



Revista EAN
ISSN: 0120-8160
Universidad EAN

Forero-Bernal, Lida Alexandra; Durán-Duarte, Lizeth Katherine
Aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia
Revista EAN, núm. 86, 2019, Enero-Junio, pp. 77-92
Universidad EAN

DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2291>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20662156005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org


Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia

DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2291>

Lida Alexandra Forero-Bernal¹
UNISANGIL
aforero@unisangil.edu.co

Lizeth Katherine Durán-Duarte²
UNISANGIL
kduran@unisangil.edu.co

Fecha de recepción: 14 de marzo de 2018
Fecha de aprobación: 18 de febrero de 2019



Cómo citar este artículo / To reference this article / Comment citer cet article / Para citar este artículo:
Forero-Bernal, L. A.; Durán-Duarte, L. K. (2019). Aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86), 77-92. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2291>

Resumen

Contribuir en la construcción del estado del arte del emprendimiento femenino en Colombia fue el propósito del proyecto cuyos resultados se exponen mediante este artículo, el cual presenta una revisión documental que inició con la búsqueda general de términos a través del tesoro emprendimiento femenino y género usando operadores boléanos y truncadores y que se centró en bases de datos como EBSCO, Redalyc, Dialnet y Scielo. A través de esta revisión se pudo identificar, entre otros elementos, que existen pocos estudios en el tema de género específicamente, lo que deja en evidencia los vacíos existentes en el conocimiento relativo al emprendimiento femenino. Así mismo, se pudo evidenciar que en el trabajo investigativo sobre este campo se emplean similares diseños metodológicos, que en general se basan en investigación bibliográfica, análisis de casos, análisis cuantitativos y cualitativos y con poca frecuencia, en el uso de software estadístico, para correlacionar las variables involucradas.

Finalmente, fue posible establecer que la investigación en el tema viene enriqueciéndose en la medida que aumenta la presencia de mujeres en cargos directivos, pese a esto, aún hay barreras y estereotipos por superar y por ende se hace importante estudiar esta temática en particular.

Palabras clave: emprendimiento; emprendimiento femenino; estado del arte; investigación científica; diseño metodológico; exploración documental; mujeres en Colombia.

¹ Administradora de empresas de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Especialista en planeación y desarrollo de investigación de marketing por el Servicio Nacional de Aprendizaje - Centro Agroindustrial del Quindío. Magíster en dirección de marketing, por la Universidad de Viña del Mar, Chile. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6570-3362>

² Profesional en administración de empresas de la Fundación Universitaria a de San Gil, UNISANGIL. Artista Plástica muralista, Colectivo Arte Mujer Latina. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5518-9216>

Contributions to the construction of the state of art of Colombian female entrepreneurship

Abstract

Contributing to the construction of the state of the art of female entrepreneurship in Colombia was the purpose of the project, whose results are exposed in this article. It presents a document review that began with the general search for terms on female entrepreneurship and on gender by means of the thesaurus using Boolean and truncated operators, focusing on databases such as EBSCO, Redalyc, Dialnet, and Scielo.

As a result, it was possible to identify, among other elements, that there are few studies on the subject of gender, which highlights the gaps in the knowledge related to female entrepreneurship. Likewise, it was possible to demonstrate that similar methodological designs are used in the research work on this field, generally based on bibliographic revision, case studies, qualitative and quantitative analyses, and less frequent on the use of statistic software, to correlate the variables involved.

Finally, it was possible to establish that this topic research grows richer as the amount of women in management positions increases, and that despite this, there are still barriers and stereotypes to overcome, thus making the study of this particular theme more relevant.

Keywords: entrepreneurship; female entrepreneurship; state of the art; scientific research; methodological design; document review; Colombian women.

Contribuições para a construção do estado da arte do empreendedorismo feminino na Colômbia

Resumo

Contribuir na construção do estado da arte do empreendedorismo feminino na Colômbia foi o objetivo do projeto, cujos resultados são expostos através deste artigo, o qual apresenta uma revisão documental que iniciou com a busca geral de termos através do Thesaurus do empreendedorismo feminino e gênero usando operadores booleanos e truncadores e que se centrou em bases de dados como EBSCO, Redalyc, Dialnet e Scielo.

Através desta análise foi possível identificar, entre outras coisas, que há poucos estudos sobre a questão de gênero especificamente, deixando provas existentes das lacunas de conhecimento em matéria de empreendedorismo feminino. Da mesma forma, foi possível demonstrar que no trabalho de pesquisa neste campo são utilizados delineamentos metodológicos semelhantes, geralmente baseados em pesquisa bibliográfica, análise de casos, análise quantitativa e qualitativa e, com pouca frequência, na utilização de software estatístico, para correlacionar as variáveis envolvidas.

Finalmente, foi possível estabelecer que a investigação sobre o assunto vem enriquecendo na medida em que aumenta a presença de mulheres em cargos directivos, Apesar disso, continuam a existir barreiras e estereótipos a ultrapassar, pelo que é importante estudar esta temática específica.

Palavras-chave: empreendedorismo; empreendedorismo feminino; estado da arte; investigação científica; desenho metodológico; exploração documental; mulheres na Colômbia.

Contribution à la construction de l'État d'art de l'entrepreneuriat féminin en Colombie

Résumé

Ce projet a pour but de contribuer à la construction de l'esprit d'entreprise des Colombiennes, d'en révéler les résultats et de présenter une analyse documentaire commençant par une recherche terminologique en rapport à l'entrepreneuriat féminin via l'utilisation d'opérateurs booléens et tronqués axés sur des bases de données comme EBSCO, Redalyc, Dialnet et Scielo.

Cet examen initial révèle entre autres qu'il n'existe que peu d'études portant spécifiquement sur le genre, ce qui montre les lacunes des connaissances relatives à l'entrepreneuriat féminin. Il a par ailleurs été possible de démontrer que certaines investigations dans ce domaine utilisaient des conceptions méthodologiques similaires reposant généralement sur des recherches bibliographiques, des analyses de cas, des analyses quantitatives et qualitatives et, plus rarement, sur l'utilisation de logiciels statistiques de corrélations de variables.

Enfin, nous avons pu établir que le nombre d'études sur ce sujet s'élevaient à mesure que la présence de femmes aux postes de direction augmentait et, même s'il existe encore des obstacles et stéréotypes à surmonter, il est important de continuer à étudier ce sujet particulier.

Mots-clés: entrepreneuriat; entrepreneuriat féminin; recherche scientifique; conception méthodologique; analyse documentaire; les femmes en Colombie.

1. Introducción

Las condiciones de la mujer con respecto a su situación laboral, posición en la sociedad y su contribución al desarrollo económico mundial hacen necesaria la realización de aportes a la construcción del estado actual del emprendimiento femenino en el país. Con miras a fortalecer ese constructo, se presentan inicialmente algunos conceptos sobre emprendimiento propiamente dicho, a continuación se hace una revisión de datos que muestran la situación laboral de la mujer seguido de la literatura encontrada en la última década en la que se trata emprendimiento con perspectiva de género, de tal manera que se evidencie el interés propio de los investigadores por generar conocimiento que aclare el escenario que rodea el emprendimiento desde la óptica femenina.

El desarrollo de la revisión documental propuesta se inició con la búsqueda general de términos a través del tesoro emprendimiento femenino y género usando operadores booleanos y truncadores, y se centró en bases de datos como EBSCO, Redalyc, Dialnet, SciELO, entre otros. La compilación de información y conocimiento en este tópico permea más allá de la mujer contada como mano de obra en empresa, su silencioso protagonismo en la edificación de la sociedad, a partir del entendimiento del objeto que motiva los estudios realizados, así como la metodología aplicada para llegar a las conclusiones planteadas por los autores, considerando este tema de vital importancia para el desarrollo económico, histórico y social de los territorios.

Según Valencia-Agudelo (2012) ofrece una hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado, e indica que se fomenta la cultura del emprendimiento como un mecanismo para crear empleo y competitividad, a la vez que se buscan aumentar los ingresos de los ciudadanos para mejorar el bienestar social y la gobernabilidad. Cuando se menciona emprendimiento, se vincula necesariamente el liderazgo en la productividad y la competitividad, palabras asociadas a la masculinidad.

Guevara-Ruiseñor (2008) indica que las herramientas de la sociología contemporánea son usadas para interpretar la masculinidad como una categoría analítica que remite a una posición de poder, siempre disputable, en una estructura social determinada; el emprendimiento, por ende, más allá de identificarse con la creación de nuevas empresas, hace referencia a la adopción de actitudes y capacidades en la vida profesional que contribuyen al éxito, y a la puesta en marcha de un proyecto por medio de una necesidad, el desarrollo de un producto o la implementación de ideas novedosas. Ley 823 del 10 de julio de 2003 plantea la obligación del Gobierno Nacional de establecer medidas que propendan a la igualdad de condiciones laborales de las mujeres, especialmente porque se diera aplicación al principio de salario igual a trabajo igual (Rincón-Barrero, 2013). El liderazgo, sin embargo, está definido como el conjunto de habilidades que posee un individuo para contribuir en la motivación continua, la manera de pensar y actuar de un determinado grupo, con la finalidad de conseguir unas metas específicas de manera eficiente (Palomo-Vadillo, 2013).

El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey instruye acerca de la importancia de contar con las habilidades directivas adecuadas, tanto administrativas como de liderazgo, y con el apoyo de un equipo de trabajo consolidado donde todos deben ser impulsores de la organización y contribuyan sin restricciones y prioridades mayores a la materialización de la visión del futuro, con la finalidad de lograr el éxito empresarial (CírculoTec, 2012).

Una persona emprendedora se caracteriza por poseer esa serie de cualidades que lo convierten en un líder, con capacidades para tomar la iniciativa, generar ideas innovadoras, estar atento a las inquietudes y opiniones de su equipo de trabajo, ser quien guía en pro de la consecución de objetivos de manera rápida y efectiva, esto sin considerar su sexo, condición social, ni posturas como religión o posición política.

2. Emprendimiento

El emprendimiento desde el punto de vista epistemológico se entiende como el hecho de acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro (Real Academia Española [RAE], 2014). Por otro lado, llevando a cabo una revisión bibliográfica sobre el emprendimiento femenino, se abre un abanico de posturas que giran alrededor de la dinámica económica. Para Schumpeter (1950), las empresas individuales aparecen ahora como lugares de producción para los requerimientos de otros hombres, y la producción total de una nación se distribuirá primeramente entre estas unidades, mientras que McClelland (1961) desarrolla su aporte desde la consecuencia de la acción de emprender, que da como resultado el desarrollo, debido a que han implementado ese fenómeno con diversas características de motivaciones de afiliación, logro y poder. Por su parte, Mintzberg (2016) sostiene que el emprendimiento, visto desde las acciones del individuo, que asume la calificación de homo economicus para justificar la maximización de la utilidad y por ende su bienestar, concibe al emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico. Diferentes estudios proponen definiciones conceptuales sobre qué es el emprendimiento y quién es el emprendedor. Crissien-Castillo (2009) ve al emprendedor o al mánager, según sea la definición y traducción, como un elemento importante en la generación de desequilibrios en los mercados y por ende un coadyuvante en el desarrollo y crecimiento económico, mientras Salinas y Osorio (2012), citados por Jiménez-Barrera (2018), plantean que se trata de un «conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil de personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo» (p. 232). Por

su parte, Marulanda-Valencia, Montoya-Restrepo y Vélez-Restrepo (2014) concluyen que emprender es el proceso de creación de empresa, implica mucho más que formación práctica en análisis del mercado y planes de negocios, pues quien protagoniza este proceso es complejo, con creencias y valores formados desde dentro y fuera de su ser. En la misma línea, Mickiewicz, Nyakudya, Theodorakopoulos y Hart (2017) traen a colación otros factores como el rol de la educación, la experiencia y la disponibilidad del capital emprendedor en el ámbito local, que son elementos que varían a lo largo de las diferentes etapas del proceso empresarial.

Alonso-Nuez y Galve-Górriz (2008) señalan que no existe un conjunto único y universal de razones aplicable a cualquier persona que lo lleven a emprender, sino que cada sujeto tiene sus propios motivos que pueden cambiar a lo largo de su vida. Por otro lado, Alvarado, Ortiz y Morales (2018) concluyen que los principales motivos que tienen los empresarios mexicanos para emprender un micronegocio familiar son mejorar y complementar el ingreso familiar y que los hombres casados son quienes más emprenden este tipo de asociación de negocio, estudio que menciona la variable género como factor que influye en la creación de empresas.

Otro factor tenido en cuenta es el de la educación y cómo influyen los procesos de formación que lo vinculan en su estructura curricular en el ser y el hacer de los estudiantes. Así es como Ceresia (2018) argumenta que la educación para el emprendimiento cambia las intenciones de emprendimiento de los aprendices, e interpreta la educación emprendedora como una herramienta poderosa para orientar a los futuros profesionales hacia la creación y formalización de proyectos productivos.

3. Contexto actual de la mujer en el mundo empresarial y laboral

Para hablar del emprendimiento femenino, es importante conocer las cifras en el país. Según cifras de Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), la lista de mujeres emprendedoras en 2017 aumentó un 25 % frente al año anterior; sin embargo, es de gran importancia aclarar que la mayoría de estos emprendimientos son llevados a cabo por mujeres que apenas han alcanzado un nivel de estudios de secundaria, y gran parte de estos negocios creados son tiendas de barrio. Estas cifras son preocupantes considerando que los emprendimientos que se han desarrollado en un nivel de formación universitario la mayoría son liderados por hombres (Portafolio, 2017).

En lo público, la situación no cambia mucho a pesar de la Ley 581 del 31 de mayo de 2000 que garantiza derechos fundamentales a las mujeres, es una ley estatutaria que busca crear mecanismos para que las autoridades, en cumplimiento de los mandatos constitucionales, les otorguen a las mujeres la adecuada y efectiva participación a que tienen derecho en todos los niveles de las ramas y demás órganos del poder público (Consejería para la Equidad de la Mujer, s. f.).

Ley 1475 del 14 de julio de 2011 obliga a que los partidos políticos y movimientos en sus listas al Senado y Cámara de Representantes estén compuestas por mujeres al menos en un 30 %. Las elecciones legislativas del 11 de marzo de 2018 dieron como resultado un 20,5 % de mujeres en el Congreso de la República; de 278 senadores, 57 son mujeres. Comentan Mansbridge (1999, 2003), Phillips (1995), citados por Restrepo-Sanín (2016), que la representación política de las mujeres se debe considerar como una cuestión de justicia: las mujeres son la mitad de la población mundial, deberían ocupar la mitad de las oficinas públicas, al mismo tiempo, la presencia de las mujeres en los cargos de elección

popular permite la articulación de sus intereses, de manera que estos estén realmente representados. A partir de lo anterior, se afirma que, cuando una mujer decide dedicarse a su carrera, centrar esfuerzos en un puesto de trabajo, con las expectativas de ir mejorando su posición, encuentra trabas invisibles relacionadas con las construcciones sociales de la feminidad y de la masculinidad (Género y Economía, 2019).

A pesar de que la investigación en emprendimiento se considera como relativamente nueva, se encuentran hallazgos importantes a nivel nacional en los que se describe el perfil de los emprendedores, como otros que lo abordan desde la perspectiva, no de la lucha contra la pobreza, sino de trabajar en la productividad como una solución. En esta discusión también se encontró que la disparidad que aún en estos tiempos existe entre ambos sexos es palpable cuando se refiere a los obstáculos que encuentran las mujeres en el momento de aspirar a un ascenso o a ocupar altos cargos directivos. La expresión *techo de cristal*³ se interpreta simbólicamente, que hace referencia a ese techo invisible donde las mujeres pueden mirar hacia arriba pero les es difícil cruzar, ese impedimento que no se ve porque está construido a partir de rasgos difíciles de detectar (Secretaría Distrital de la Mujer, s. f.).

La investigación científica en estas cuestiones presenta un abanico interesante de diversas formas de abordar la temática en cuestión, pero quedan aún vacíos en el trabajo que debe hacerse desde la academia, de tal manera que permea la brecha de género que aún es evidente en el mundo.

La sistematización de los avances es indiscutible en la última década lo que hace más rica la discusión. Así es como en Alemania, España, Holanda e, incluso, Austria, países donde por su nivel de desarrollo sería posible pensar que ese mencionado techo

³ Barrera presentada a las mujeres en el momento de querer crecer en su vida laboral.

de cristal ha sido rebasado hace algún tiempo, se encontraron datos en ocupación de cargos en sectores como investigación, ciencia y tecnología que no son halagadores, puesto que las mujeres apenas alcanzan un 24 % de ocupación de cargos. Según Torres-González y Pau (2011), lo anterior obedece a estereotipos que se encuentran en los libros de texto, las actitudes de género en el profesorado, las expectativas familiares, entre otros, de modo que es la carrera académica en Alemania la que responde al modelo de una persecución imposible, modelo que comparte con países como Dinamarca, Austria u Holanda, y donde en el caso alemán se ve lastrado por un proceso de habilitación en el que parece estar entrando en juego las redes informales que favorecen la promoción de los varones sobre las mujeres. Así es como en general las investigadoras germanas se enfrentan no solo a un techo de cristal que impide su promoción a los puestos superiores de la jerarquía, sino a un suelo pegajoso⁴ que dificulta el acceso a los primeros niveles de la carrera académica.

Visto desde la perspectiva de la ocupación de cargos, el panorama en ciencia, tecnología y educación no es disímil en Colombia. Para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2012), en el país, las mujeres son mayoría en la investigación relacionada con medicina y salud, pero claramente minoría —menos de un tercio— en áreas como ingeniería y tecnología, ciencias exactas y naturales, y ciencias agrícolas. Deloitte (2016) concluye que para finales de 2016 solo el 25 % de los cargos de tecnología de la información (TI) en el mundo serán ocupados por mujeres, situación que según los datos expuestos no es ajena al país.

Estas cifras no halagüeñas en países de la Unión Europea (UE) en campos como la investigación, ciencia y tecnología infieren el trabajo que está aún

por realizarse en equidad para la mujer en particular. En Colombia, por mencionar la brecha salarial en el sector TI, según un estudio de Luzardo (2017) en el que se presentan datos provenientes de una muestra de más de 3000 profesionales colombianos encuestados, se resaltan aspectos importantes tales como competencias técnicas, rangos salariales y perfiles TI que están buscando hoy en día las empresas a nivel local e internacional, muestra de que la diferencia de salario entre hombres y mujeres del sector TI en Colombia es del 15 %. Vale la pena resaltar los apoyos que en el país se gestan para las mujeres, que, aunque insuficientes, las cifras lo demuestran, han permitido un avance interesante en estos campos; sin embargo, la Fundación Bavaria, la Universidad del Rosario y el Grupo Sura confirman que el 67 % de la totalidad de los emprendimientos que fracasan cada año en el país son liderados por mujeres, frente a solo un 33 % de los negocios que mueren a la cabeza de un hombre (Dinero, 2017), situación preocupante no solo por la cifra en sí, sino por encontrarle respuesta.

Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI, 2015) asegura que el emprendimiento femenino se encuentra vigente y con mayor auge en países cuyo desarrollo económico y social es mayor.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2018), la tasa de desempleo para las mujeres en el trimestre móvil mayo-julio de 2018 fue del 12,4 %, la tasa global de participación⁵ fue del 53,6 % y la tasa de ocupación⁶ fue del 46,9 %. En el total nacional, las ramas de actividad que registraron más ocupación para las mujeres en el mismo periodo fueron comercio, hoteles y restaurantes (32,8 %) y servicios comunales, sociales y personales (32,4 %). En cuanto a la posición ocupacional que registró la mayor participación para las mujeres, fue trabajador por cuenta propia con el 41,1 %. También se establece

⁴ Al trabajo maternal, trabajo conyugal y trabajo doméstico que imponen una «adhesividad».

⁵ Relación porcentual entre la población económicamente activa y la población en edad de trabajar. Este indicador refleja la presión de la población sobre el mercado laboral.

⁶ Relación porcentual entre la población ocupada (OC) y el número de personas que integran la población en edad de trabajar (PET).

que el 46,4 % de la población femenina en edad de trabajar se encuentra económicamente inactiva, mientras que el 59,4 % de la población femenina económicamente inactiva se dedicó principalmente a oficios del hogar.

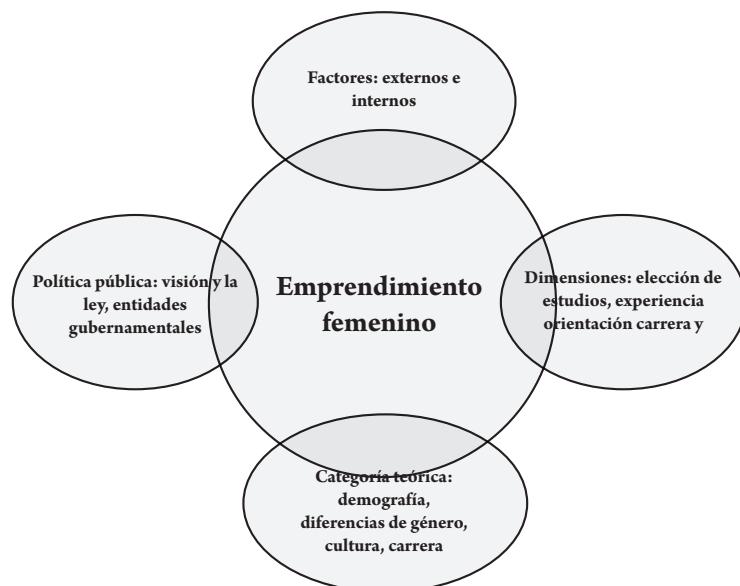
Vale la pena mostrar los avances realizados por las mujeres y el país con respecto al factor salario. Hoy día, Colombia, según el Observatorio Laboral para la Educación, el país ha logrado reducir en los últimos ocho años la brecha salarial entre hombres y mujeres recién egresados de educación superior en el país, al pasar del 15,1 % al 11,8 % durante este periodo.

Colombia muestra una favorabilidad del 61,8 % para la creación de emprendimientos femeninos, liderando este espacio a nivel latinoamericano junto con su par chileno y peruano, sobre países como México, Uruguay y Brasil. Para esta medición, se consideró el apoyo a la iniciativa empresarial de la mujer de parte de cada país, clasificación que presenta el hecho de que «Colombia ocupa el tercer lugar, ya que cuenta con programas de capacitación para pyme bien desarrollados y ofrece amplio acceso a la educación a nivel universitario a las mujeres» (Mprende, 2016).

4. Antecedentes

La información presentada direcciona el emprendimiento femenino con datos y estudios que contribuyen de manera sustancial a la comprensión y el conocimiento sobre emprendimiento en general y algunos problemas que involucran la posición de la mujer en materia laboral en particular. En la figura 1, se resaltan los principales hallazgos relacionados con el género.

Figura 1. Ejes articuladores del emprendimiento femenino



Fuente. Elaboración propia.

El emprendimiento femenino es un constructo en pleno desarrollo en cuanto a su estudio y planteamientos. La revisión documental realizada permite articular la visión de este desde cuatro ejes que lo articulan. Álvarez, Noguera y Urbano (2012) mencionan unos factores formales que tienen que ver con procesos del entorno como financiación, políticas de apoyo no económicas y formación; también enumeran unos factores que denominan informales que están vinculados al ser de la mujer emprendedora: percepción de habilidades, redes sociales y rol familiar.

Después de realizar una revisión del marco teórico, Ortiz-Riaga, Camargo-Mayorga y Duque-Orozco (2008) plantean unas dimensiones para el emprendimiento femenino que abarcan los siguientes tópicos: elección de carrera, experiencias que han tenido las personas a lo largo de su vida, orientación de carrera que hace énfasis en experiencias, adopción y socialización de roles emprendedores y progresión de carrera, es decir, qué tan lejos han llegado los emprendedores.

Castiblanco-Moreno (2013) revisa el surgimiento del emprendimiento como categoría teórica y su relación

con los emprendimientos realizados por mujeres, e identifica cuatro elementos: características sociodemográficas de las mujeres que realizan emprendimientos, hallazgo de estudios acerca de las diferencias entre emprendimientos de hombres y mujeres, entendimiento y análisis de cómo la definición cultural del género desempeña un papel primordial en la decisión de emprender y recopilación de trabajos que abordan el emprendimiento como proceso vital en la redefinición de género. Un último eje, pero no menos importante, es la política pública que no se aborda específicamente desde el género, pero que sí influye notoriamente en los apoyos del Estado frente a las mujeres y la familia, la reducción de la pobreza y equidad. Así es como Tarapuez-Chamorro, Osorio-Ceballos y Botero-Villa (2013) abordan el enfoque en la política pública, para generar una política de emprendimiento, no es condición previa contar con una ley o documento que la impulse, sino con voluntad política y visión clara de lo que se persigue por parte de los actores involucrados, y las entidades gubernamentales que lideran su diseño y ejecución, al igual que sus directivos, deben contar al menos con amplia credibilidad, experiencia y estabilidad.

5. El emprendimiento femenino

El amplio campo del emprendimiento puede ser enfocado desde diferentes matices que involucran variables tanto financieras como sociales y culturales, que afectan directamente la actividad emprendedora. Revisando la teoría y literatura existente acerca de los emprendimientos desarrollados por mujeres, su impacto, desarrollo en el tiempo, cifras y datos macro, se ha logrado encontrar grandes aportes, lo que permite abordar el problema con mayor claridad.

Terjesen, Hessels y Li (2013) investigaron acerca de emprendimiento de mujeres y afirman que se deben considerar componentes individuales, colectivos y ambientales, tales como las instituciones relacionadas con la familia y la prestación del servicio de cuidado de niños, ya que estos aspectos influyen en los niveles de emprendimiento femenino y son estimados como

importantes en la toma de decisiones de las mujeres en el momento de crear empresa. Algunos estudios abordan el emprendimiento femenino desde el ser y los rasgos de la personalidad, pero sugieren también unos factores externos. Al igual que Da Fonseca-Oliveira, Moriano, Laguía y Salazar-Soares, (2015) que afirman que para las mujeres la autoeficacia, la actitud, la norma subjetiva y tener familia empresaria tienen una influencia significativa en la intención de emprender y valores como la benevolencia influyen negativamente en el hecho de crear empresa para ellas.

Para Ortiz *et al.* (2008), la tendencia a nivel mundial muestra que las mujeres emprenden menos que los hombres, pero que esta proporción va en alza. También concluyeron que existe un interés por comprender los factores que condicionan, influyen

y determinan los emprendimientos femeninos, específicamente en lo relacionado con creación, desarrollo y mantenimiento de nuevas empresas, aunque falta un nivel mucho más profundo de la investigación en estos tópicos. Considerando este precedente, Moreira-Basurto, Quintanilla-Gavilánes y Verdesoto-Velastegui (2016) afirman que los vacíos señalados por la literatura encontrada en la revisión que llevan a cabo se relacionan con la necesidad de poder comparar diferentes culturas y regiones, y a su vez analizar la correspondencia entre masculinidad y género. Igualmente mencionan la diferencia de las tasas de emprendimiento femenino, tanto entre países como en el tiempo, lo que señala la necesidad de realizar estudios de tipo longitudinal que intenten examinar la dinámica de los factores sociales y psicológicos que intervienen en el emprendimiento.

Según Clancy (2007), las mujeres necesitan dejar de pensar respecto de lo que las detiene y dedicar más tiempo a pensar respecto del querer ser y las elecciones que hacen, aprender a ceder, a entender el empoderamiento como una elección.

Así es como Sabater-Fernández (2018) presenta como factores que inciden en el hecho mismo de emprender la conciliación de la vida familiar y laboral, y la adscripción de factores psicológicos y de personalidad basados en rasgos expresivos comunales. Concluye que la mujer elige y organiza su aventura empresarial como un proyecto de vida motivado por su vocación y sus aspiraciones, en la que predomina la realización profesional y la gestión de la vida personal proyectada, en muchas ocasiones, sobre el mantenimiento económico y la conformidad con la vida familiar. Siguiendo la huella de los estudios que involucran el comportamiento y los rasgos de la personalidad de la mujer a la hora de crear empresa, Ferreiro (2013) concluye que la mujer emprende menos que el hombre a cualquier escala geográfica. Ahora, en cuanto al nivel de formación, la mujer emprendedora está más formada que el hombre, por tanto no deja de ser una paradoja que la mujer emprende menos, pero dirige en mayor medida los centros de iniciativas empresariales de apoyo al emprendimiento en el que predomina el hombre. Así es como la mujer emprende

menos que el hombre, goza de un nivel de formación mayor y obtiene una menor rentabilidad. Peris-Ortiz, Peris-Bonet y Ribeiro-Soriano (2010) señalan que, mientras la sociedad continúa su actividad diaria, quizás los objetivos y los modelos de éxito cambien como consecuencia del desarrollo social, intelectual y profesional de la mujer.

León-Mendoza y Huari-Leasaki (2014) mencionan determinantes para que la mujer emprenda negocios: la edad, el capital social personal, el tamaño de la familia y, en sentido inverso, el nivel de educación alcanzada y el ingreso *per capita* del hogar; a mayor educación se tiene menor probabilidad de emprendimiento empresarial, lo que refleja el hecho de que una mujer con mayor nivel de educación tiene mayores oportunidades laborales. En México, en la búsqueda de analizar el papel de los roles de género en la creación de empresas, Santamaría-Velasco y Brunet-Icart (2016) mencionan que la dualidad de géneros no puede ser abolida, pues se trata de un orden dual que no pertenece al ámbito cultural sino al orden natural, lo que les lleva a tener una percepción de la empresa como un ente neutro, sin género, y a revalorizar lo «femenino» como complementario de lo «masculino».

En Argentina, Flores y Juárez (2014) mencionan que las profundas crisis del capitalismo provocan cambios en el mercado del trabajo; en este proceso de producción, están inmersos mujeres y varones en un intercambio desigual entre salario y fuerza de trabajo, donde ellas salen al mercado laboral con una carga simbólica que las discrimina y perjudica de modo que es necesaria una visión de la mujer participante, constructora de espacios compartidos socialmente, por la igualdad de oportunidades para el colectivo femenino.

En Chile, Ormeño-Coronado (2014) se centra en dar una mirada sistémica y humanista del perfil de mujeres emprendedoras, a partir de su propio relato, cuyos hallazgos difieren un poco de la teoría respecto de que la mujer chilena está motivada por valores colectivistas —dar trabajo a otros, enseñar a otras mujeres, no abandonar la familia—; no presentan fuerte inclinación al logro; eso

sí buscan ser un factor económico respecto de generar autoempleo y dar empleo para otras personas. Escobar-Andrae (2015) analiza la participación femenina como empresarias entre 1877 y 1909, interesante perspectiva desde la historia chilena, estudio en que logró evidenciar que las mujeres emprendedoras en Santiago crecieron del 3 al 14 % de la fuerza de trabajo femenina en los sectores analizados y que incrementaron su presencia en los sectores económicos estudiados, situación que establece el inicio del proceso de emancipación femenino.

En Brasil, Abramo (2004) aborda el emprendimiento femenino desde la perspectiva de la inserción laboral de la mujer considerada como una fuerza de trabajo secundaria en que se afirma que la mayor tasa de participación femenina ha sido un importante factor en la disminución de la pobreza y por tanto un aumento aún más acentuado en las tasas de participación de las mujeres más pobres, que son también las que tienen menores niveles de escolaridad, más dificultades para conciliar las responsabilidades domésticas —en especial el cuidado infantil— y menos condiciones de definir una carrera laboral. Ochman-Ikanowicz (2016) indica que los programas sociales de los gobiernos hacen imposible el empoderamiento de las mujeres, ya que, aunque promueven cierto grado de independencia económica en las mujeres, reproducen y refuerzan los estereotipos y roles tradicionales de género, de manera que, en última instancia, tienen impacto negativo en su bienestar. Saavedra-García y Camarena-Adame (2015) confirman los postulados ya mencionados, pues concluyen que en América Latina las mujeres inician un negocio por necesidad más que los hombres; generalmente ellas cuentan con un mayor nivel de estudios que estos, y la tasa de supervivencia de las empresas dirigidas tanto por hombres como por mujeres son similares, pero el tamaño de operación de los negocios es menor en las empresas lideradas por mujeres.

Buendía-Martínez y Carrasco (2013) analizan las relaciones entre empoderamiento femenino, actividad empresarial y desarrollo rural en América Latina en las que vinculan las mujeres rurales al emprendimiento femenino por su contribución a

la actividad económica, que tiene que ver con su participación en el ingreso y la riqueza, así como con la diversificación y el enriquecimiento de la actividad emprendedora y el fortalecimiento de los círculos virtuosos del capital humano y el capital social; elementos, todos ellos, positivos para el desarrollo económico, porque permiten la movilización de los recursos hacia la producción y el empleo, vía fundamental para la superación de la pobreza y el crecimiento a largo plazo.

Los planteamientos desde la investigación en Colombia sobre las mujeres y el emprendimiento sugieren varios tópicos de interés y por ende es posible hallar avances. Cárdenas-de Santamaría y Durana-Ángel (2009) presentan una caracterización del perfil de las ejecutivas colombianas en el que afirman que ellas cuentan con apoyo en la crianza de los hijos, lo que les permite contar con el tiempo necesario para ausentarse del hogar y trabajar jornadas largas como lo hacen los hombres. En este aspecto, Castiblanco-Moreno (2018) caracteriza sociodemográficamente a la población emprendedora informal y la relación entre estas características y el sexo del emprendedor; estos negocios surgen de la necesidad y de la falta de oportunidades. Las mujeres en la empresa informal, contrario a la situación de las empresarias, trabajan menos horas que sus contrapartes hombres por su actividad de cuidadoras, de modo que es la razón para tomar un empleo en el sector informal en lugar del formal; aún en los mercados de trabajo informal persisten muchas de las particularidades de la división sexual del trabajo y de la segmentación horizontal.

Pineda-Duque (2014) ofrece algunos elementos críticos a la reciente literatura sobre emprendimiento, sexo y desarrollo económico a partir de una análisis de esta industria. Uno de sus hallazgos sugiere que el emprendimiento entre sexos depende de la forma como la actividad económica es vista desde la división sexual del trabajo y cómo los grupos sociales se relacionan y alteran dicha división en la actividad, por lo que es una necesidad balancear las responsabilidades de trabajo remunerado y la familia en que la carga de trabajo de cuidado pesa desproporcionadamente sobre las mujeres y

determina los escenarios sobre los que se ejercen sus actividades de emprendimiento. Henríquez-Daza, Mosquera-Sánchez y Arias-Sandoval (2010) tocan el emprendimiento femenino desde la creación de empresas en Colombia a partir de las percepciones femenina y masculina, y cómo estas influyen en el momento de tomar la decisión de iniciar una nueva empresa. Su estudio muestra que las variables conocimiento de otros emprendedores y Percepción de oportunidades son las de mayor impacto, de modo que son los hombres los que detectan esas oportunidades más fácilmente, complementando el hecho de que el hombre teme menos al fracaso, por lo que enfrenta de manera más decidida el riesgo; la mujer conoce sus condiciones para emprender, lo hace en la mayoría de los casos por necesidad, lo que influye en la percepción sobre sí misma y sus capacidades profesionales.

Establecer cómo les va a las empresas creadas y dirigidas por las mujeres lo hacen Escandón-Barbosa y Arias-Sandoval (2011), que identifican esos elementos en la organización y la persona, establecen un modelo consistente con la literatura sobre la teoría de capacidades y recursos como la innovación, la nueva tecnología y los conocimientos de la emprendedora, moldean su capacidad competitiva y ratifican que variables como la innovación del producto y el nivel educativo de la emprendedora hacen parte de la competitividad de la empresa; impulsar una mayor formación de la mujer emprendedora contribuirá en mayor proporción a la competitividad de su empresa.

Desde el punto de vista de lo social, las mujeres por su naturaleza misma ejercen con fuerza su posibilidad de desarrollar este tipo de proyectos. Acebedo-Afanador y Velasco-Abril (2017) reconocen las características de

su crecimiento personal y de solidaridad comunitaria e identifican zonas de vacío donde la universidad pueda hacer aportes desde su misión educadora, de modo que esas características son liderazgo social caracterizado por ser resiliente —responder constructivamente a situaciones adversas—, sentido de autonomía —ejecutar una conducta con libertad y responder en consecuencia—, autoestima —abstracción valorativa que una persona tiene de sí misma—, asertividad —actitud positiva para enfrentar los retos—, flexibilidad cultural —adaptación a nuevos ambientes de manera proactiva—, sentido comunitario y de solidaridad.

El problema social toca sin duda lo rural, aspecto en el que Acosta-González, Zambrano-Vargas y Suárez-Pineda (2017) efectúan un análisis de los niveles de emprendimiento, de caracterización y de factores que influyen en las mujeres del sector rural de dos municipios del departamento de Boyacá. Concluyen que es necesario diseñar estrategias y políticas encaminadas a la formación para el emprendimiento de la mujer y su familia, que impacten las regiones y por ende lo rural, lo que disminuiría la discriminación que ellas perciben de la sociedad y del Estado. Los autores son conscientes de que un colectivo de mujeres no puede considerarse como una categoría única, sino que habrá que analizar las particularidades para segmentos diferenciados demográficamente a fin de ajustar la política pública a necesidades propias de las mujeres en sus territorios. Las condiciones abordadas permiten inferir, como lo hicieron Carnicer-Sospedra y Vidal-Conesa (2017), que, pese a que la paridad total en el emprendimiento está todavía lejos de conseguirse, y los hombres continúan siendo más propensos a la hora de emprender; la tasa de emprendimiento femenino en Colombia es ya del 18,5 %.

6. Conclusiones

Pese a que el objeto de este artículo fue realizar un aporte a la construcción del estado actual del emprendimiento femenino en el país, en la búsqueda se pudo identificar que existen pocos estudios en el género, lo que permite identificar vacíos en el conocimiento de este fenómeno, en especial considerando la falta de oportunidades, el embarazo en edades tempranas y el maltrato en todas sus modalidades que se convierten en condicionantes para que la mujer se obligue a generar sus propios negocios. La cultura machista predominante en la región y la decadencia en los valores familiares, así como la descomposición social, son situaciones que en el día a día impulsan a quienes viven estas condiciones a ser autogestoras y a valerse por sí mismas para mejorar su calidad de vida y la de sus familias. La identificación de estas variables que influyen en la parte laboral pueden surtir el efecto empuje que obliga al ser humano y en particular a las mujeres a actuar de manera determinada y dejar atrás la postura sumisa y de sexo débil que se les endilgó durante todos los tiempos, de modo que estas son una alternativa para masificar información y conocimiento en la búsqueda de una transformación cultural y de comportamiento social en la mujer.

El conocimiento de las respuestas de la sociedad frente a la condición de la mujer como promotora del desarrollo económico y social es fundamental para orientar los diseños curriculares, los procesos de aprendizaje y, en general, la orientación de recursos humanos, técnicos y financieros de los gobiernos y de las entidades públicas y privadas interesadas en realizar transformaciones en equidad, para lo que se requiere un trabajo transversal desde el sistema de educación, la inversión social para la mujer y la familia con elementos inclusivos.

La exploración documental llevada a cabo sobre los diferentes estudios realizados a nivel nacional e internacional que abordan el emprendimiento femenino adelantados y publicados por instituciones

de reconocimiento a nivel científico permitió evidenciar que, independiente de si la empresa es formal o informal o se estudia la vida laboral de las mujeres, son empleados los mismos diseños metodológicos que, en general, se basan en la investigación bibliográfica, en el análisis de casos y en la elaboración de análisis cuantitativo y cualitativo; en pocos estudios, se evidenció el uso de software estadístico, para correlacionar las variables involucradas en el proceso, lo que genera un vacío en resultados concluyentes de las investigaciones.

La mayoría de los trabajos aquí referenciados concluyen que, en general, las mujeres inician sus emprendimientos por necesidades económicas; cuanto más preparada y formada sea la mujer, disminuye su posibilidad de crear su propio negocio, pues aumentan las posibilidades de ubicarse laboralmente. Esto, acompañado con su aversión natural al riesgo, hace que la toma de decisiones sea más cauta tanto si ejerce funciones en un cargo como en el hecho mismo de formalizar un emprendimiento. Las mujeres que emprenden en su mayoría se encuentran en edad madura y tienen hijos. Aún las labores del ciudadano son consideradas en el imaginario colectivo como responsabilidad de la mujer, aunque hay cambios sutiles que permiten percibir una transformación cultural en proceso.

De la exploración bibliográfica expuesta, se percibe que la falta de apoyo y voluntad política, que es masculinizada en el país, ha dificultado no solo el diseño sino la ejecución de políticas públicas en la mujer que permita el vínculo entre educación, oportunidades y creación de empresas con posibilidades reales para ellas. Por esto, es importante anotar que, si bien muchas investigaciones referencian una muestra de población o un grupo poblacional que ha sido estudiado, muy pocas hacen alusión al tratamiento estadístico que le confiera la confianza suficiente a los datos y al análisis. Los estudios adelantados permiten inferir características y factores que inciden en el hecho de que las mujeres

emprendan, pero aún hay vacíos en apoyo, percepción de subordinados, teorías aplicadas por la mujer en toma de decisiones, techo de cristal, percepciones generales en el ejercicio de lo público de parte de mujeres, entre muchos otros temas que deben ser abordados desde la investigación. Igualmente, se plantea la posibilidad de ahondar en estudios que permitan medir, entre otros, la relación directa que puede existir entre la calidad de vida de una comunidad y el desarrollo de un territorio con la gestión económica femenina y su capacidad para generar empleos de calidad.

En cuanto al manejo de información y bases de datos en temas como generación de riqueza y desarrollo empresarial ligado al género, se encuentra información de mujeres que lideran estos procesos en el campo internacional, pero en el país falta conocimiento en ese tema en particular; se encuentran datos en lo político, artístico y cultural, pero en logros en la economía aún es complicado contar con datos confiables; la información se halla si la búsqueda se realiza para líderes masculinos.

Referencias

Abramo, L. (2004). ¿Inserción laboral de las mujeres en América Latina: una fuerza de trabajo secundaria? *Revista Estudios Feministas*, 12(2), 224-235. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2004000200013>

Acebedo-Afanador, M. J.; Velasco-Abril, M. (2017). Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos. *Revista Arbitrada del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales*, 27, 102-116. Recuperado de <https://bit.ly/2juBLZs>

Acosta-González, B.; Zambrano-Vargas, S.; Suárez-Pineda, M. (2017). *Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia*. Criterio Libre, 15(26), 215-236. DOI: <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2017v15n26.1048>

Alonso-Nuez, M. J.; Galve-Górriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, (26), 5-44. DOI: https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.200826332

Álvarez, C.; Noguera, M.; Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno del emprendimiento y emprendimiento femenino. *Economía Industrial*, 383, 43-52. Recuperado de <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/3329>

Alvarado, E.; Ortiz, J.; Morales, D. (2018). Factores que influyen en el emprendimiento de un micronegocio familiar en México. *Revista de Economía del Rosario*, 21(1) 153-180. DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/economia/a.6816>

Banco Interamericano de Desarrollo - BID. (15 de octubre de 2012). *La mujer latinoamericana y caribeña: más educada pero peor pagada*. Recuperado de <https://bit.ly/2YV1ZeE>

Buendía-Martínez, I.; Carrasco, I. (2013). Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72), 21-45. Recuperado de <https://bit.ly/2xP9lCa>

Cárdenas-de Santamaría, M. C. y Durana-Ángel, V. (2009). La particularidad de la ejecutiva colombiana. *Soluciones de Posgrado EIA*, 2(4), 19-43. Recuperado de <https://bit.ly/2XQnfyD>

Carnicer-Sospedra, D. y Vidal-Conesa, D. (2017). El emprendimiento femenino en el mundo, Iberoamérica y España. Valencia, España: Universidad Internacional de Valencia. Recuperado <https://bit.ly/2XMe2vS>

Castiblanco-Moreno, S. E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 21(2), 53-66. DOI: <https://doi.org/10.18359/rfce.656>

Castiblanco-Moreno, S. E. (2018). Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá. *Sociedad y Economía*, (34), 211-228. DOI: <http://dx.doi.org/10.25100/sye.v0i34.6479>

Ceresia, F. (2018). The role of entrepreneurship education in fostering entrepreneurial intentions and performances: A review of 30 years of research. *Equidad y Desarrollo*, (31), 47-66. DOI: <https://doi.org/10.19052/ed.4380>

CírculoTec. (2012). Recuperado de <https://bit.ly/2GedvYS>

Clancy, S. (2007). ¿Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: debido a estereotipos, a diferencias biológicas o a escogencias personales? *Academia: Revista Latinoamericana de Administración*, (38), 1-8. Recuperado de <https://bit.ly/2XQnqKj>

Consejería para la Equidad de la Mujer. (s. f.). *Aplicación de la ley de cuotas en las entidades estatales: Ley 581 de 2000*. Recuperado de <https://bit.ly/2SfnO3M>

Crissien-Castillo, J. O. (2009). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (66), 67-84. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n66.2009.473>

Da Fonseca-Oliveira, B. M., Moriano, J. A., Laguía, A. & Salazar-Soares, V. J. (2015). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de género. *Anuario de Psicología*, 45(3), 301-305. Recuperado de <https://bit.ly/2XGNRqu>

Deloitte. (2016). *Predicciones de tecnología, medios de comunicación y telecomunicaciones*. Recuperado de <https://bit.ly/2sVcyLo>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (9 de septiembre de 2018). *Mujeres en empleos formales*. Recuperado de <https://bit.ly/2JC6y4A>

Dinero. (17 de mayo de 2017). *Las 10 mujeres más poderosas de Colombia*. Recuperado de <https://bit.ly/2JI94Xb>

Escandón-Barbosa, D. y Arias-Sandoval, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. *Cuadernos de Administración*, 24(42), 165-181.

Escobar-Andrae, B. (2015). Female entrepreneurship and participation rates in 19th century Chile. *Estudios de Economía*, 42(2), 67-91.

Ferreiro, F. J. (2013). Mujer y emprendimiento: una especial referencia a los viveros de empresas en Galicia. RIPS: *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 12(3), 81-101. Recuperado de <https://bit.ly/2LmLjHq>

Flores, M. y Juárez, C. (2014). Las mujeres y el trabajo: diálogos que denuncian desigualdad de género. *La aljaba. Revista de Estudios de la Mujer*, 18, 105-124.

Género y Economía. (30 de abril de 2009). *Entre el techo de cristal y el suelo pegajoso*. Recuperado de <https://bit.ly/2B2wDVw>

Global Entrepreneurship and Development Institute. (2015). *2015 FEI Report*. Recuperado de <https://bit.ly/2nfXadz>

Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *GEM Colombia 2017*. Barranquilla, Colombia. Recuperado de <https://bit.ly/2HEF0SM>

Guevara-Ruiseñor, E. S. (2008). La masculinidad desde una perspectiva sociológica: una dimensión del orden de género. *Sociológica*, 23(66), 71-92. Recuperado de <https://bit.ly/1TY8r7Q>

Henríquez-Daza, M. C., Mosquera-Sánchez, C. E. y Arias-Sandoval, A. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Economía Gestión y Desarrollo*, (10), 61-77. Recuperado de <https://bit.ly/2LTtWNZ>

Jiménez-Barrera, Y. (2018). Emprendimiento social y cadenas globales de valor: una revisión de la literatura. *Equidad y Desarrollo*, (32), 227-246. DOI: <https://doi.org/10.19052/ed.5270>

León-Mendoza, J. y Huari-Leasaki, D. (2014). Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú. *Pensamiento Crítico*, 13, 57-70. DOI: <https://doi.org/10.15381/pc.v13i0.9000>

Ley 581 de 2000. (31 de mayo de 2000) *Por la cual se reglamenta la adecuada y efectiva participación de la mujer en los niveles decisivos de las diferentes ramas y órganos del poder público, de conformidad con los artículos 13, 40 y 43 de la Constitución Nacional y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial, núm. 44026. Congreso de Colombia.

Ley 823 de 2003. (10 de julio de 2003). *Por la cual se dictan normas sobre igualdad de oportunidades para las mujeres*. Diario Oficial, núm. 45245. Congreso de Colombia.

Ley 1475 de 2011. (14 de julio de 2011). *Por la cual se adoptan reglas de organización y funcionamiento de los partidos y movimientos políticos, de los procesos electorales y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial, núm. 48130. Congreso de Colombia.

Luzardo, A. M. (19 de abril de 2017). Esta es la brecha salarial entre hombres y mujeres en el sector TIC. *Enter.co*. Recuperado de <https://bit.ly/2YX123g>

Marulanda-Valencia, F. Á., Montoya-Restrepo, I. A. y Vélez-Restrepo, J. M. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 89-99. DOI: <https://doi.org/10.25100/cdea.v30i51.46>

Mickiewicz, T., Nyakudya, F. W., Theodorakopoulos, N. & Hart, M. (2017). Resource endowment and opportunity cost effects along the stages of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 48(4), 953-976. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9806-x>

Mintzberg, H. (2016). *Safari a la estrategia*. Buenos Aires, Argentina: Granica.

Moreira-Basurto, C. A., Quintanilla-Gavilánes, J. A. y Verdesoto-Velastegui, O. S. (2016). Influencia del género en el desarrollo del emprendimiento. *Revista Publicando*, 3(8), 295-316.

Mprende.com. (28 de abril de 2016). Obtenido de <http://mprende.co/mujeres-mprende/hablemos-de-mujeres-panorama-del-emprendimiento-femenino-en-colombia>

Ochman-Ikanowicz, M. B. (2016). Políticas sociales y empoderamiento de las mujeres: una promesa incumplida. *Estudios Políticos*, (48), 32-51. DOI: <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n48a03>

Ormeño-Coronado, B. (2014). Emprendimiento femenino: propuesta de un perfil en base al propio discurso de mujeres, desde una perspectiva cualitativa. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 7(19), 32-43. Recuperado de <https://bit.ly/2XPpIhG>

Ortiz-Riaga, C., Camargo-Mayorga, D. A. y Duque-Orozco, Y. V. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: investigación y reflexión*, 16(1), 85-104. Recuperado de <https://bit.ly/2XGL1BT>

Palomo-Vadillo, M. T. (2013). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*. (8.ª ed.). Madrid, España: ESIC.

Peris-Ortiz, M., Peris-Bonet, F. J. y Ribeiro-Soriano, D. E. (2010). *Capacidades y mujer emprendedora. Mujeres y Economía*, (852), 153-165. Recuperado de <https://bit.ly/2ShWotQ>

Pineda-Duque, J. A. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y Economía*, (26), 239-269. Recuperado de <https://bit.ly/2JzOf1u>

Portafolio. (30 de noviembre 2017). *Emprendimiento femenino en Colombia creció 25 % en el último año*. Recuperado de <https://bit.ly/2KxpW3>

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. (23.ª ed.). Madrid, España: Espasa.

Restrepo-Sanín, J. (2016). *Mujeres y participación política en Colombia: el fenómeno de la violencia contra las mujeres en política*. Bogotá, Colombia: Netherlands Institute for Multi-party Democracy. Recuperado de <https://bit.ly/2xNaRoj>

Rincón-Barrero, R. (3 de junio de 2013). *¿En qué van los derechos laborales y políticos de las colombianas?* Recuperado de <https://bit.ly/2LvnB4u>

Saavedra-García, M. L. y Camarena-Adame, M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129-152. DOI: <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.129>

Sabater-Fernández, C. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 3(2), 55-78. DOI: <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>

Santamaría-Velasco, C. A. y Brunet-Icart, I. (2016). Emprendedoras en el Occidente mexicano: la permeabilidad de los roles de género. *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*, 72, 129-152.

Schumpeter, J. A. (1950). *Capitalism, socialism, and democracy*. Nueva York, EE. UU.: Harper & Brothers.

Secretaría Distrital de la Mujer. (s. f.). *El techo de cristal*. Recuperado de <http://www.sdmujer.gov.co/inicio/992-el-techo-de-cristal>

Tarapuez-Chamorro, E., Osorio-Ceballos, H. y Botero-Villa, J. J. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 274-283. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.estger.2013.09.001>

Terjesen, S., Hessels, J. & Li, D. (2016). Comparative international entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Management*, 42(1), 299-344. DOI: <https://doi.org/10.1177/0149206313486259>

Torres-González, O. M. y Pau, B. (2011). «Techo de cristal» y «suelo pegajoso». la situación de la mujer en los sistemas alemán y español de ciencia y tecnología. *Revista Iberoramericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 6(18), 35-59. Recuperado de <https://bit.ly/2YVXmP0>

Valencia-Agudelo, G. D. (2012). Autoempleo y emprendimiento: una hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado. *Semestre Económico*, 15(32), 103-128. DOI: <https://doi.org/10.22395/seec.v15n32a4>