



Historias de emprendimiento femenino

Autores

Catalina Montaña Aguirre

Dally Tatiana Hernández Orobio

Director del proyecto

Edgar Sarria Campo

Universidad Icesi

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Administración de Empresas

Santiago de Cali

2021

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Abstract.....	4
Palabras claves.....	4
Key words.....	5
Objetivos.....	5
General.....	5
Específicos.....	5
Metodología.....	5
Marco teórico.....	6
Emprendimiento.....	6
Características de las emprendedoras.....	21
Retos para el emprendimiento femenino.....	22
Posición de la mujer en el mundo del emprendimiento.....	25
Impacto de las mujeres emprendedoras.....	26
Posición de la mujer emprendedora en Colombia.....	27
Resultados.....	29
Conclusiones y aprendizajes.....	36
Referencias.....	38

Listado de tablas

Tabla 1. Tipos de emprendimientos.....	9
--	---

Índice de gráficas

Gráfica 1. TEA en Colombia.....	17
Gráfica 2. Deserción emprendedora.....	19
Gráfica 3. Categorías.....	31
Gráfica 4. Emprendimientos desarrollados.....	31
Gráfica 5. Afirmaciones.....	32

Resumen

El emprendimiento tiene un rol muy importante para la economía y sociedad de un país. Cada vez es mayor el número de personas que en busca de mejores oportunidades, independencia y estabilidad económica deciden emprender a través de ideas y propuestas innovadoras que contribuyen a un mejor desarrollo de las naciones y de las personas que habitan en estas.

Tanto hombres como mujeres desean explorar y vivir el mundo del emprendimiento, sin embargo, las oportunidades no son iguales para ambos; para ellas ha sido más difícil hacerse paso y lograr cumplir sus metas, por años han tenido que vivir en un mundo de desigualdad, donde sus posibilidades resultan limitadas. Diversos estudios e investigaciones han demostrado y dado evidencia del gran éxito que tienen los proyectos y trabajos que han sido propuestos y liderados por grandes representantes femeninas, pero lamentablemente poco se habla de ellas y de todo lo que han hecho para lograr cumplir sus planes.

Con este proyecto investigativo se quiere dar a conocer el perfil que tienen las mujeres emprendedoras en el mundo y en Colombia, sus características principales, sus aptitudes, capacidades y el talento que las caracteriza. Pero también la realidad que viven y todo lo que enfrentan para poder emprender y tener su propio negocio. Finalmente, se busca identificar cuál ha sido el avance y progreso del emprendimiento para las mujeres, las oportunidades y el reconocimiento que con esfuerzo han logrado conseguir para tener mayor participación en la economía del país.

Abstract

Entrepreneurship has a very important role for the economy and society of a country, more and more people are looking for better opportunities, independence and economic stability decide to undertake through innovative ideas and proposals that contribute to the better development of nations and the people who live in them.

It should be borne in mind that both men and women want to explore and live the world of entrepreneurship, however, opportunities are not equal for both, for women it has been more difficult to step up and achieve their goals. Women for years have had to live in a world of inequality, where their possibilities are limited. Various studies and research have demonstrated and provided evidence of the great success of the projects and works that have been proposed and led by women, but unfortunately little is said about them and everything they have done to achieve their plans.

This research project aims to publicize the profile of women entrepreneurs in the world and in Colombia, their main characteristics, their skills, capacities and the talent that characterizes them. But also, the reality they live and everything they face to be able to start and have their own business. And finally, it seeks to identify what has been the progress and progress of entrepreneurship for women, the opportunities and recognition that they have achieved with effort to have greater participation in the country's economy.

Palabras claves

Emprendimiento, oportunidades, economía, desarrollo.

Key words

Entrepreneurship, opportunities, economy, development.

Objetivos**General**

El objetivo principal con este proyecto es analizar e identificar las características del emprendimiento en el mundo y particularmente en Colombia, enfocándonos en el papel de la mujer dentro del mundo empresarial.

Específicos

- Explicar el estado del arte del concepto emprendedor.
- Definir el término emprendedor.
- Describir las características de las emprendedoras.
- Explicar las principales diferencias que existen entre ser un emprendedor o emprendedora.
- Identificar los principales retos para el emprendimiento femenino.
- Comprender la posición de la mujer en el mundo del emprendimiento.
- Determinar el impacto de las mujeres emprendedoras.
- Identificar cómo se aborda el emprendimiento en Colombia.
- Analizar la posición de la mujer emprendedora en Colombia.
- Identificar los tipos de emprendimientos.
- Analizar la Tasa de Actividad Emprendedora en Colombia y en el mundo.

Metodología

Este proyecto se dividirá en dos partes. Para comenzar se hará una investigación bibliográfica, durante el primer semestre de su realización, y durante el segundo semestre se hará

una investigación exploratoria, la cual consiste en un trabajo de campo, realizando un sondeo a 50 emprendedoras en Colombia y 1 entrevista a profundidad para entender la percepción que tienen sobre el emprendimiento femenino.

Marco teórico

Emprendimiento

El término emprendedor se remonta a la historia francesa en el siglo XVII en referencia a las personas que lideraban expediciones militares. Proviene del vocablo francés *entrepreneur* que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. En Canadá y Estados Unidos se hace la acepción de *entrepreneur* aludiendo a ser un productor, es decir, el sujeto que financia un negocio. Posteriormente, la noción ha trascendido para identificar a quienes de forma innovadora comienzan una empresa (Ramírez, 2009). De allí se puede afirmar que un emprendedor es aquel que toma la iniciativa para llevar a cabo una nueva idea, y el emprendimiento corresponde a la actividad o proyecto novedoso que será liderado por la persona emprendedora.

No obstante, el término emprendimiento puede ser abordado desde tres perspectivas. La primera es alrededor de la psicología social, en la que se asume que los empresarios tienen rasgos psicológicos diferenciadores. La segunda perspectiva hace referencia a las condiciones del entorno necesarias para que suceda la creación empresarial. La tercera, que concilia el concepto considerando los factores psicológicos, biográficos y del entorno como determinantes para explicar el surgimiento de los emprendedores (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013).

Ahora bien, la palabra emprendimiento ha tenido una evolución constante, que se ha visto enmarcado por las escuelas del pensamiento económico. A inicios del siglo XVIII, en Francia, en

representación del pensamiento económico clásico, Richard Cantillon es el primero en definir *entrepreneur* como “el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en contratados, que reciben salarios o rentas fijas, y los emprendedores, que reciben ganancias variables e inciertas” (Ramírez, 2009, p.97). En la misma escuela, Jean Baptiste Say entendía al emprendedor como un trabajador superior debido a que el empresario era representado como el encargado de agrupar las fuerzas necesarias para el desarrollo de productos. En concordancia, H.K. Von Mangoldt y J.H. Von Thunen al término le adhieren la característica de ser alguien con inteligencia, ingenio o talento para tomar decisiones de alto riesgo (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013).

Más adelante, a principios del siglo XX, las ideas de los neoclásicos liderados por el autor alemán Max Weber en su ensayo “La ética protestante y el espíritu del capitalismo” definen al emprendedor como “un sujeto con una ética, mentalidad y un código de conducta diferente que en la búsqueda de la multiplicación de la riqueza transforma su actividad en una profesión de vida guiada por una moral puritana” (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013, p.21).

En cambio, no fue hasta Joseph Schumpeter (1883-1950) economista austro-estadounidense, quien, influenciado por la escuela austriaca, aproximó el término a la actualidad. Schumpeter lo definía como aquella persona que posee aptitudes fuera de las ordinarias para producir nuevos productos o uno existente de forma creativa, demostrando así que el proceso de transformación acompañado de la innovación trae consigo una destrucción creativa que genera inestabilidad o desequilibrios en el mercado (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013).

Por otra parte, en 1988, a partir de la discusión generada en *El American Journal of Small Bussines*, se empieza a reconocer la complejidad y variedad del término emprendedor, el cual debe ser analizado desde la función que tienen dentro de las sociedades. Es decir, puede ser observado desde la corriente comportamental, la psicológica, la económica y la de procesos sin desmeritar las aportaciones de otros autores (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013).

Debido a que el emprendimiento debe concebirse de una forma interdisciplinaria, desde inicios del siglo XXI, se ha propuesto que sea entendido desde la perspectiva cultural y la psicoanalítica. Desde la primera se explica que el emprendedor basa sus decisiones no solo en su predisposición al riesgo, sino que, además, lo hace en los imaginarios sobre lo que ellos consideren oportunidades de innovación o idea de negocio. La segunda, se remonta al lenguaje como nacimiento de la identidad y percepción de sí mismo, en la cual, a lo largo de los años, la personalidad del emprendedor es establecida acorde a sus interpretaciones de la realidad producto de su formación, actitud, experiencias y costumbres. De allí que el emprendimiento sea visto como una proyección o espejo del mercado que pone a prueba la capacidad de convencimiento del emprendedor para implementar el proyecto en la sociedad (Ramírez, 2009).

Tipos de emprendimientos

Generalmente, cuando se desea entender las diferentes categorías de la actividad empresarial se relaciona su valoración con respecto al impacto que tienen dentro de su comunidad, de allí que sea analizado de forma macroeconómica. Por lo tanto, uno de los aspectos más importantes dentro del crecimiento y desarrollo económico que está ligado, casi que, de forma intrínseca, es la innovación. Los emprendimientos innovadores son destacados por

el gran potencial, demostrado en los países con ingresos medio-alto, para promover y acelerar cambios estructurales sociales, culturales y económicos (Almodóvar, 2018).

No obstante, existen desde la visión macroeconómica otras formas de segmentarlos. La primera clasificación fue mediante la perspectiva institucionalista descrita por Baumol, en 1990, en su obra llamada “Seminal”, en la que describía que los emprendedores podrían ser productivos, improductivos y destructivos. El autor explica que la decisión de empezar un negocio se fundamenta en el beneficio propio y que el resultado dependía de los incentivos establecidos en las instituciones que prevalecen en la sociedad. Por lo tanto, los resultados podrían ser positivos, negativos o nulos. Es decir, sus formas productivas son cuando se crea riqueza. Los improductivos son los que la distribuyen, pero no la crean y los destructivos, como su nombre lo indica, son aquellos que destruyen la riqueza (Almodóvar, 2018).

En otro orden de ideas, pueden ser clasificados de acuerdo con el tamaño, su innovación o las necesidades que suplan dentro de los mercados. Pueden ser pequeños, escalables, grandes, incubadores, sociales, imitación, tecnológicos, públicos y productivos (Nómada Digital, 2020). A continuación, se resume la definición y características de los tipos existentes:

Tabla 1. Tipos de emprendimientos

<i>Tipo de emprendimiento</i>	<i>Definición</i>	<i>Características</i>
-------------------------------	-------------------	------------------------

Pequeños emprendimientos	Son aquellas dirigidas y empleadas por el mismo propietario y/o con pocos trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> - Generalmente suplen necesidades del mercado - Surgen por oportunidades dentro de su comunidad - No requieren un alto capital inicial para empezar su empresa por eso utilizan capital propio.
Emprendimientos escalables	Son aquellos modelos de negocio pensados para alcanzar grandes niveles de crecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> - Su estrategia está basada en la innovación - Requieren altos niveles de financiación - Buscan internacionalizarse.
Emprendimientos grandes	Se refiere a grandes empresas con ciclos de vida finito por lo que requieren constante innovación.	<ul style="list-style-type: none"> - Deben mantenerse en un proceso continuo de investigación e innovación. - Son empresas consolidadas en distintos mercados.
Emprendimientos incubadores	Son aquellos emprendimientos que apoyan a otras empresas y emprendimientos a través de inversión o financiación.	<ul style="list-style-type: none"> - Se enfoca en estudiar las necesidades del mercado y en cómo innovar en estas localidades. - Requieren altos niveles de financiación - Sus productos pretenden posicionarse a nivel nacional e internacional.
Emprendimientos sociales	También conocidos como humanistas, son aquellos cuyo objetivo es generar un impacto positivo en el mundo.	<ul style="list-style-type: none"> - Suelen constituirse como empresas sin ánimo de lucro. - Tienen como objetivo innovar en los mercados - El financiamiento, en general, es por medio de programas de políticas pública, o crowdfunding (Financiamiento colectivo).
Emprendimientos de imitación	También suelen ser llamados como negocios espejo que consiste en imitar un producto o servicio ya existente o en adquirir una franquicia.	<ul style="list-style-type: none"> - Su propósito es ser rentables - Se necesita de un gran capital.

Emprendimientos tecnológicos	Son los relacionados al sector de la ciencia y la tecnología con un fuerte impacto a nivel global.	<ul style="list-style-type: none"> - Pretenden revolucionar los mercados. - Tienen alcance internacional - Requieren de altos niveles de financiamiento - Suelen iniciar en universidades y luego ser apoyados por los parques tecnológicos.
Emprendimientos digitales	Son conocidos como comercio electrónico, que es ejercido a través de las redes sociales y páginas web.	<ul style="list-style-type: none"> - Generalmente su financiación es menor - Gracias a las redes sociales suelen internacionalizarse fácilmente
Emprendimientos públicos	Son las empresas del Estado que son implementadas a través de sus agencias de desarrollo.	<ul style="list-style-type: none"> - Tienen como objetivo la innovación en el sector social o en materia de regulación legal. - Son proyectos que necesitan altos niveles de financiación. - Utilizan nuevas tecnologías para mejorar la gerencia pública.
Emprendimientos productivos	Son emprendimientos creados con inversión privada y pública con el objetivo de alentar la economía.	<ul style="list-style-type: none"> - Tienen como fin ayudar a las personas en estado de vulnerabilidad - Necesita de la financiación del gobierno regional o nacional.

Fuente: Elaboración propia basada en (Nómada Digital, 2020)

El emprendimiento en Colombia

La economía se dinamiza a través de la interacción entre los consumidores y los productores o las empresas. Ambos se ven envueltos en mercados de bienes y servicios que les genera utilidades y con ello contribuyen al crecimiento del país donde se desarrollen dichas actividades. Eso desde la parte microeconómica, pero adentrándose en los agentes generales de una nación, los anteriores comportamientos se proyectan desde la macroeconomía en las variables como el nivel de renta nacional, el consumo, el ahorro, la inversión, la inflación y el

tipo de cambio. Para finalmente, visualizarlas en los indicadores tales como: el índice de inflación, la tasa de desempleo, el índice de precios al consumidor (IPC) y el Producto Interno Bruto. Guiándose bajo esa lógica, la creación de empresas debe ser un componente esencial para la economía de una nación que busque el crecimiento económico y social.

En Colombia, los indicadores macroeconómicos se han visto fuertemente afectados por la pandemia del COVID-19. Según la información reportada por el DANE, la tasa de desempleo para agosto de 2020 fue de 16,8%, para el segundo trimestre de ese año el Producto Interno Bruto fue de -15,7%, y un IPC de 0,32% en septiembre. Cifras que denotan la mala situación que está confrontando el país, debido a la probable recesión. Salir de la crisis no solo requerirá el apoyo del Estado, sino también de cada individuo y organización. Los emprendedores contarán con grandes retos de innovación y posicionamiento empresarial en una sociedad golpeada por la crisis sanitaria.

En los años anteriores Colombia ha demostrado ser un país con un alto porcentaje de nacimientos empresariales, ocupando el séptimo lugar a nivel mundial en dicha categoría, con un total de 309.463 empresas nuevas durante el 2019 (Espectador, 2020). Actualmente, si se quiere seguir mejorando esta imagen, el gobierno, al superar la contingencia, debe ofrecer y apoyar el desarrollo y/o lanzamiento de ideas de negocios por parte de los emprendedores.

La Constitución Política de Colombia promueve la creación empresarial, pero, según el reporte de GEM COLOMBIA (2019), los factores que obstaculizan el pleno desarrollo de las actividades comerciales son las políticas gubernamentales y la falta de apoyo financiero (Varela

et al., 2019). Desde el Ministerio de industria y comercio para el desarrollo de emprendimientos se establecen líneas de créditos y una política de ayuda para las MiPymes con los Consejos superiores y el sistema nacional de apoyo. Sin embargo, no parece ser suficiente, ya sea por el desconocimiento general o por la poca cobertura de este tipo de programas.

Por el lado positivo GEM COLOMBIA (2019) expone que los factores que impulsan la creación empresarial son el aumento de propuestas gubernamentales, como promotoras de un mayor dinamismo en las economías locales o nacionales (Varela et al., 2019). Es decir, que existe una cultura empresarial arraigada en Colombia, los ciudadanos parecen apoyar la creación empresarial y el mercado tiene un estado óptimo para el ingreso de nuevos productos y servicios. El estado es el que debe seguir garantizando la continuidad de los emprendimientos a través de programas y políticas acordes a las necesidades reales de cada individuo o zona del país.

Ahora bien, en la tubería empresarial se abordan seis etapas para describir lo que ocurre en los emprendimientos colombianos. En la etapa uno denominada “aceptación sociocultural hacia la creación de empresa”, Colombia en 2019 obtuvo un puntaje total del 60,5%, menor al ponderado de los países hispanohablantes, el cual obtuvo una media de 68,3% (Varela et al., 2019). En esta fase se mide qué tanto es deseable la carrera empresarial, el nivel de respeto o estatus y si los medios de comunicación logran difundir de manera constante casos de éxito de los nuevos empresarios. Con esas tres ideas, se puede entender el imaginario social sobre la importancia de ser emprendedor y si es una opción de vida y progreso alcanzable para todas las comunidades. En ese orden de ideas, parece que a nivel general todavía no se contempla la creación empresarial como una forma de crecimiento social y personal.

En la etapa dos, Empresarios potenciales, con un 58% se rompió la tendencia de crecimiento que se llevaba desde el 2015 con puntos del 60% al 65% (Varela et al., 2019). El resultado es de las afirmaciones obtenidas sobre si en los próximos seis meses habrá oportunidades para crear empresas en las áreas de residencia de los encuestados, si tiene las habilidades y experiencias necesarias para crear empresa y si se tiene temor a comenzar un emprendimiento. Anteriormente, los colombianos parecían confiar en sí mismos y en la nación para crear empresas, pero en el último año se desmotivaron, ya sea por razones personales o por la sensación de incertidumbre e inestabilidad sociopolítica o cultural.

La etapa tres, llamada Empresarios intencionales, también tuvo una caída en el nivel general de la categoría de 8 puntos porcentuales con respecto al 2018. Lo que deja al país con un 42% (Varela et al., 2019). A pesar de lo anterior, Colombia en esta etapa ocupa el puesto número once mundialmente. Lo que denota una firme intención de crear empresa, de manera individual o grupal, en los próximos tres años. Si bien, se encuentra entre los mejores de 50 países encuestados, se deberían revisar las razones de la disminución del interés con respecto a la creación empresarial en el país.

En la cuarta etapa se habla de Empresarios nacientes, debido a que mide el porcentaje de la población adulta que ha realizado algún tipo de actividad empresarial y que haya pagado por lo menos tres meses cualquier tipo de remuneración a empleados y/o propietarios. En esta fase del ciclo, Colombia se ha mantenido estable rondando el 15% y ocupando el cuarto lugar en los países de América Latina y el Caribe (Varela et al., 2019).

La quinta etapa, nombrada Empresarios nuevos, a diferencia de su predecesora exige que la remuneración de cualquier índole haya sido otorgada por más de tres meses, pero menos de 42 meses. También es reconocida porque solo la mitad de los emprendedores en su carrera comercial que alcanzaron la etapa cuatro logran avanzar a esta fase. Colombia, con un 7,3%, logra ocupar el puesto once globalmente y el sexto en la región de América latina y el Caribe (Varela et al., 2019).

Finalmente, en la etapa seis, denominada Empresarios establecidos, se mide a aquella población adulta que haya logrado sobrevivir en el mercado por más de 42 meses pagando cualquier tipo de salario a sus empleados. En este aspecto, Colombia ocupa el puesto 42 de 50 países, con un 4,3%, inferior al promedio de la región de América, la cual obtuvo un 8,5% (Varela et al., 2019). Con estos resultados, se puede decir que se necesita revisar si las formas de apoyo del gobierno nacional hacia los emprendedores son suficientes para garantizar el establecimiento de la actividad emprendedora.

Si bien se ha podido abordar las fases del ciclo de vida del proceso de creación empresarial, también resulta necesario comprender las principales características de las empresas nuevas y establecidas en Colombia, para determinar hacia qué sectores se dirigen o prefieren los emprendedores. GEM expone cuatro sectores económicos: el sector primario o extractivo, el secundario o industrial, el sector terciario o servicios a empresas y el sector de comercio o de servicios de consumo. Entre los cuales se destaca el sector terciario con un 66,7% de empresas nacientes y nuevas, y un 62,4% de las empresas establecidas. El segundo lugar es para el sector

secundario con un 26,8% de las empresas establecidas y un 19,2% de las empresas nacientes y nuevas (Varela et al., 2019).

En resumen, la mayoría de los emprendedores deciden iniciar en el sector de servicios a consumidores, porque probablemente tienen un acercamiento más profundo a las necesidades y oportunidades en el mercado directo a la población. Aparte, si se habla del nivel tecnológico el 75% de las empresas nacientes como las establecidas no usan nuevas tecnologías o procedimientos (Varela et al., 2019). Aun Colombia, no ha trascendido en innovación tecnológica por lo que representa una desventaja competitiva frente al resto del mundo. Dejando relegado los emprendimientos a aspectos más sencillos que no aportan significativamente al mercado, ni al mejoramiento social ni científico.

Uno de los impactos cruciales para el desarrollo económico y social de un país es la generación de empleo a través de las empresas. En ese sentido, debido a que gran parte de los emprendimientos no alcanzan su madurez ni crecimiento en Colombia, el 80% de las compañías tiene de uno a cinco empleados (Varela et al., 2019). Esto ocurre porque las iniciativas empresariales, en su mayoría, no pasan de ser micro y pequeñas provocando que el efecto parezca mínimo a nivel nacional.

Tasa de emprendedores en Colombia

“La tasa de actividad emprendedora o TEA es la proporción de personas entre 18 y 64 años en una economía que están en proceso de iniciar un negocio o han empezado uno nuevo que no supera los 42 meses” (Rodrigo Varela, 2019). Hasta el 2018, la TEA se ha mantenido entre el

20% y 25%, excepto durante los años 2014 y 2017 que tuvo un nivel cercano al 19%. Es importante mencionar que esta tasa se divide básicamente en dos grupos, el primero que se refiere a los emprendedores nacientes, los cuales se diferencian del segundo porque no han pagado sueldos o salarios por más de tres meses, mientras el segundo grupo que incluye a los nuevos emprendedores si han pagado salarios por tres o más meses (Monitor, 2018).

Gráfica 1. TEA en Colombia



Fuente: CEM Colombia 2018. Elaboración propia

Hasta el año 2019, Colombia se posicionaba en el sexto lugar en América Latina con una TEA del 22,3% siendo superada por Chile con el 36,7%, Ecuador con el 36,2%, Guatemala con un 25,1%, Brasil con el 23,3% y Panamá con una tasa del 22,7%. Si se mira por grupos de países, se encuentra que en América del Norte la tasa de actividad emprendedora corresponde a un 17,8%, América Latina y el Caribe, exceptuando a Colombia, un 24,1%, Asia y Oceanía un 11,5%, África un 12,1% y, por último, la tasa TEA más baja en el mundo se encuentra en el continente europeo y representa tan solo un porcentaje de 9,2% (Varela et al., 2020).

Deserción y abandono de los emprendimientos

Según reporte del GEM, en el año 2018 un 66,4% de las personas encuestadas manifestaron que se consideran con las habilidades, conocimiento y experiencia para iniciar un negocio y un 23,1% manifestó sentirse inseguro y con miedo al fracaso. Colombia se encuentra en el segundo lugar en Latinoamérica con el porcentaje más alto de personas que se sienten seguras y capacitadas para comenzar a emprender un negocio nuevo. En ese aspecto, se evidencia que Colombia es de los países del mundo donde más emprendedores hay debido a que la confianza de las personas es alta, confían en sí mismos y saben cómo llevar a cabo un emprendimiento exitosamente (Monitor, 2018). Sin embargo, en Colombia tan solo sobrevive el 29.7% de los emprendimientos nuevos; según afirma Confecámaras, el otro 70% de los emprendimientos suelen fracasar durante los primeros 5 años de existencia (Espectador, 2018).

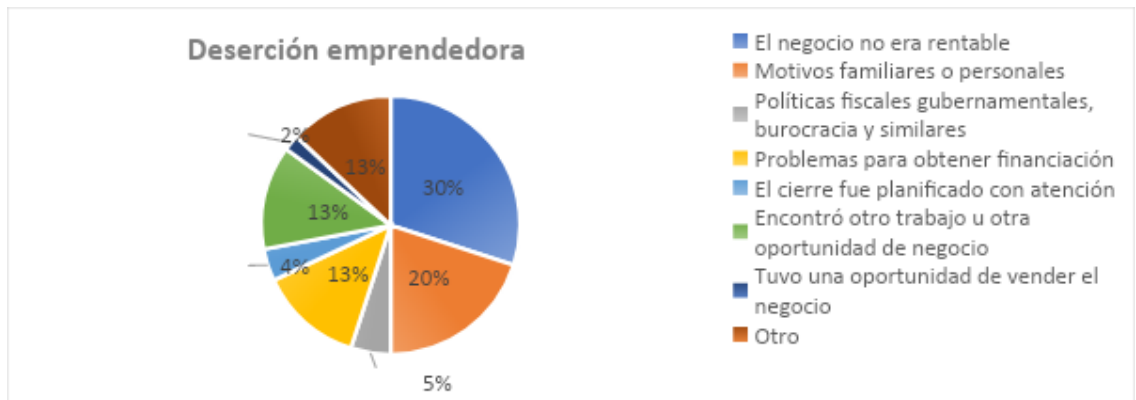
La GEM ha indagado para encontrar cuál es el porcentaje de personas que venden, cierran o abandonan un negocio que tenían. La tasa de discontinuidad ha disminuido con los años, en el 2006 correspondía al 10,5% y para el último reporte del año 2018, esa cifra bajó al 3,29%; por lo tanto, Colombia se posiciona en un buen lugar, teniendo menos porcentaje de discontinuidad que otros países en el mundo (Varela et al., 2019).

Por otro lado, la deserción y abandono de los emprendimientos se puede dar por causa de las condiciones del entorno en el que se quiere emprender. Según GEM (2019), estas variables son: “el apoyo financiero, las políticas públicas, los impuestos, la burocracia, los programas gubernamentales, la educación empresarial desde la etapa escolar hasta de formación profesional, la transferencia de investigación y desarrollo, la infraestructura comercial y

profesional, el mercado interno, las barreras de entrada al mercado interno, acceso a la infraestructura físicas y, por último, las normas sociales y culturales” (Varela et al., 2019, p.50).

En base a los resultados obtenidos en el reporte GEM del 2018, se hizo una lista con los motivos principales que llevan a los emprendedores colombianos a abandonar sus negocios. En primer lugar, se encuentra la baja rentabilidad del negocio, aproximadamente un 30% de la población ha tenido que cerrar por esta razón; esto se debe principalmente a la dificultad que tienen algunos emprendedores para identificar cuál es el nicho de mercado correcto al cual quieren llegar. Luego, un 20% cierra o frena sus actividades empresariales debido a problemas de tipo personal y familiar.

Gráfica 2. Deserción emprendedora



Fuente: GEM Colombia 2018-2019. Elaboración propia

El género en la actividad emprendedora de Colombia

Desde el año 2006 se evidencia que los hombres han tenido mayor participación en la tasa TEA. Durante el 2018, el porcentaje de emprendedores se incrementó y el de las emprendedoras decreció en comparación al año anterior. La brecha entre ambos sexos tuvo un crecimiento considerable, aumentando al 7.1% durante el año 2018. En el último reporte realizado por el Global Entrepreneurship Monitor (2018) se estableció que la tasa de actividad emprendedora para los ellos era del 24.9% y el de las mujeres de 17.8%. Lo anterior posicionó a Colombia como el tercer país con la mayor brecha de género en América Latina.

Por otro lado, si se habla de los emprendedores ya establecidos, Colombia se encuentra en el tercer y cuarto lugar de América Latina para los hombres y mujeres respectivamente, pero aquí también se evidencia una diferencia entre ambos géneros, los hombres para el año 2018 tenían una participación del 15.7% y las mujeres del 7.3% (Monitor, 2018).

En la TEA, la mayor proporción la ocupan hombres y mujeres entre los 25 y 34 años. El emprendimiento femenino tiene una mayor proporción para la TEA en las edades entre los 45 y 54 años, superando a los hombres con un porcentaje del 10,1% frente a un 9,2%; en los otros rangos de edad analizados en la TEA se mantiene mayor el porcentaje de hombres. Sin embargo, si se analiza los emprendedores ya establecidos, se encuentra que hay una brecha mayor entre los géneros comparados con la TEA, tan solo en las edades entre los 18 y 24 años las mujeres logran superar ligeramente a los hombres con un 3.9% frente al 1.6% (Monitor, 2018).

De acuerdo con la TEA y los emprendedores ya establecidos en Colombia se puede ver cómo las mujeres son quienes emprenden más por necesidad que por una oportunidad que se les presenta, comparado con los hombres quienes emprenden en su mayoría porque encuentran oportunidades en el mercado. Como se mencionaba anteriormente, Colombia es de los países donde las personas más confianza tienen en sí mismas al momento de emprender y comenzar un nuevo negocio, pero la realidad que muestran las cifras es que los hombres son quienes más confianza tienen en sus capacidades y habilidades, además suelen percibir más oportunidades. Lo curioso es que en los emprendimientos que recién comienzan, es decir aquellos que hacen parte de la TEA, las mujeres se sienten más seguras; por el contrario, las mujeres con emprendimientos ya establecidos son quienes suelen tener más miedo al fracaso (Monitor, 2018).

Características de las emprendedoras

Por medio de diversos estudios e investigaciones se ha intentado descubrir cuales son los principales atributos que describen mejor a una emprendedora. Lo anterior lleva al popular debate acerca de si el emprendedor nace o se hace, a lo que llegan principalmente los expertos en el tema es que una emprendedora se complementa de características innatas y de otras que va adquiriendo a lo largo de su vida. Algunos de los rasgos principales que puede tener una emprendedora son: autoconfianza, persistencia, orientación a resultados, disposición para tomar riesgos y entusiasmo en sus actividades. A su vez, se caracterizan por ser personas con creatividad y visión que tienen la capacidad de detectar oportunidades y aprovecharlas adecuadamente.

Con base a un reporte de informe que fue realizado a 2.600 emprendedores en 18 países del mundo, se determinó que las mujeres emprendedoras lograron obtener mejores resultados que los hombres emprendedores en varios aspectos. Por ejemplo, los ingresos generados por mujeres estuvieron un 13% por encima (Paribas, 2015). Además, “el 87% de las mujeres asumen riesgos financieros inteligentes (aquellos en los que la evaluación de la situación es más completa y realista), comparadas con el 73% de los hombres.” (Entrepreneur, 2017). Los anteriores resultados se deben a que las mujeres emprendedoras tienen claro que emprender un negocio no es una tarea sencilla, van a surgir obstáculos en cualquier etapa y deben estar preparadas para afrontarlos y superarlos. En estas situaciones difíciles es donde tienen que demostrar al 100% su confianza y seguridad en sí mismas, lo cual evitará que se den por vencidas y dejen sus proyectos sin concluir.

Retos para el emprendimiento femenino

La humanidad está constantemente envuelta en cambios para adaptarse a los nuevos retos que exigen los ecosistemas. En concordancia la economía, la política, la tecnología y la sociedad han permutado, dando paso a nuevos roles y expectativas. Sin embargo, si se habla a nivel internacional, es destacable cómo los índices de violencia, desigualdad, discriminación e invisibilidad que atraviesan a las comunidades históricamente minoritarias o subyugadas no parecen disminuir y en cambio, se ha dado lugar a nuevos tipos de marginalidad.

Dentro de cada grupo habitan mujeres, que sufren opresiones cruzadas por ser de algún tipo de minorías y solo por el hecho de pertenecer al género femenino. Por lo tanto, si se quiere entender el papel que cumple la mujer en la creación de empresas se debe hablar de los

pensamientos que acarrearán en sus sociedades y que podrían dificultarles el camino para el alcance de sus ideas de negocios, especialmente en América Latina.

En una era regida por la globalización, en la cual el uso de la tecnología se vuelve vital para sentirse incluido dentro de la modernidad, las relaciones familiares se dificultan por las exigencias laborales y de continua formación educativa. Anteriormente, en los hogares, el hombre era el encargado de ser el proveedor y la mujer de ser la cuidadora. Del mismo modo, la labor de la mujer era comprendida como el eje primordial para la construcción de la sociedad debido que era en la familia donde se empezaba la educación de los niños, quienes serían el futuro de las naciones. Por ser mujer, eran vistas como un ente reproductivo que vela por el desarrollo o crecimiento de los hijos, los oficios domésticos y protección de las personas vulnerables del hogar. Mas las mujeres eran desprovistas de cualquier tipo de remuneración (Sabater, 2014).

En contraste, actualmente la mujer se está desligando de los roles impuestos, provocando que haya transiciones sociales, políticas e ideológicas en búsqueda de un mundo igualitario y equitativo. Una de las principales muestras de transformación ha sido la introducción de la mujer al mercado laboral. Sin embargo, se han generado ciertas tensiones en las interacciones trabajo-familia. Estas se derivan de la necesidad de compatibilizar el tiempo en dos ámbitos que parecieran mutuamente excluyentes, como lo es ser madre y trabajadora. Al diversificar y redefinir lo que es hogar y familia, la conciliación de dichos ámbitos se vieron afectados por la doble jornada de trabajo al que se ven sometidas por los estereotipos aun existentes en la sociedad (Sabater, 2014).

Hasta cierto punto, el conflicto familia-trabajo limita las oportunidades de empleo para las mujeres, pero ha sido una de las mayores motivaciones en la creación de varios emprendimientos.

“También existe una relación aparente entre falta de empleo o niveles bajos de remuneración económica y el inicio de una empresa por parte de las mujeres, entendiendo que las mujeres en los estratos más pobres son las más afectadas por la desigualdad de género y la discriminación en el acceso al empleo, diferenciales de salarios y posibilidad de un desarrollo empresarial exitoso. Por lo que la vía de convertirse en empresaria es vista como una alternativa ante la falta de oportunidades para obtener un salario igual al del hombre o desarrollar una carrera en una empresa, como lo hacen los hombres” (Saavedra García & Camarena Adami, 2015, p. 139).

Estas dificultades han permitido que las mujeres desarrollen resiliencia y practicidad al momento de adentrarse en una iniciativa. En lugar de menguar la participación en emprendimientos, estos aspectos se han convertido en retos.

Según el informe hecho por el GEM (2019), entre los 25 a 34 años están los índices más altos de participación o realización de emprendimientos con un 13,4% para las mujeres y un 17,5% para los hombres. En Latinoamérica, el caso es similar a la media internacional, entre dichas edades un 25,6% de los hombres decide iniciar un emprendimiento frente al 19,7% de las mujeres. Además, el reporte demuestra que la tendencia de edad para empezar una idea de negocio está relacionada con el nivel de ingresos del país. Cuanto más alto sea el nivel de ingresos, mayor será la edad para emprender. Adicionalmente, los resultados muestran una

tendencia en las jóvenes mujeres en la creación de empresas en países como Qatar, Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos (Women's Entrepreneurship Report, 2019).

Pareciera que la brecha entre los hombres y las mujeres se reduce, pero con base al reporte GEM (2019) se puede notar una disminución en la creación de empresa por parte de las mujeres, y en específico de aquellas motivadas por una necesidad. En América del Norte con un 30% y Europa con un 18% menos con respecto a los años previos (Women's Entrepreneurship Report, 2019). Esto puede ser debido a que principalmente las mujeres desarrollaban algún tipo de emprendimiento cuando encontraban una necesidad, pero actualmente podrían estar más enfocadas en aprovechar las oportunidades del mercado. No obstante, aún persiste el reto de promover la participación de las mujeres en el mundo empresarial.

Posición de la mujer en el mundo del emprendimiento

Según un informe obtenido del portal de datos sobre género del Banco Mundial (2020), se establece que el mundo tan solo 1 de cada 3 mujeres es propietaria de su empresa; es decir que, a nivel mundial, solo un 34% de las empresas pertenecen a mujeres. Sin embargo, analizando América Latina se encuentra una división equitativa para cada género (Halim, 2020).

Durante muchos años los hombres han sido los principales propietarios de las empresas existentes, la base de datos Global Findex mostró que en el año 2017 los hombres eran quienes más solicitaban préstamos para poder iniciar o mejorar su propia empresa, teniendo entre un 3% y un 6% más de probabilidad de obtenerlo en comparación a las mujeres. Sin embargo, en los

últimos estudios realizados en 44 países, se ha registrado que las mujeres están comenzando a tener mayor participación en la creación de nuevas empresas (Findex, 2020).

Según un estudio realizado por la Global Entrepreneurship Monitor, los países donde hay un mayor número de emprendedoras son fundamentalmente aquellos que están en proceso de desarrollo. Entre los principales lugares en Latinoamérica con una tasa considerablemente alta de emprendedoras se encuentra Chile, con un porcentaje mayor al 21% y Colombia con un 18% (Pasquali, 2019).

En los países desarrollados suelen haber más posibilidades de trabajo en las empresas ya existentes, por lo tanto, las mujeres encuentran más viable aspirar y obtener un puesto en dichas compañías por lo que no consideran la posibilidad de emprender y ser empresarias por iniciativa propia. Con lo anteriormente mencionado, queda claro por qué en los países menos avanzados económicamente se encuentran principalmente las mujeres emprendedoras.

Impacto de las mujeres emprendedoras

La economía ha tenido un gran cambio, anteriormente las personas más ricas del mundo solían ser exclusivamente las que más recursos financieros poseían. Sin embargo, hoy en día esta imagen es diferente, los más ricos son aquellas personas creativas, innovadoras y con un alto grado de conocimiento, las cuales contribuyen al mejoramiento de la economía y sociedad.

Según reportes del Banco Interamericano de Desarrollo se ha demostrado que, gracias al aumento de la participación de las mujeres en el mundo laboral, el crecimiento de ingreso per

cápita ha aumentado y la pobreza se ha reducido. Las mujeres principalmente se interesan por aportar y generar ideas para mejorar y contribuir al buen desarrollo de la educación, la salud y la nutrición (Ricardez, 2019).

“Es hora de que las mujeres prosperen” son las palabras de la directora general del fondo monetario internacional, la cual hace una invitación a que se tomen medidas para apoyar a las mujeres en el desarrollo y crecimiento laboral. Es importante que las naciones apoyen a los nuevos talentos femeninos de sus países ya que son clave en el crecimiento económico y social.

Posición de la mujer emprendedora en Colombia

La pregunta que se hacen muchas mujeres es si deben o no emprender, pero la cuestión va mucho más allá de una simple respuesta, implica todo lo que trae consigo el reto de emprender sumado a los obstáculos y desafíos que se encontrarán en el camino, los cuales resultan ser muchos mayores que para los hombres.

Es una realidad que ser parte del género femenino nunca ha sido fácil. La mayoría de los países tienen una sociedad machista, en la cual es más difícil para la mujer poder crecer social, personal, laboral y económicamente, puesto que son mayores los obstáculos por los que tienen que pasar para poder prosperar. Aunque Colombia se destaca por ser uno de los países con mayor número de emprendedoras a nivel mundial, la cifra no es muy alta si hablamos del territorio nacional en particular. En el año 2017 tan solo un 25% del total de emprendedores eran mujeres, de este porcentaje la mayoría emprendían por necesidad (Santos, 2020).

Como se mencionaba anteriormente, las mujeres tienen una enorme barrera asociada al estigma de que el género femenino está menos preparado y es menos capaz que el masculino. La mayoría cuenta con un menor capital, tienen menos posibilidades de formar redes de contacto y empresariales y no cuentan con la asesoría necesaria para crear y poner a funcionar sus emprendimientos. Según afirma el Boston Consulting Group, a pesar de que los emprendimientos creados por mujeres reciben un menor apoyo financiero, estos suelen generar más rentabilidad que los creados por hombres, (Santos, 2020). Es importante que el gobierno colombiano reconozca el papel significativo que tienen las mujeres emprendedoras, son talentos que merecen ser notados, apoyados y por ningún motivo deberían ser desperdiciados, ya que tienen un gran impacto en el desarrollo y crecimiento del país y la sociedad.

Colombia se encuentra en el top 5 de los países con mayores oportunidades y beneficios para que las mujeres puedan ser líderes y emprendedoras, según un informe realizado en 2019 sobre el índice de mujeres emprendedoras. Se evidencia que en el mercado del país hay muchas mujeres que están avanzando para liderar empresarialmente. Además, Colombia se destaca por ser un país donde la brecha de género entre hombres y mujeres se ha reducido considerablemente en comparación con otros países del continente latinoamericano, sobre todo si se habla de la parte de inclusión financiera, la nación está mostrando un gran avance.

Colombia es un país que, como se mencionaba anteriormente, ha encontrado planes y estrategias para lograr que la participación de las mujeres en el mundo laboral y empresarial crezca considerablemente. Es una realidad que muchas mujeres han luchado por defender su posición, por romper con los estereotipos y creencias en donde son consideradas como inferiores

e incapacitadas para lanzarse a nuevos retos y desafíos, quieren dejar una marca en la sociedad, quieren impresionar al mundo con su talento, seguridad, confianza y capacidad.

Para ejemplificar la magnitud del apoyo hacia la mujer existen varios decretos que fomentan su inclusión en el ámbito laboral, como lo es el Decreto 2733 y 2734 de 2013, en el que se dan los requisitos y condiciones para deducir impuestos a los empleadores que tengan trabajadoras víctimas de violencia comprobado, acorde a los estatutos que dentro del marco legal se establecen. Por otro lado, existen varios programas que vinculan directamente a la mujer en diferentes roles de la sociedad que les permite demostrar su valor y aporte a la economía. Ejemplo, las madres comunitarias, mujeres ahorradoras y mujer rural.

En marzo de 2019, la comisión para la equidad de la mujer y Confecámaras anunció que en el Registro Único Empresarial (RUES), se habilitarían unas casillas especiales, destinadas exclusivamente a las mujeres dueñas de empresas para poder llevar un control de aquellas mujeres que tuvieran participación en el desarrollo y creación de empresas dentro del territorio colombiano (Buitrago, s.f.). En la actualidad, el gobierno colombiano sacó el decreto 810 del 4 de junio de 2020 para dar creación a un patrimonio autónomo, este tiene como objetivo mitigar el impacto que ha tenido la emergencia sanitaria por el Covid-19 sobre la economía y las mujeres emprendedoras del país.

Resultados

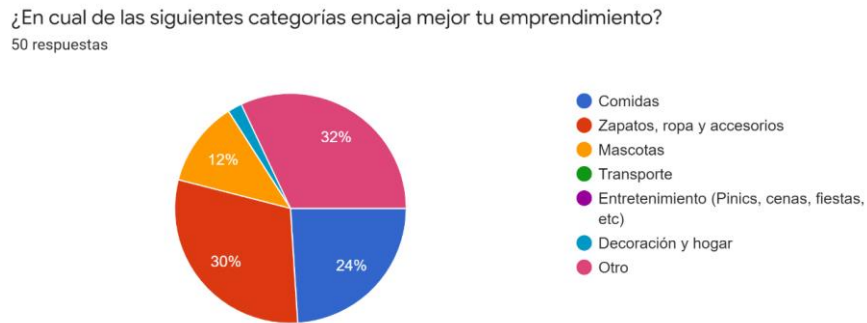
Como parte de nuestro proceso investigativo se realizó un sondeo exploratorio a 50 mujeres emprendedoras, con el objetivo de identificar cuál es la percepción que tienen ellas frente a la posición que tiene la mujer en el mundo del emprendimiento y también para analizar

cuáles han sido los mayores retos y obstáculos que han tenido que afrontar durante el proceso de emprender. A continuación, se exponen los resultados obtenidos y el análisis respectivo de la investigación:

En primer lugar, se encontró que la mayoría de las mujeres que participaron del sondeo se encuentran entre los 18 y 25 años, representando un porcentaje del 34% del total, las edades entre los 25 y 35 años representan un 26%, al igual que las mujeres entre los 35 y 45 años; por último, el menor porcentaje de mujeres emprendedoras son aquellas mayores de 45 años con un 14%. Analizando el nivel educativo de las mujeres emprendedoras, se obtiene que la mayor parte de ellas tiene un nivel de educación superior, representando un 68% del total, luego siguen las mujeres con un título técnico o tecnólogo con un porcentaje del 26% y, por último, con un 6%, aquellas que han alcanzado como máximo el título de bachiller.

Se descubrió que los emprendimientos más comunes y de mayor participación entre las emprendedoras son: los de zapatos, ropa y accesorios con un 30%, seguido por un 24% correspondiente a emprendimientos de comida y alimentos, también se destacan los emprendimientos enfocados en el cuidado de las mascotas.

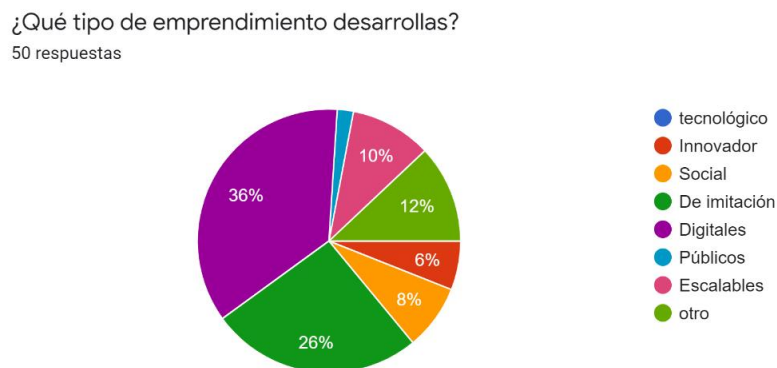
Gráfica 3. Categorías



Fuente. Elaboración propia – Sondeo a emprendedoras 2021

Luego se analiza los diferentes tipos de emprendimientos que existen y los datos evidencian que la mayor parte de son de tipo digital, es decir aquellos que se comercializan por medio del e-commerce, tanto en redes sociales como en páginas web, esta categoría representa un 36%. Le siguen los emprendimientos de tipo imitación con una participación del 26%.

Gráfica 4. Emprendimientos desarrollados



Fuente. Elaboración propia – Sondeo a emprendedoras 2021

Analizando la financiación que utilizan las mujeres al momento de emprender y comenzar un nuevo negocio, el 72% de las participantes en el sondeo utilizaron capital propio, el 30% una combinación de capital propio y capital de amigos o familiares y solo un 5% utilizaron una financiación a través de alguna entidad bancaria o financiera. La mayor parte de los emprendimientos de las mujeres en la investigación tienen entre 3 y 12 meses, este grupo representa un 34% del total, luego con un 30% se encuentran los emprendimientos que tienen entre 1 y 3 años en el mercado y el siguiente grupo representativo de emprendimientos son aquellos que superan los 3 años y representan un 24%. Tan solo un 12% de los emprendimientos tienen entre 0 y 3 meses. Los datos muestran que el 54% de las mujeres describen que sus emprendimientos no son su mayor fuente de ingresos. Sin embargo, deciden emprender para generar ingresos adicionales.

Gráfica 5. Afirmaciones

¿Con cual de las siguientes afirmaciones te sientes más identificada?
50 respuestas



Fuente. Elaboración propia – Sondeo a emprendedoras 2021

Si se analiza el tema de las barreras de género, se encontró en el sondeo que el 86% de las mujeres están de acuerdo en que existen prejuicios y estereotipos que ponen en duda las capacidades que tienen. Sin embargo, tan solo un 26% de las mujeres manifiesta que su emprendimiento se ha visto afectado por esta brecha y al momento de responder sobre si las mujeres tienen o no más dificultad que los hombres para emprender, se obtiene que el 58% de las piensa que no y un 42% que sí tienen mayor dificultad.

Otra información importante que se obtuvo del sondeo es que la mayoría de las mujeres confían en sus capacidades y habilidades para cumplir tareas de forma exitosa, son capaces de proponerse, aceptar nuevos retos, ser comprometidas y responsables. Por otro lado, demuestran que a veces es difícil mantener la motivación para lograr objetivos y que les es difícil manejar sus emociones en situaciones de estrés, frustración, cambios e incertidumbre.

Respecto a los emprendimientos de las mujeres del sondeo cabe destacar que se sienten empoderadas y desean continuar con ellos. Sin embargo, se evidencia una preocupación por la rentabilidad de sus negocios. Además, algunas mujeres sienten dudas sobre si sus emprendimientos son innovadores, pero la gran mayoría concuerdan en que están haciendo un buen trabajo lanzando al mercado un producto o servicio creativo que satisface las necesidades de los consumidores.

Respecto a las habilidades y conocimientos cabe destacar que las mujeres se sienten capacitadas y preparadas en el área tanto comercial como financiera; en contraste, un punto que sienten que podrían mejorar y aprender aún más es en la parte tecnológica e informática. Por otra

parte, ellas también valoran la importancia de una buena red de contactos que les permita favorecer y hacer crecer su emprendimiento. Entre las mujeres partícipes de este sondeo, un 58% dice que le gustaría internacionalizar su negocio; sin embargo, muchas afirman que no cuentan con los conocimientos necesarios para llevar a cabo este proceso. Analizando el conocimiento que tienen respecto al apoyo que brinda el gobierno colombiano para sus emprendimientos, un 46% sienten que no hay el respaldo y soporte suficiente por parte de las entidades del gobierno; lo interesante es que un 68% de las mujeres no tienen conocimiento respecto a las ayudas que ofrece el gobierno para las mujeres emprendedoras.

Por otra parte, muchas mujeres consideran que el emprender puede ser una buena alternativa para garantizar en el futuro su jubilación. Finalmente, se pueden destacar algunas de las principales dificultades que manifiestan haber tenido en sus emprendimientos, la más significativa es lograr mantenerse en el mercado, satisfacer a los clientes regulares y encontrar nuevos, resaltan que es complejo adaptarse al ritmo cambiante que tiene el mercado, actualizar y renovar sus negocios puede conllevar a un alto costo. Otras dificultades incluyen la parte de financiamiento en la creación y durante el desarrollo del negocio. Otro aspecto muy importante es no rendirse, mantener la motivación y continuar adelante en medio de un mercado lleno de competidores.

Además del sondeo se realizó una entrevista a profundidad a María Paula Jaramillo emprendedora y estudiante de la Universidad ICESI, quien desde hace año y medio desarrolló su marca personal y vende accesorios a través de Instagram. Ella al inicio de la sesión explica que

desde que era una niña de 8 años y gracias a su entorno familiar, el cual es matriarcal, ha visualizado una carrera empresarial.

Recogiendo sus experiencias vividas, siguiendo el ejemplo de su familia, planeando su empresa y observando grandes referentes internacionales ella expresa que existen ciertas características necesarias para emprender. Las cuales son: la paciencia para esperar crecimientos a largo y mediano plazo, la disciplina en el manejo y seguimiento de los stakeholders y la pasión por los objetivos que se esperan alcanzar.

Otro punto para resaltar es que ella manifestaba que la universidad ha sido un gran apoyo en el desarrollo de su actividad emprendedora porque ha sido un espacio para aprender y poner práctica todas sus habilidades. A parte del cúmulo de saberes que como alma mater ya le imparte dentro de su pregrado. Ella reconoce la importancia de contar con organizaciones que aporten a su marca desde el conocimiento y el afecto, en lugar de quedarse solo en temas financieros. Por esa razón, María no financió su emprendimiento a través de entidades bancarias, pero si mediante el apoyo monetario de su familia y propio.

Una de las tantas opiniones interesantes fue que ella admitió que existen ciertos sesgos o expectativas alrededor del género en las empresas y especialmente aquellas que se mueven en el rubro de las redes sociales. Jaramillo contaba que tenía un amigo muy cercano, quien también vendía accesorios de moda pero que el público lo trataba de forma diferente. Sus seguidores pedían que él fuera “más varonil” o “el hombre perfecto” entonces no se podía mostrar tal cual como era o sintiera. Entonces en este tipo de

situaciones se demuestra que aún persisten los roles solo por pertenecer a un sexo biológico.

Finalmente, María Paula revelaba que su mayor obstáculo han sido las inseguridades y miedos atraídos por la incertidumbre. Ella explicaba que de las sensaciones más desagradables y aterradoras para los emprendedores radica en saber que podría pasar en el futuro, en si las estrategias creadas funcionaran y en si se alcanzara el éxito. Esta percepción, probablemente continuara durante toda su actividad emprendedora porque las dudas y el riesgo es natural cuando se inicia con una idea y más en una sociedad que está en constante cambio, pero la mejor forma, según ella, es adelantarse a las situaciones. Prácticamente ella recomienda, tener planes de contingencia y esperar lo inesperado.

A las emprendedoras ella les aconseja que no se cohiban, que exploten todo su potencial y que no piensen únicamente en los beneficios económicos porque todo lo que se haga con compromiso, dedicación y responsabilidad fluirá de forma positiva. Lo más importante es creer en si mismas y tener esperanza en sus ideales. Crear empresa es una vocación que requiere reconocer las propias habilidades y persuadir al mundo de que el proyecto, en el que se está pensando es útil, novedoso y transformador.

Conclusiones y aprendizajes

En concordancia con la investigación bibliográfica, el sondeo demostró que las emprendedoras tienen la capacidad de asumir nuevos retos y saben reconocer oportunidades en el mercado, lo que lleva a comprender el gran impacto que tiene y podría alcanzar la mujer en la

sociedad colombiana si el Estado les proporcionara más apoyo y visibilidad. El rol de la mujer está cambiando junto con los avances en materia social, iniciar una empresa no por necesidad sino por oportunidad es la muestra de nuevos modelos mentales. El reto que permanece es poder visibilizar las nuevas formas de expresión femenina y dejar de categorizarlas acorde a estereotipos arcaicos que nublan la visión de un mundo más igualitario, al menos en cuestión de género.

Como estudiantes, próximas a convertirnos en Administradoras de Empresas, hemos adquirido conocimiento y experiencia en diversos campos de las ciencias económicas y administrativas, los cuales nos permitirán contribuir positivamente a un mejor desarrollo de la sociedad y economía del país. Entendemos y valoramos la importancia de la mujer emprendedora, sabemos que uno de los mayores retos que tiene es lograr acceder a planes de financiamiento y apoyo monetario; sin embargo, tampoco cuentan con muchas oportunidades de orientación y guía en ciertas áreas de los negocios, por lo tanto, nuestro propósito es poder apoyar y contribuir al proceso del emprendimiento femenino, enriqueciendo la formación y competencias de mujeres emprendedoras o que estén en proceso de emprender y necesiten fortalecimiento y asesoramiento para sacar adelante sus negocios de la mejor manera posible.

El talento, la motivación y la innovación existe sin distinción de género y puede manifestarse en distintos tipos de actividades, desde nuestras áreas de estudios, la propuesta es apoyar y alentar dichas actividades, no limitarlas en base a sectores, edad, religión o imaginarios. La mujer puede ser y alcanzar lo que desee, incluso si tiene otro papel en su vida, como ser madre o esposa. Emprender, avanzar en sus proyectos profesionales u ocupar puestos directivos

no son excluyentes de vivir otros ámbitos. El carácter, la ambición, la orientación al logro y otras virtudes empresariales se desarrollan en todos aquellos que así lo deseen en su vida, sin excepciones.

Referencias

- Almodóvar, M. (2018). Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora. *cuadernos de relaciones laborales*, 225-244.
- Azuero Zúñiga, F (2020). El sistema de pensiones en Colombia: institucionalidad, gasto público y sostenibilidad financiera. *serie macroeconomía del desarrollo* (206), 1-61.
- Buitrago, T. (s.f.). *Pymas*. obtenido de <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/crecimiento-empresarial/desafios-mujeres-emprendedoras-en-colombia>
- Elam, A., Brush, C., Greene, P., Baumer, B., Dean, M., Heavlow, R., . . . The global entrepreneurship research association. (2019). *Women's entrepreneurship report*. London: The global entrepreneurship research association.
- Entrepreneur. (3 de julio de 2017). *Entrepreneur*. obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/296688>
- Espectador, E. (29 de octubre de 2018). *¿Por qué el 70% de las empresas en Colombia fracasan en los primeros cinco años?* obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/economia/por-que-el-70-de-las-empresas-en-colombia-fracasan-en-los-primeros-cinco-anos/>
- El espectador.2020. Colombia el séptimo puesto a nivel mundial en nacimiento de emprendedores. revista online. redacción círculo de experiencias. en línea. disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/colombia-ocupa-el-septimo-puesto-nivel-mundial-en-el-nacimiento-de-emprendedores-articulo-904654/>
- Fedesarrollo. (2010). *el sistema pensional en Colombia: retos y alternativas para aumentar la cobertura*. Bogotá.

Findex, G. (2020).

Halim, D. (5 de marzo de 2020). *banco mundial blogs*. obtenido de *banco mundial blogs*:
<https://blogs.worldbank.org/es/datos/se-necesitan-estadisticas-sobre-las-mujeres-emprendedoras>

Herrera Guerra, C. E., & Montoya Restrepo, I. a. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *punto de vista, IV* (7), 9-36.

Ministerio de salud y protección social. (2013). Envejecimiento demográfico. Colombia 1951-2020 dinámica demográfica y estructuras poblacionales. *Minsalud*, 1-48.

Monitor, G. E. (2018). *Estudio de la actividad emprendedora en Colombia*.

Nómada digital. (2020). 10 tipos de emprendimientos.

Paribas, B. (18 de noviembre de 2015). *Bnp Paribas*. obtenido de
<https://group.bnpparibas/en/news/bnp-paribas-global-entrepreneurs-report-2016>

Pasquali, M. (11 de septiembre de 2019). *Statista*. obtenido de
<https://es.statista.com/grafico/19263/paises-con-mas-mujeres-emprendedoras/>

Ramírez, A. R. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *pensamiento y gestión* (26), 96-119.

Ricardez, C. (19 de noviembre de 2019). *Disruptivo tv*. obtenido de
<https://disruptivo.tv/columnas-y-notas/7-datos-del-impacto-las-mujeres-negocios/>

Rodríguez, r. a. (2011). *El emprendedor de éxito*. Mc Graw Hill.

Saavedra García, M. L., & Camarena Adami, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *criterio libre* (22), 131-154.

Sabater, M. (2014). La interacción trabajo-familia. la mujer y la dificultad de la conciliación laboral. *lan Hrremanak*, 163-198.

Santos, D. A. (19 de febrero de 2020). *La República*. Obtenido de
<https://www.larepublica.co/analisis/diego-a-santos-533956/por-mas-mujeres-emprendedoras-2966574>

Toca Torres, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios gerenciales*, 26(117), 41-60.

Varela Villegas, R., Moreno Barragán, J., Soler Libreros, J., Pereira Laverde, F., Osorio Tinoco, F. F., & Gómez Araujo, E. (2019). *Dinámica de la actividad empresarial en Colombia*. universidad Icesi.