <<http://www.entrepreneurship-sme.eu/pdf-ez/H200012.pdf>, 2001>.
- CARREE, M. y THURIK, R. (2002), *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*, en ACS, Zoltan y AUDRETSCH, David (2003), *International Handbook of Entrepreneurship Research*, Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, en <<http://people.few.eur.nl/thurik/Research/Books/Thurikf.pdf>>.
- CARREE, M. y THURIK, R. (2005), *Understanding the Role of Entrepreneurship for Economic Growth*, Max Planck Institute of Economics, 2005, en <<ftp://papers.mpiew-jena.mpg.de/egp/discussionpapers/2005-10.pdf>>.
- CHILE EMPRENDE (2005), *Resumen ejecutivo. Informe de evaluación*, Chile Emprende, 2005, en <<http://www.chilemprende.cl/documents/documentos/DOC-5-sistematizacionevaluativa,resumenejecutivo.pdf>>.
- CLEMENS, Harry y RUBENS, Raúl (2001), *Nueva Ruralidad Y Políticas Agrarias En América Latina. Hacia Una Perspectiva De Gobernabilidad Para El Desarrollo Rural*, Revista Nueva Sociedad 174, 2001, <<http://www.nuso.org/revista.php?n=174>>.
- DRUCKER, Peter (1989). *La innovación y el empresariado innovador*, Ed. Hermes, México.



- DURSTON, John, y MIRANDA, Francisca (compiladores) (2001), *Capital Social y Políticas Públicas en Chile. Investigaciones Recientes*, CEAL, serie Políticas Sociales, Vol I, <[http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/8641/lcl1606\\_vol-I.pdf](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/8641/lcl1606_vol-I.pdf)>.
- DURSTON, John (2001), *Evaluando Capital Social en Comunidades Campesinas en Chile*, Asesorías para el Desarrollo, <[http://www.asesoriasparaeldesarrollo.cl/files/evaluando\\_capital\\_social.pdf](http://www.asesoriasparaeldesarrollo.cl/files/evaluando_capital_social.pdf)>.
- ELY, Richard y HESS, Ralph (1937), *Outlines of economics*, 6th Edition, Ed. MacMillan, USA.
- FINLEY, Lawrence (1990), *Entrepreneurial strategies*, Ed. PWS-Kent Publishing Co., USA.
- FONTAINE, Arturo (1990), *Presentación*, en Peter L. Berger, *Observaciones Acerca de la Cultura Económica*, CEPAL, 1990, en <[www.cepchile.cl/dms/archivo\\_851\\_1222/rev40\\_berger.pdf](http://www.cepchile.cl/dms/archivo_851_1222/rev40_berger.pdf)>.
- FUNDES (2003), *Documento exploratorio. Apoyos para el emprendimiento*, Entorno FUNDES Chile, Santiago.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2006), *Reporte Nacional de Chile 2005*, Santiago, Ed. Universidad del Desarrollo.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2007), *Reporte Nacional de Chile 2006*, Santiago, Ed. Universidad del Desarrollo.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2008), *Reporte Nacional de Chile 2007*, Santiago, Ed. Universidad del Desarrollo.
- GOMEZ, Sergio (2004), Nueva Ruralidad. (fundamentos teóricos y necesidad de avances empíricos). Una mirada desde la sociología rural. *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, n° 8, 2004 <<http://gestar1.unizar.es/cederul/revista/num08/06.htm>>.

- GRANOVETTER, Mark (1985), *Economic Action and Social Structure. The Problem of Embeddedness*, American Journal of Sociology, Vol 91, N°3, University of Chicago.
- GREBEL, T. PYKA, A. y HANUSCH, H. (2001), *An evolutionary Approach to the Theory of Entrepreneurship*, Discussion Papers ERIES 206, Institute for Economics, Universitaet Augsburg, citado en C. KARLSSON, C. FRIIS y T. PAULSSON, *Relating Entrepreneurship to Economic Growth*, CESIS, 2004, en <<http://www.infra.kth.se/cesis/documents/WP13.pdf>>.
- HATTEN, Timothy (1997), *Small Business (Entrepreneurship and beyond)*, Ed. Prentice Hall, USA.
- HEBERT, R.F. y LINK, A.N. (1989), *In search of the meaning of entrepreneurship*, Small Business Economics, No. 1.
- HENRIQUEZ, Candice, VERHEUL, Ingrid, VAN DER KNAAP, Ineke y BISCHOFF, Casandra (2001), *Determinants of Entrepreneurship in France: Policies, Institutions and Culture*, Institute for Development Strategies, en <<http://www.spea.indiana.edu/ids/pdfholder/ISSN-01-4.pdf>>
- HEYNIG, Klaus (1982), *Principales Enfoques Sobre La Economía Campesina*, Revista de la CEPAL nº 16, 1982.
- IBÁÑEZ, Ma Asunción (2001), *Actitudes Emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV*, Tesis Doctoral, Universidad de Deusto, España
- IICA (1999), *El Desarrollo Rural Sostenible en el Marco de una Nueva Lectura de la Ruralidad*. "Nueva Ruralidad", Dirección de Desarrollo Rural Sostenible, en <<http://www.grupochochlavi.org/debate/ruralidad.pdf>>.
- INDAP (2005), *Estudio de las Empresas Campesinas Expositoras Expomundorural 2005*, División de Calidad, INDAP.
- INDAP (2006a), *Programa De Trabajo De Gobierno Para La Competitividad De La Agricultura Familiar Campesina*, Santiago, INDAP.

- INDAP (2006b), *Estudio de las Empresas Campesinas Expositoras Expomundorural 2006*, División de Calidad, INDAP.
- INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (INMUJER), *Las Mexicanas Y El Trabajo*, INMUJER, México, 2003, <[http://www.inmujer.df.gob.mx/inmujeres/numeralia/part\\_economica/mexicanas\\_ytrabajo.pdf](http://www.inmujer.df.gob.mx/inmujeres/numeralia/part_economica/mexicanas_ytrabajo.pdf)>.
- KARLSSON C., FRIIS C. y PAULSSON T. (2004), *Relating Entrepreneurship to Economic Growth*, CESIS, 2004, en <<http://www.infra.kth.se/cesis/documents/WP13.pdf>>.
- KAY, Cristóbal (1998), *La Cuestión Agraria y el Campesinado en Chile Hoy*, Revista Debate Agrario, Nº 27, Lima.
- LOSCOCCO, K. (1991), *Gender And Small Business Success: An Inquiry Into Women's Relative Disadvantage*, Social Forces 70 (1), citado en VERHEUL, WENEKERS, AUDRETSCH & THURIK (2001), *An Eclectic Theory Of Entrepreneurship: Policies, Institutions And Culture*, en <<http://www.entrepreneurship-sme.eu/pdf-ez/H200012.pdf>>.
- MARTINELLI, Alberto, (1985), *Análisis Económico y Análisis Sociológico en el Sistema Teórico de Schumpeter*, REIS : Revista Española de Investigaciones Sociológicas, nº 30, en <[http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=250546&orden=80714](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=250546&orden=80714)>
- McCLELLAND, David (1961). *The Achieving Society*, Princeton, NJ: Van Nostrand.
- MERRIAM, Shara (1998), *Qualitative Research And Case Study Applications In Education*, San Francisco : Jossey-Bass, 1998, citado en WIKIPEDIA (2009), *Estudio de Casos*, [en línea], <[http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_caso](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_caso)> [consulta: 10 julio 2009].

- MINGIONE, Enzo (1993), *Las Sociedades Fragmentadas*, Ministerio del Trabajo y Seguridad Social, España.
- MINGIONE, Enzo (2002), *The Use of the Concept of Reciprocity for the Interpretation of Contemporary Advanced Industrial Societies: Ambiguities and Assets*, ENDOXA: Series Filosóficas, n° 15, UNED, Madrid.
- MONTERO, Luis (2003), *Mercado Y Vida Económica De Los Pequeños Productores Agropecuarios Campesinos De La Comuna De Coyhaique*, Tesis para optar el título profesional de Sociólogo, Universidad de Chile, 2003, Santiago.
- MUNIZAGA, Juan Carlos (2006), *Los Y Las Emprendedoras Y Su Emprendimiento En El Mundo Rural Chileno*, INDAP, no editado, 2006.
- NORTH, Douglas (1993), *Instituciones, Cambio Institucional y Desempeño Económico*, Fondo de Cultura Económica, 1993, México.
- NORTH, Douglas (2003), *Instituciones, Ideología y Desempeño Económico*, CATO Institute, <[www.elcato.org](http://www.elcato.org)>.
- ODEPA (2005), *Agricultura Chilena. Características sociales de los productores según tipología, sexo y localización geográfica*, Documento de trabajo n°9, Santiago.
- PNUD (2005), *Chile Rural. Un Desafío Para El Desarrollo Humano*, PNUD / MINAGRI, <<http://www.desarrollohumano.cl/otraspub/pub11/informe%20rural.pdf>>.
- PNUD (2008), *Desarrollo Humano en Chile Rural. Seis millones por nuevos caminos*, PNUD, Santiago.
- POLANYI, Karl (1989), *La Gran Transformación*, Madrid, Ediciones La Piqueta.
- PRIETO, Carlos (1996), *Karl Polanyi: Crítica Del Mercado, Crítica De La Economía*, Política y Sociedad N° 21, Universidad Complutense de Madrid,

Madrid 1996, en  
<<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/cps/11308001/articulos/POSO9696130023A.pdf>>

- RONSTADT, Robert (1985), *Entrepreneurship*, Ed. Lord Publishing Co.
- SAHLMAN, W.A. y STEVENSON, H. H. (eds.) (1991), *The Entrepreneurial Venture*, Boston: McGraw-Hill, citado en VERHEUL, WENEKERS, AUDRETSCH & THURIK (2001), *An Eclectic Theory Of Entrepreneurship: Policies, Institutions And Culture*, en <<http://www.entrepreneurship-sme.eu/pdf-ez/H200012.pdf>>.
- SAYER, Andrew (2004), *Moral Economy*, Department of Sociology, Lancaster University, <<http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/sayer-moral-economy.pdf>>
- SAYER, Andrew (2004), *Moral Economy*, Department of Sociology, Lancaster University, Lancaster en <<http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/sayer-moral-economy.pdf>>.
- SCHUMPETER, Joseph (1934), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.
- SELAMÉ, Teresa, OCHOA, Jorge, KAISER, Cristian (1999), *Emprendimiento Juvenil*, Instituto Nacional de la Juventud.
- SHEFSKY, Lloyd (1997), *Los emprendedores no nacen, se hacen*, Ed. McGraw-Hill, México.
- SIROPOLIS, Nicholas (1990), *Small Business Management (a guide to entrepreneurship)*, 4th Edition, Ed. Houghton Mifflin Co., USA.
- STAKE, Robert (1994). *Case Studies*, en DENZWHYTEIN, Norman y LINCOLN, Yvonna (eds.) (1994), *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, Sage Publications.

- STEINHOFF, Dan y BURGESS, John (1993), *Small business management fundamentals*, 6th Edition, Ed. McGraw-Hill, USA.
- UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD) (2004), *Entrepreneurship and Economic Development: The Empretec Showcase*, UNCTAD, en <[http://www.unctad.org/en/docs/webiteteb20043\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/webiteteb20043_en.pdf)>.
- VECIANA, José (2007), *Entrepreneurship and SME Research In Europe: Evolution, Trends And Problems*, Universitat Autònoma de Barcelona, en <[https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/FWG/GSC/Publication/861/48/838/1/13800/27/F271399891\\_EntrepreneurshipandSME.pdf](https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/FWG/GSC/Publication/861/48/838/1/13800/27/F271399891_EntrepreneurshipandSME.pdf)>
- VERHEUL, Ingrid, WENNEKERS, Sanders, AUDRETSCH, David, THURIK, Roy (2003). *An Eclectic Theory of Entrepreneurship*. En: AUDRETSCH, David (ed) (2003). *The Globalization of the World Economy*. Edward Elgar, Cheltenham.
- WENNEKERS, Sander, y THURIK, Roy (1999), *Linking Entrepreneurship And Economic Growth*, Small Business Economics, Vol. 13, N° 1.
- WIKIPEDIA (2009), *Estudio de Casos*, [en línea], <[http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_caso](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_caso)> [consulta: 10 julio 2009].
- YIN, Robert (1994). *Case Study Research. Design and Methods*, Applied Social Research Methods Series, Vol. 5, Thousand Oaks, Sage Publications, 1994.