

1-1-2018

Emprendimiento en perspectiva femenina: limitaciones y claves del éxito de las mujeres en los procesos de construcción de empresa en Colombia

Gina Paola Mejía Carvajal
Universidad de La Salle, Bogotá

Nidya Yomara Vargas Macías
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Mejía Carvajal, G. P., & Vargas Macías, N. Y. (2018). Emprendimiento en perspectiva femenina: limitaciones y claves del éxito de las mujeres en los procesos de construcción de empresa en Colombia. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1535

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Emprendimiento en perspectiva femenina: limitaciones y claves del éxito de las mujeres en los procesos de construcción de empresa en Colombia

Gina Paola Mejía Carvajal¹

Nidya Yomara Vargas Macías²

RESUMEN

El artículo de reflexión se enmarca dentro de una investigación documental que tiene como objetivo general, identificar claves y orientaciones para el desarrollo de procesos de construcción de empresa exitosos, por parte de mujeres, (Gough, 2007/08) perspectiva femenina. Lo anterior se fundamenta en que si bien, hoy, las colombianas son referentes para América Latina y España en una tendencia de creciente empoderamiento económico y sociopolítico de las mujeres, la función social de la mujer, desde la perspectiva patriarcal, que ha sido históricamente limitada a su capacidad reproductora y a crianza de los hijos, implica reconocer elementos culturales y sociales que limitan el empoderamiento socioeconómico en los procesos de emprendimiento de las mujeres.

Sin embargo, en contraste a las mujeres se les señalan particularidades que promueven y aportan a la generación de emprendimientos, que se relacionan además con su desarrollo integral y empoderamiento, material fundamental para avanzar a propuestas de acción que permitan emprender en contextos de dificultades.

PALABRAS CLAVE: mujer, emprendimiento, genero, limitaciones, empoderamiento.

¹ Gina Paola Mejía Carvajal optante por el título de Administradora de Empresas de Universidad de La Salle.

² Nidya Yomara Vargas Macías optante por el título de Administradora de Empresas de Universidad de La Salle.

Entrepreneurship in a feminine perspective: limitations and keys to the success of women in the construction processes of companies in Colombia

ABSTRACT

The article of reflection is part of a documentary research whose general objective is to identify keys and guidelines for the development of successful company building processes by women (Gough, 2007/08), women's perspective. This is based on the fact that, although today, Colombians are referents for Latin America and Spain in a trend of increasing economic and sociopolitical empowerment of women, the social function of women, from a patriarchal perspective, which has been historically limited Its reproductive capacity and the upbringing of children, implies recognizing cultural and social elements that limit socioeconomic empowerment in women's entrepreneurship processes.

However, in contrast to women, particularities are pointed out that promote and contribute to the generation of enterprises, which are also related to their integral development and empowerment, fundamental material to advance to proposals for action that allow them to undertake in contexts of difficulties.

Keywords: woman, entrepreneurship, gender, limitations, empowerment.

Introducción

El presente artículo de reflexión se enmarca dentro de una investigación documental de tipo monográfica, que tiene como objetivo general, identificar claves y orientaciones para el desarrollo de procesos de construcción de empresa exitosos, por parte de mujeres, desde una perspectiva femenina. Esta propuesta se inscribe en la línea de investigación *Gestión, Entorno y Competitividad de las Organizaciones*, sublínea de investigación *Empresas de familia (género, relaciones de poder)*.

Los objetivos específicos son:

Reconocer elementos culturales y sociales que posibilitan o limitan el empoderamiento socioeconómico en los procesos de emprendimiento de las mujeres. Identificando elementos administrativos y técnicos que han posibilitado el éxito en procesos de emprendimiento femenino. Para establecer claves y recomendaciones exploratorias, con el fin de orientar procesos de emprendimiento por parte de mujeres, en perspectiva femenina.

A continuación se presenta un documento descriptivo construido a partir de fuentes secundarias, el cual está dividido en cuatro partes, en la primer parte se expone la problemática del artículo, en la segunda parte se enuncian los elementos metodológicos generales, en la tercera se exponen los hallazgos encontrados a partir de una lectura hermenéutica de diversos artículos de opinión y libros que trabajan la relación género y emprendimiento empresarial de manera directa, y a manera de cierre, se presentan algunas conclusiones, en la primera parte de carácter explicativo, y en la segunda de carácter propositivo, es decir, hacer una propuesta efectiva no solo pensando en el presente sino también en el futuro.

Problemática del artículo

Históricamente la relación género – emprendimiento ha estado mediada por diversos hechos sociales asociados a las relaciones de poder y jerarquización social, pues en un mundo capitalista, ostentar medios de producción o desarrollar ejercicios autónomos de generación de capital a partir de la propia

fuerza de trabajo, supone garantizar libertad de acción, autonomía, y especialmente en el caso de las mujeres, limitar la dependencia social-patriarcal en razón al género o la clase. Para dicho empoderamiento social y económico es fundamental que las mujeres desarrollen emprendimientos a partir de una mirada femenina de la misma, que les posibilite desarrollar su propuesta empresarial, en un contexto complicado para ello ¿qué supone esto?

Cuando se habla de emprendimiento y género, “la actividad emprendedora de las mujeres se considera un campo de estudio reciente, amplio y en crecimiento, que ha despertado el interés por su estudio tanto de instituciones públicas como privadas y la comunidad científica” (Valencia, s/f) en tanto se ha corroborado, que muchas de las dinámicas de violencia de género pueden ser reducidas a partir de este tipo de propuestas, además de ello, lo que implica para el desarrollo social ha sido también hartamente reconocido. Esta disciplina está siendo estudiada desde diversos enfoques como la sociología, estudios de género, políticas públicas y empresariales, entre otros (Valencia, s/f, p. 17).

Hoy, las colombianas son referentes para América Latina y España en una tendencia de creciente empoderamiento económico y sociopolítico de las mujeres. En dicho contexto, en términos macroeconómicos:

Según el estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). A medida que más mujeres de la región se han convertido en la fuerza activa de trabajo en las últimas dos décadas, las economías se han expandido. Las mujeres ya lideran el 23% de las pequeñas empresas de la región, pero sólo el 9% de las grandes. (Díaz, 2014).

De lo anterior cabe resaltar que los procesos de emprendimiento de mujeres generalmente se asocian a pequeñas empresas y a contextos de países económicamente emergentes. La Revista Dinero (Dinero, 2017), recalca que “a medida que aumenta el desarrollo económico y el nivel educativo, la participación empresarial entre las mujeres disminuye”. Frente a ello caben preguntas sociológicas y económicas, pues es difícil explicar este movimiento en la balanza en la relación género – emprendimiento, en

razón de la dinámica socioeconómica de un país.

De base, tenemos una sociedad altamente jerarquizada en razón del género, de la generación y de la clase. Las relaciones de género han tenido diversas formas de ser concebidas, reconocidas y movilizadas. Un rasgo histórico de dichas relaciones, es la aspiración de un género, especialmente el masculino, de establecer relaciones de poder desigual o de negación de otras concepciones e identidades de género distintas a la masculina dominante en cada tiempo y contexto, siendo las mujeres sujeto de dichas formas de relación desigual.

Estas formas de establecer las relaciones de género hombre – mujer, han tenido una tendencia histórica de dependencia y discriminación justificadas en presuntas “incapacidades” mentales, “espirituales” o materiales de las mujeres, o en juicios morales, fundamentalmente sobre su sexualidad y capacidad física y cognitiva. Ideas que relegaron a la mujer

a un lugar de dominación, dispuesto en el llamado “ámbito de lo privado”³.

Así pues, la dominación patriarcal en las relaciones sociales, ha supuesto con ello, un contexto económico complicado para el emprendimiento de las mujeres, pues los roles que juegan hombre-mujer en la vida social en los ámbitos de lo público y lo privado, ha supuesto que la vida laboral y profesional está en el ámbito de lo público, que es el histórico ámbito de lo masculino; y la vida familiar y marital está en el ámbito de lo privado, histórico ámbito de la mujer.

Pues “la función social de la mujer, desde la perspectiva patriarcal, queda limitada a su capacidad reproductora y a crianza de los hijos, es decir, a la reproducción adecuada de la especie humana” (Arias, 2014, p. 18), y con ello, existe la presunción de que hay una mayor dificultad por aspectos sociales, culturales y políticos para la incursión de la mujer en el ámbito de lo público. Los procesos de emprendimiento para las mujeres implican

Notas

³ Son múltiples las alusiones populares con las que se ha legitimado y se indica esta exclusión de las mujeres del ámbito de lo público: “En la calle están las malas y las buenas en sus casas”; “La mujer en

el hogar, sin salir ni a trabajar”; “La rosa en el rosal, la uva en el lagar, y la mujer, con escoba y delantal”; “La mujer y el sartén, en la cocina se estén”, son algunos ejemplos.

dificultades que debe sortear para lograr el éxito económico, situaciones muchas veces distintas a las de los hombres, pese a ello, el siglo XX y XXI se ha consolidado como los periodos de la historia en los que la mujer ha hecho su mayor incursión al llamado espacio público (Federación Andaluza de Mujeres Empresarias), hoy tanto en América Latina, como en Norte América, la mujer ocupa un importante porcentaje de puestos profesionales y de Dirección (Romo, Suárez y Llamas, 2007, p. 371).

Frente al caso particular de Colombia, cuando de emprendimiento femenino se habla, Berdugo y Gámez (2015) precisan que “entre las razones por las cuales las mujeres se convierten en empresarias *la más importante es la necesidad*, pues con frecuencia encuentran obstáculos para conseguir un trabajo y requieren complementar el ingreso del hogar”.

Es de resaltar que “la mayoría son madres solteras y cabeza de familia”, (Díaz, 2014). La Revista Dinero (Dinero, 2017) advierte que, en promedio, “las mujeres exhiben una probabilidad de 20% o más de citar la necesidad como un motivo para iniciar un nuevo negocio en

comparación con los hombres, especialmente en las economías menos desarrolladas”. Esta necesidad supone uno de los mayores obstáculos, pero al mismo tiempo una de las llaves del éxito en dos claves: empoderamiento económico y empoderamiento social:

Empoderamiento económico:

Porque la mayor parte de las mujeres pobres responsables de generar un ingreso han tenido pocas oportunidades de formación. A menudo han tenido una doble o triple carga de trabajo obligadas a combinar actividades económicas con las labores domésticas y el cuidado de personas dependientes. Necesitan formarse en administración y negociación para transformar sus actividades de supervivencia en empresas más productivas y rentables (Organización Internacional del Trabajo, 2011).

Empoderamiento social:

Porque en muchos países las mujeres tienen un estatus más bajo que los

hombres, un círculo social más reducido, enfrentan limitaciones de movilidad y tienen más dificultad para acceder a redes de contactos. Las mujeres necesitan creer en ellas mismas, y confiar en su propio criterio y en sus fortalezas (Organización Internacional del Trabajo, 2011).

Ahora bien, se reconoce que las emprendedoras colombianas “cumplen con todas las cualidades de las mujeres exitosas que se identifican como centrales en la construcción de una perspectiva femenina del emprendimiento: tienen pasión, compromiso, perseverancia, proactividad, optimismo y autoestima” (Díaz, 2014). En contraste, en muchas ocasiones, la formación empresarial convencional no aborda las limitaciones específicas de género que tienen las mujeres empresarias porque se dirige principalmente a aspectos sobre cómo establecer, administrar o hacer crecer una empresa. Esto es una desventaja para las mujeres ya que esos servicios tienden a desarrollarse con una “perspectiva masculina” que refuerza las imágenes estereotipadas de los hombres y mujeres

empresarios. (Organización Internacional del Trabajo, 2011)

En comparación, Berdugo y Gámez (2015), referencian que “los aspectos negativos también pueden motivar a las mujeres: las limitaciones para su desarrollo profesional, la necesidad de autorrealización, tratar de *mantener el equilibrio laboral y familiar* y *superar aspectos desmotivadores como el salario* y la falta de desafíos profesionales.

Asimismo, es importante resaltar que la dinámica económica ha permitido generar cambios que favorecen el emprendimiento femenino, aunque esto implique un reto de alta envergadura:

(...) En las últimas décadas, han existido cambios importantes en la condición laboral de la mujer de América Latina y el Caribe, sin embargo, siguen persistiendo retos y desafíos a nivel regional ya que su participación dentro de las actividades productivas todavía es muy escasa (Heller, 2010, p. 8).

Así pues, cabe preguntarse ¿Cuáles son las limitaciones y claves para el desarrollo de procesos de construcción de empresa

exitosos, por parte de mujeres, desde una perspectiva femenina?

Metodología

Se realizó una investigación documental, trabajándose exclusivamente fuentes secundarias encaminadas a entender las dimensiones conceptuales: género, mujer y emprendimiento. Si bien, el artículo es descriptivo y explicativo, de tipo cualitativo con un enfoque multidimensional (político, social, cultural y administrativo), se enmarca en una narración descriptiva, seguido de un ejercicio de conexión de hallazgos relevantes, que condujeron a la elaboración de recomendaciones a manera de *claves*.

El acceso a la información se realizó mediante la revisión documental de distintas fuentes secundarias de información, así mismo, las conclusiones se realizaron a partir del análisis de diferentes puntos de vista y el contraste de fuentes de distintos emisores (académicos, organizaciones no gubernamentales, periódicos, revistas, organismos

regionales intergubernamentales, trabajos de grado y organizaciones, entre otros).

En el ejercicio de interconexión de las fuentes secundarias se señalan tanto aspectos de tipo sociológico que permiten entender las relaciones de género según las relaciones económicas, como aspectos de tipo económico y administrativo, que permiten entender las claves de éxito de los emprendimientos femeninos.

Las fuentes secundarias utilizadas fueron textos sobre género, emprendimiento, y experiencias de formación de empresa por parte de mujeres; informes oficiales y de organizaciones sociales sobre género y emprendimiento; trabajos de grado a fines; notas de prensa y artículos informativos sobre género y emprendimiento.

Los resultados de mayor importancia se encuentran detallados en las conclusiones.

Hallazgos / Análisis de resultados

Según Navarro (2014), un emprendedor es:

... la persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su

propia empresa, solo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos financieros que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa. (Moriano, Trejo y Palací, 2001, pp. 229-242).

Ahora bien, se consideran empresarias, por una parte, aquellas mujeres que son propietarias, copropietarias, socias o accionistas de una empresa, y por otra, aquellas que desempeñan cargos directivos o de gerencia, con responsabilidad y mando en el ámbito profesional (Romo *et al.*, 2007, p. 373).

Sin embargo, empresaria y emprendedora son dos cosas distintas, pues el emprendimiento implica la incertidumbre propia de un esfuerzo particular, situación diferenciada para hombres y mujeres, como se señaló, para la mujer, múltiples fuentes señalan que existen limitaciones y particularidades de los ejercicios de emprendimiento femenino, los cuales están ampliamente relacionados con aspectos de tipo psicosocial, familiar, comunitario y macrosocial.

Dichos elementos son de tipo estructural, condicionados por las dimensiones social, económica y política, lo que implica reconocer elementos culturales y sociales que limitan el empoderamiento socioeconómico en los procesos de emprendimiento de las mujeres, con el objetivo de avanzar a propuestas de acción que permitan emprender en dicho contexto de dificultades, a partir del reconocimiento de las capacidades y opciones de las mujeres, abordando además los obstáculos concretos a los que se enfrentan la mayoría. (Gough, 2007/08, p. 178).

Esto devela una matriz de relaciones de poder y jerarquización social, en el que la mujer ha tenido un lugar históricamente subalternizado y subordinado, impidiéndole generar capacidades sociales y educativas fundamentales para los procesos de emprendimiento.

Ello se traduce en la realidad socioeconómica en que:

Las desigualdades de género son relaciones de poder entre mujeres y hombres que ubican a éstas como grupo subordinado en la división de

recursos y responsabilidades, atributos y capacidades, decisiones y privilegios; y se expresan en todas las dimensiones de la vida humana, entre ellas la económica (de Montis *et al.*, 2011, p. 8).

Es claro que las mujeres siempre han contribuido y participado en las relaciones económicas:

Ellas han sido responsables prioritarias y/o últimas del bienestar familiar, lo que ha implicado que siempre hayan desempeñado papeles económicos cruciales, tanto en términos de realización de una gran cantidad de trabajos no remunerados para garantizar el bienestar cotidiano (en lo doméstico, comunitario y en el conjunto de actividades a menudo calificadas como “de subsistencia”), así como de trabajos remunerados (sobre todo en la economía informal, con el emprendimiento de variados pequeños negocios) para garantizar el acceso a ingresos indispensables (de Montis *et al.*, 2011, p. 8).

Diversas fuentes concuerdan en que a partir de los diversos roles que ha tenido la

mujer, han ido adquiriendo y sumando valiosos saberes, experiencias y aportes no siempre valorados ni visibilizados en los procesos de desarrollo económico o en el diseño de la política económica, subvalorando la dimensión cotidiana y lo microeconómico, en últimas, relaciones básicas de todo sistema económico, como dice Berdugo (2017): “si una mujer es capaz de manejar un presupuesto doméstico, es capaz de manejar un banco”.

Por otro lado, es claro que:

No existe una gran separación entre el mundo de lo privado y el mundo de lo público, ni en cuanto a sus actividades, ni en cuanto a sus procesos de transformación de elementos materiales, ni de planeación estratégica, ni de manejo y aprovechamiento de los recursos (Berdugo, 2017, p. 11).

Reconocer lo anterior implica que “la contribución femenina al emprendimiento constituye un factor que impulsa la igualdad efectiva de géneros y hace a las ciudadanas y ciudadanos de un país corresponsables de su desarrollo” (López, 2013, p. 7). Pues en definitiva “en la

historia colombiana, la mujer ha tenido un papel muy importante en la construcción de la nación y de la sociedad” (Segura y Pintor, 2011, p. 2).

Ahora bien, respecto a la labor de emprendimiento, “cómo gestionamos nuestro negocio, tomando en cuenta en qué medida el entorno que nos acompaña o desacompaña —marco familiar, profesional, sectorial, social y económico en el que nos movemos— nos influye personal, profesional y empresarialmente (Facundo, 2011, p. 14) y de manera dialéctica, condiciona una forma particular del ejercicio de emprendimiento.

En este sentido, se señala que algunas de las características de las mujeres empresarias son: el desarrollo de un estilo femenino, participativo y el otorgamiento de un gran valor a la comunicación interpersonal (Romo *et al.*, 2007, p. 375), elementos que condicionan tanto el éxito o no. De la labor de emprendimiento, así como su respuesta a las crisis.

Pese a ello, existen una serie de limitaciones sociales, políticas y culturales, que impiden o dificultan a la mujer el desarrollo de procesos de

emprendimiento y crecimiento empresarial sostenible y exponencial. La mujer empresaria, entonces, hace parte del empresariado, pero su posición en el campo ha sido el resultado de un conjunto de luchas por el reconocimiento, el acceso al capital económico y la introducción como agente nuevo, en un campo tradicionalmente masculino (Ortiz, Morales y León, 2014, p. 170).

Por ejemplo, se evidencia 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 y Camarena, 2015, p. 137).

Así pues, se observa que “las capacidades para la innovación están

especialmente relacionadas con la trayectoria de las empresarias” (Ortiz *et al.*, 2014), o lo que se conoce como “curso vital”, que implica las relaciones sistémicas que surgen de las dimensiones o ámbitos individual, psicosocial, familiar, social comunitario, macrosocial e institucional.

Esta situación permite señalar una serie de limitaciones en el campo empresarial, para el emprendimiento femenino, varios ámbitos se señalan a manera de tipos ideales, algunos a partir del reconocimiento de factores internos, otros de factores externos (Ortiz *et al.*, 2014):

Ámbito individual y psicosocial:

A menudo, las mujeres no son conscientes de su imagen desigual en el mundo empresarial, al no reconocer sus limitaciones en su entorno, sus capacidades particulares y los caminos de gestión social y financiera para crecer con sus emprendimientos. Berdugo y Gàmez (2015) señalan

“que las mujeres han estado no solo históricamente en situación desigual en relación con el acceso a los recursos

materiales como el crédito, la propiedad y el dinero, sino que también han sido excluidas de recursos sociales como la educación, el desarrollo científico y tecnológico y el contacto en profundidad con el ámbito público y, en especial, con el empresarial” (Berdugo y Gàmez, 2015, p.7).

Lo anterior tiene que ver con la histórica relegación de la mujer al llamado ámbito de lo privado, y los prejuicios sociales respecto a las supuestas limitaciones físicas y cognitiva de la mujer, situaciones que han reforzado en algunas mujeres, la idea de inferioridad, lo que limita su capacidad de agencia social y económica (Dirección General Adjunta de Estudios, Legislación y Políticas Públicas, 2009).

Aunque experiencias recientes de emprendimiento muestran que el ámbito de lo público reconoce en la actualidad las condiciones de la mujer abriendo posibilidades para generar empresa, por ejemplo:

El pasado 5 de marzo, Jessica Hernández, una humilde emprendedora colombiana, se convirtió en la voz de cientos de

mujeres latinoamericanas de iguales condiciones en la sede de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en Nueva York, donde tuvo la oportunidad de contarle y demostrarle al mundo que cuando hay sueños, propósitos, voluntad y apoyo se puede salir adelante (García, 2018).

Este caso permite señalar el cambio que se presenta hoy en día en la mentalidad de la mujer al ser reconocida y recibir apoyo por apostar a su emprendimiento.

Ámbito familiar:

Por su histórico rol de género, las mujeres son las principales administradoras del hogar, dinámica que, si bien ha variado en las últimas décadas con la incursión de la mujer en el mundo laboral y la revolución sexual, por lo general la mujer desempeña un trabajo doble, en su escenario laboral, y en su casa. Por lo que se les define como asalariadas secundarias enfrentando un triple desafío: para enlazar su empleo con las labores domésticas, y la crianza de los hijos (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, 2010, p. 9).

Así pues, el equilibrio que la mujer busca entre el trabajo y la atención a sus responsabilidades con la familia impide el crecimiento de la empresa; esto es lo que según Equal (como se citó en Saavedra y Camarena, 2015), denomina Techo de cemento:

Pues es la propia mujer quien pone las limitaciones a su desarrollo por motivos personales. A este respecto, estudios recientes han demostrado una correlación negativa entre el cuidado infantil y el trabajo del hogar y tamaño de la empresa propiedad de mujeres y su desempeño (Equal, 2010 citado en Saavedra y Camarena, 2015, p. 143).

Así que “las mujeres dedican menos tiempo a sus empresas que los hombres, así como el establecimiento de niveles máximos de dimensión en su empresa limitando de este modo el crecimiento, debido al equilibrio de roles profesionales y personales”. (Saavedra y Camarena, 2015, p. 139).

Ámbito social comunitario:

Dada la exclusión de la mujer del ámbito de lo público, es común que los círculos sociales de estas sean reducidos, lo que limita las posibilidades de proyección profesional y laboral, y el acceso a recursos para el desarrollo y fortalecimiento empresarial. Berdugo y Gámez (2015), indican que “las mujeres empresarias tienen que enfrentarse hoy a distintos obstáculos y barreras institucionales y sociales motivadas por razones de género, en un ámbito en el que predominan conceptos, ideales, valores y conductas machistas” (p. 8).

Debido a la falta de oportunidades que ofrece el sector privado esto conlleva a que las mujeres decidan emprender su proyecto personal aun cuando sacrifiquen sus derechos laborales, pensión, entre otros beneficios. “Por el contrario, la incursión en el ámbito empresarial otorga a la mujer mayor libertad para atender sus labores domésticas y de crianza y constituye una oportunidad, que no suele darse en el sector privado formal, para crecer y ascender” (Berdugo y Gámez, 2015, p. 17).

Retomando la historia de la emprendedora colombiana Jessica

Hernández “Nunca imaginé que mi labor fuera a tener esa repercusión, pero el objetivo siempre ha sido sensibilizar. Doy gracias a Dios, a Bancamía y a la Fundación porque así pasó” (García, 2018). Indica un rompimiento de paradigmas sobre las mujeres tomando acciones para dar un giro positivo en sus vidas. Creando expectativas y sueños que requieren fortalecer aspectos profesionales a través del tiempo, más aún, “Su reto, ahora que está de nuevo con sus hijos y al frente de sus negocios, es estudiar confección industrial, en cinco años tener su título y luego aprender algo de finanzas para seguir creciendo y aportando” García, (2018).

Este rompimiento de paradigmas en el ámbito comunitario y social, señala un giro en la visión del empresariado femenino a seguir con disciplina y perseverancia su vocación de servicio y retribución a su comunidad.

Ámbito macrosocial:

Las mujeres empresarias enfrentan patrones de discriminación y segregación similares a los existentes en otros ámbitos, además de que tienen la característica de

estar concentradas en microempresas y en los sectores de baja productividad y rentabilidad (Dirección General Adjunta de Estudios, Legislación y Políticas Públicas, 2009, p. 12).

A ello se suma que en el nivel educativo de las mujeres empresarias, es señalado por diversas fuentes, en general es más bajo que el de los hombres, y así es particularmente en lo relacionado con formación empresarial. Si se suma que las mujeres tienen mucho menos experiencia empresarial en proporción a los hombres emprendedores, se develan las circunstancias exógenas que limitan su avance; al respecto Díaz y Jiménez (como se citó en Saavedra y Camarena, 2015) señalan que se debe generalmente a que las empresarias crean su empresa cuando son más jóvenes y adquieren experiencia en su propia empresa y no como empleadas asalariadas. “Esto las pone en desventaja, pues de acuerdo con la OCDE (2012) la experiencia es crítica para el éxito de cualquier negocio”. (Díaz y Jiménez, 2010, citado en Saavedra y Camarena, 2015, p. 137).

Las mujeres empresarias enfrentan estereotipos negativos sobre su capacidad

para establecer y desarrollar una empresa. Una de las consecuencias, entre otras, es que “la toma de decisiones individual de los empleados bancarios permite que se realicen juicios acerca de la persona que solicita el préstamo que reflejan la percepción estereotipada de su género (no ven a la mujer como una empresaria exitosa)”. (Saavedra y Camarena, 2015, p. 142).

En este contexto, las empresas de propiedad femenina registran, en promedio, menores beneficios y baja productividad del trabajo que las que pertenecen a hombres (GTZ – BM - BID, 2010). Las disparidades en su mayoría se explican por diferencias en el tamaño y la intensidad de capital; (Saavedra y Camarena, 2015, p. 137).

Vale anotar que existe una relación directa entre la desigualdad de género y la propiedad de los bienes productivos, es decir, la tierra y el capital, y el impacto negativo sobre la capacidad de la mujer de aprovechar las oportunidades que trae consigo el desarrollo económico (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial, 2010, p. 10)

Los roles de género clásicos continúan asignándole de manera desigual las responsabilidades familiares y domésticas a la mujer. (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial, 2010, p. 11).

Esta disparidad género hombre/mujer reafirma la resistencia del hombre para asumir nuevos roles en el ámbito de lo privado:

Mientras la mujer ha asumido una carga laboral externa, adoptando algunos de los valores masculinos, el hombre no ha retomado con la misma intensidad los trabajos domésticos tales como el cuidado de los hijos, arreglo de la casa, preparar alimentos, cuidado de la ropa, etc. Aunque se insinúa un compartir de estas actividades con sus compañeras. (Segura y Pintor, 2011, p. 6).

Ámbito institucional:

Las mujeres empresarias ofrecen un enorme potencial de crecimiento y desarrollo económico pero dicho potencial

requiere del entorno institucional adecuado para que pueda alcanzarse (Secretaría Permanente del SELA, 2010, p. 50).

Dado su lugar en el ámbito de lo privado, por lo general las mujeres enfrentan limitaciones de movilidad, que les dificulta mejorar su gestión empresarial y fortalecer/construir redes de contactos y comercialización.

Al respecto, las organizaciones no gubernamentales y los gobiernos, por lo general tratan los proyectos de pequeñas empresas para mujeres de forma asistencial, impidiendo que se desarrollen procesos de crecimiento empresarial. (Organización Internacional del Trabajo, 2011, p. 3), pues los recursos que tienen para sus labores, por lo general son muy reducidos.

Pues las mujeres empresarias enfrentan dificultades estructurales para acceder a crédito y capital limitado⁴, lo que impide que sus empresas crezcan al tiempo que carecen de acceso a educación financiera.

⁴ “Las emprendedoras tienden a crear sus empresas en el sector informal, sin posibilidad de acceso a créditos, temiendo inspecciones y, en general, este

tipo de emprendimientos tendrán dificultades para crecer” (Saavedra y Camarena, 2015, p. 37)

Al respecto, vale mencionar que las propiedades de las mujeres son de menor valor y tamaño que aquellos que pertenecen a los hombres. Así mismo, deben ofrecer muchísimas más garantías que los hombres para acceder al crédito. (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial, 2010, p. 11)

A ello se suma el tipo de acompañamiento institucional que se brinda a las mujeres, por ejemplo, cuando existe formación y enseñanza en el mercado, normalmente se concentra en los roles tradicionales se relega a la mujer de los sectores más productivos y de mayor crecimiento. (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial, 2010, p. 11).

En general, los estudios sobre emprendimiento ponen énfasis en la figura del varón como emprendedor, sus capacidades para asumir riesgos, tolerar la ambigüedad y turbulencia de los mercados, sus habilidades, motivaciones, características y formas de gerenciar

(Saavedra y Camarena, 2015, p. 133), por lo cual, la formación empresarial convencional no aborda las limitaciones específicas de género que tienen las mujeres empresarias porque se dirige principalmente a aspectos sobre cómo establecer, administrar o hacer crecer una empresa⁵.

De lo anterior, sumado a lo evidenciado en algunas de las fuentes consultadas, es fundamental reconocer lo siguiente:

Es común que se señalen valores y capacidades, femeninas que son fundamentales para los procesos de emprendimiento, entendiendo las capacidades humanas como los conceptualiza M. Nussbaum: “lo que las personas son realmente capaces de hacer y de ser” (Gough, 2007/08, p. 178) entre los más señalados son pasión, compromiso, perseverancia, proactividad, optimismo, autoestima, responsabilidad y honestidad (Segura y Pintor, 2011, p. 3).

⁵ “Las empresarias reportan no contar con información suficiente sobre los procedimientos de registro de empresas y el cumplimiento de otras reglas. Los análisis realizados en el marco de este informe también revelan que las mujeres se sienten

más vulnerables frente a funcionarios corruptos” (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial, 2010, p. 11)

En esta misma lógica, se destaca que las empresarias hacen un importante énfasis en la intuición más que el análisis metódico el cual permite detectar oportunidades que no son visibles a primera vista (Romo y Llamas, 2007, p. 375).

Se reconoce que las mujeres por su cotidianidad y responsabilidades con las labores domésticas asignadas, por la división sexual del trabajo, tienen un conocimiento detallado de la dinámica de los precios, los productos que más se demandan y las variaciones según las temporadas. Esto les permite tener información clave para el manejo de productos (de Montis *et al.*, 2011, p. 101).

El motor detrás de la empresa de mujeres, como regla general, está en la necesidad económica más que en la identificación de una oportunidad o en un deseo de desarrollar una idea innovadora⁶.

Se reconoce que las mujeres son oportunas, muchas empresarias empiezan por encontrar una necesidad y rápidamente satisfacerla (Romo *et al.*, 2007, p. 375).

⁶ Se inician en la informalidad y así se mantienen y se concentran en sectores de servicios de bajo valor agregado (cuidado del hogar, confección, cosmético, cocina, etc.). Las mujeres inician sus

En general, a las mujeres se señalan particularidades que promueven y aportan a la generación de emprendimientos, que se relacionan además con su desarrollo integral y empoderamiento, para dicho empoderamiento social y económico es fundamental que las mujeres desarrollen emprendimientos a partir de una mirada femenina de la misma, reconociendo que si bien la reducción colonial de la esfera pública en la vida urbana ha traído consigo el encubrimiento y encumbramiento de diversas formas de exclusión y violencia de género, generación, clase y etnia, que deben ser desancladas de nuestra cultura, el empoderamiento significa, “tomar conciencia de las distintas relaciones de poder que discriminan y oprimen a las mujeres en los distintos ámbitos de su vida, y enfrentarlas tomando decisiones y actuando para transformarlas partiendo del reconocimiento de sus derechos como humanas” (de Montis *et al.*, 2011, p. 11).

El empoderamiento para las mujeres se concibe entonces como un proceso de adquisición de más poder (poder desde,

empresas como una forma de conciliar trabajo y familia y toman sus decisiones a partir de criterios diferentes (Secretaría Permanente del SELA, 2010, pág. 3).

poder entre, poder para); de toma de decisiones y acción para controlar sus vidas transformando las relaciones de “poder sobre” que las subordinan y oprimen. (de Montis *et al.*, 2011, p. 34).

Se empieza a reconocer que las mujeres están aportando nuevos estilos de dirección y de liderazgo, más basados en la cooperación y la relación emocional que en la jerarquía, y que no se puede construir una sociedad del conocimiento prescindiendo del talento de las mujeres. (Facundo, 2011, p. 11), y que por lo tanto, la intervención institucional debe estar en sintonía, pues es importante tener en cuenta que estos programas deben articularse con políticas públicas integrales, que apunten a cambios sustentables y sistemáticos en las instituciones y en la vida de las mujeres.

Lo anterior con una claridad estructurante, “para que una mujer adquiera empoderamiento, es necesario que tenga acceso a los recursos materiales, humanos y sociales imprescindibles para hacer elecciones estratégicas en su vida” (Heller, 2010).

Existen similares motivaciones entre hombres y mujeres al crear empresa: las necesidades económicas, el anhelo de independencia e identificar oportunidades de negocio (Berdugo y Gámez, 2015). Sin embargo, la tendencia femenina es crear empresa porque se les dificulta encontrar empleo con un sueldo aceptable, para lograr un desarrollo personal y profesional. Estas motivaciones implican una toma de decisiones de género, a saber, los hombres generalmente asumen el empresariado como una decisión de negocios mientras que las mujeres lo perciben como una forma de integrar las necesidades familiares y profesionales.

Según Goffe y Scase (como se citó en Berdugo y Gámez, 2015), existen 4 tipos mujeres empresarias, esta tipología incluye:

a) *las empresarias convencionales*, que aceptan tanto las normas de género como la de los emprendedores (...) y solo se convierten en empresarias por necesidades económicas; b) *las empresarias domésticas* (...) no son adeptas a los valores del emprendedor (...) se dedican a esta actividad para su desarrollo personal y su propia autoestima, y contrastan con c) *las*

innovadoras, mujeres profesionales muy identificadas con los valores de los emprendedores y con grandes aspiraciones para conseguir el éxito personal a través del éxito en los negocios; además rechazan los roles convencionales de género. (...) d) *las empresarias radicales*, las cuales se ven a sí mismas como feministas (porque no aceptan los roles normativos de género) y al negocio como el medio para elevar su posición en la sociedad. (Goffe y Scase, 1985, citado en Berdugo y Gámez, 2015, pp 16-17).

Esta tipología se basa en el arraigo de los ideales de los emprendedores y la aceptación de los roles convencionales de género.”

Berdugo y Gámez (2015) destacan estudio de *Profiles of Success*, de American Express (1989) sobre factores de éxito formulando entre otros, este interrogante ¿Cuáles son los factores que determinan el éxito del emprendedor?, los resultados del estudio arrojan que el 77% del éxito del emprendedor se debe particularmente a seis factores: confianza en sí mismo, tamaño de la inversión

inicial, énfasis en el servicio en vez de en el precio, trabajo duro, dedicar tiempo completo a la empresa y conocer el producto.

Las mujeres han estado no sólo históricamente en desventaja en cuanto al acceso a los recursos materiales como el crédito, la propiedad y el dinero, sino que también han sido excluidas de recursos sociales como la educación o el conocimiento a fondo del mundo público y, en especial, del mundo empresarial (Heller, 2010, pág. 56). El impacto de esta desventaja disminuye al desarrollar “las competencias profesionales adecuadas para desempeñarse como empresaria enfatizando en que tenga una estrategia empresarial integral que sea orientada a la organización y a las innovaciones tecnológicas y una visión de la empresa” (Romo *et al.*, 2007, p. 377).

Respecto de procesos de innovación se resaltan dos factores fundamentales que inciden en la viabilidad de tener éxito por empresarias, en estudio realizado por Ortiz *et al.*, (2014) que lleva por título *Trayectorias y condiciones para la innovación en empresas de propiedad femenina: Análisis comparativo de dos*

ciudades colombianas (Bogotá y Bucaramanga). En primera instancia, la edad es un elemento relevante como lo indica el estudio “ya que una mayor experiencia profesional posibilita el atender procesos de innovación más complejos”. El segundo factor hace referencia a la “configuración de capitales durante la trayectoria personal, educativa y empresarial”, convirtiéndose estos en vínculos importantes para posibilitar procesos de innovación exitosos. La experiencia permite la consolidación empresarial y asumir riesgos con mayor facilidad, mientras que la configuración de capitales desarrolla la formación de capacidades estructurales. (p. 183)

Frente a la necesidad de tener mayor flexibilidad, y sobrecargadas por la brecha salarial y la falta de oportunidades en el sector privado, las mujeres con frecuencia se vuelcan al sector informal y a emprendimientos personales. (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial, 2010, p. 9), situación que limita el crecimiento empresarial, por lo cual es clave la formalización apoyada gubernamentalmente, así como los procesos de formación y capacitación

empresarial, tejido de redes de relaciones económicas y de contactos.

Teniendo como base, promover en las mujeres emprendedoras una vida más plena en los distintos ámbitos de su vida. Para ello, algunas claves y recomendaciones son las siguientes:

Es necesario apoyar a las mujeres emprendedoras para que sus negocios se construyan a partir de una perspectiva empresarial en las empresas pequeñas y en las de mujeres de bajos recursos y sus familias.

La creatividad es clave para el desarrollo de empresas tanto existentes como nuevas, especialmente para mujeres que quieren abrir una micro o pequeña empresa rentable. En *Mujeres empresarias Colombianas: ¿Cómo se llega al éxito?*, los grandes negocios citados en las experiencias descritas en dicho texto, señalan cómo la creatividad fue fundamental para el crecimiento empresarial.

El crédito se considera como una puerta de entrada para contribuir al empoderamiento personal, económico,

social (Escandón y Arias, 2011) y político de las mujeres; transformando las relaciones de poder en las distintas dimensiones y ámbitos de su vida, así mismo como generar facilidades para el ingreso al mercado laboral (Banco Mundial, 2011).

Es necesario optimizar el tiempo que le dedican al negocio, la distribución equitativa de las tareas en el hogar, o sea la corresponsabilidad, así como dedicarse tiempo ellas mismas para su cuidado personal, descanso, capacitación o participación en organizaciones de mujeres u otras en defensa de sus derechos (de Montis *et al.*, 2011, p. 62)

Se debe avanzar en procesos de formación (Escandón y Arias, 2011) y desnaturalizar la percepción que se tiene del ser varón o mujer y reconocer que sus roles y capacidades han sido socialmente adjudicados permite pensar de otro modo los lugares que ambos pueden ocupar en la sociedad. (de Montis *et al.*, 2011, p. 65).

Se deben generar instancias de educación y apoyo a emprendedoras es muy importante, más aún para el desarrollo del emprendimiento a edades tempranas que permitan ganar experiencia y aprender al

tiempo que se desarrollan (Pizarro, Amorós, Guerra, y Leguina, 2009, p. 39). Se reconoce que el apoyo moral de la familia directa estará positivamente relacionado con los resultados de la nueva empresa (Valencia, s/f, p. 151).

Vale reconocer, sin embargo, que no siempre esos saberes, experiencias y aportes, están en lógica de técnica y saber empresarial. “Por lo tanto, el fortalecimiento de competencias empresariales abona a los procesos de empoderamiento integral de las mujeres y puede contribuir a desarrollar capacidades para impulsar nuevas formas de manejo y organización de unidades económicas sustentadas en relaciones de solidaridad y cooperación”. (de Montis *et al.*, 2011)

Para contribuir a forjar conciencia crítica en las mujeres, es importante partir desde el análisis de ellas mismas y su contexto con el objetivo de ubicar los retos y las oportunidades de transformación de las relaciones de poder que viven y se manifiestan en los distintos ámbitos de su vida. (de Montis *et al.*, 2011, p. 9)

En definitiva, el empoderamiento implica que la mujer se auto reconozca

como sujeto político de derechos sociales y económicos, y gestora de la vida pública, para ello la formación empresarial y cívica son fundamentales, así como el reconocimiento de sus saberes y experiencias. Además de ello, desde hace varios años se reconoce la existencia de una estrecha relación entre el desarrollo económico y la actividad empresarial de las mujeres, constatándose en numerosos estudios la importante contribución de las empresarias al crecimiento económico a través de la creación de empleo (Guzmán y Rodríguez, 2008, p. 383), entre otros aportes. Para ello, se requiere un Estado que garantice al individuo el desarrollo adecuado de sus capacidades y le da la libertad de fomentar aquellas que están más de acuerdo con sus expectativas, responde a una idea de pluralidad más extensa e incluyente (Mesa, 2009, p. 5).

En la misma línea de investigación, Berdugo (2017) revela casos de éxito de empresarias colombianas de los cuales cabe resaltar los siguientes factores administrativos que son clave para su éxito empresarial:

De Luz Mary Guerrero Hernández (Servientrega), Berdugo (2017) resalta:

(...) el éxito se puede atribuir al estudio y preparación de Luz Mary Guerrero en el campo de la administración y disciplinas afines que le han posibilitado apertrecharse de teorías como las de Taylor y Weber; de técnicas e instrumentos de calidad total, planeación estratégica, benchmarking, reingeniería y justo a tiempo; entre otras, las cuales se constituyeron en la base para la construcción de un modelo propio llamado Estándar Gerencial Modelo “S” que ha posibilitado administrar y gestionar la empresa, ser competitiva y adaptarse a un entorno en cambio continuo. (Berdugo, 2017, p. 46).

Al respecto Berdugo (2017) relata que Gigliola Aycardi Batista (Bodytech), considera que el éxito de su empresa se debe a:

(...) descubrir una necesidad que tenía mucha gente y que no era atendida de manera adecuada: hacer ejercicio, cuidar su salud y mejorar su aspecto físico (...) un factor influyente ha sido la adopción de una estrategia de expansión, la de abrir continuamente

nuevas sedes, bien dotadas, amplias, cómodas y con una localización excelente, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Otro factor (...) ha sido la realización de alianzas estratégicas con empresarios propietarios de centros comerciales, con fondos de inversionistas en el país y fuera de él (Berdugo, 2017, p. 73).

De Beatriz Fernández Fernández (Crepes & Waffles), la publicación Publicidad & Mercadeo (como se citó en Berdugo, 2017) resume lo siguiente:

(...) lo atribuyen al “liderazgo creativo, a la innovación, no solamente en el producto, sino en el ambiente, en la gente, en la presentación y en todo aquello que haga de la experiencia de entrar en Crepes & Waffles lo más gratificante posible” (Berdugo, 2017, p. 94)

De Silvia Tcherassi Solano (Alta Moda), del mismo modo en Mas Franquicias (como se citó en Berdugo, 2017) recopila que su crecimiento se ha basado en:

(...) la creatividad y en la innovación, dos factores que considero importantes en todo negocio, ya que son el motor

que alimenta la “expansión” de cualquier empresa. (Esta) nació de un producto exitoso como fueron unas camisetas, y a partir de ahí se fue estructurando una propuesta de moda que tenía mucha identidad y que permitió ir creando una marca y unos almacenes propios donde se pudiera apreciar, de una forma cuidadosa, las tendencias que estábamos poniendo (Berdugo, 2017, pp. 122-123).

Análisis de resultados

Este análisis se sustenta en los hallazgos resultado del cruce de información. Sobresalen trece claves de éxito, las cuales sirven de guía para orientar el inicio de un emprendimiento:

1. Confianza en sí misma
2. Énfasis en el servicio en vez de en el precio
3. Conocimiento del producto
4. Dedicación de tiempo completo
5. Tamaño inicial de la inversión
6. Propósitos / Sueños
7. Intuición
8. Nivel educativo
9. Experiencia profesional y la configuración de capitales

10. Facilidad de acceso al crédito
11. Empoderamiento
12. Liderazgo creativo
13. Creatividad e innovación

Estas claves de éxito se sustentan en los siguientes hallazgos. A continuación, se relacionan:

- a. *Confianza en sí mismo, tamaño de la inversión inicial, énfasis en el servicio en vez de en el precio, dedicar tiempo completo a la empresa y conocer el producto.*

Los autores Berdugo y Gámez (2015) los destacan en resultados del estudio de Profiles of Success, de American Express (1989) como factores de éxito.

- b. *Propósitos / Sueños, Empoderamiento.*

Claro ejemplo de estas claves es la historia de la emprendedora colombiana Jessica Hernández “Nunca imaginé que mi labor fuera a tener esa repercusión, pero el objetivo siempre ha sido sensibilizar. Doy gracias a Dios, a Bancamía y a la Fundación porque así pasó” (García, 2018). Indica un rompimiento de paradigmas sobre

las mujeres tomando acciones para dar un giro positivo en sus vidas. Creando expectativas y sueños que requieren fortalecer aspectos profesionales a través del tiempo.

- c. *Intuición*

Las empresarias hacen un importante énfasis en la intuición más que el análisis metódico el cual permite detectar oportunidades que no son visibles a primera vista (Romo y Llamas, 2007).

- d. *Nivel educativo, liderazgo creativo y creatividad e innovación.*

Se resalta el caso de Luz Mary Guerrero Hernández de Servientrega, Berdugo (2017), es valioso indicar que su éxito se atribuye al estudio y preparación en el campo de la administración y disciplinas afines, utilizando teorías administrativas, técnicas e instrumentos de calidad total, planeación estratégica, benchmarking, reingeniería y justo a tiempo; entre otras, lo que le permitió implementar un modelo propio llamado Estándar Gerencial Modelo “S” que ha posibilitado administrar y gestionar su

empresa, para ser competitiva y adaptarse a un entorno en cambio continuo.

- e. *Tamaño inicial de la inversión, nivel educativo, experiencia profesional y la configuración de capitales, creatividad e innovación.*

Sobresalen factores fundamentales que inciden en la viabilidad de tener éxito por empresarias, en estudio realizado por Ortiz *et al.*, (2014), este se refiere a que es un elemento relevante la experiencia profesional ya que posibilita el atender procesos de innovación más complejos. Otro factor hace referencia a la “configuración de capitales durante la trayectoria personal, educativa y empresarial, convirtiéndose estos en vínculos importantes para posibilitar procesos de innovación exitosos. La experiencia permite la consolidación empresarial y asumir riesgos con mayor facilidad, mientras que la configuración de capitales desarrolla la formación de capacidades estructurales.

- f. *Facilidad de acceso al crédito, tamaño inicial de la inversión y empoderamiento.*

Ejemplo claro de ello es el caso de Jessica Hernández, quien fue apoyada por Bancamía, teniendo la oportunidad de acceder a un crédito que le permitió expandir su negocio.

El crédito se considera como una puerta de entrada para contribuir al empoderamiento personal, económico, social (Escandón y Arias, 2011) y político de las mujeres; transformando las relaciones de poder en las distintas dimensiones y ámbitos de su vida, así mismo como generar facilidades para el ingreso al mercado laboral (Banco Mundial, 2011).

- g. *Empoderamiento, nivel educativo, experiencia profesional y la configuración de capitales*

En definitiva, el empoderamiento implica que la mujer se auto reconozca como sujeto político de derechos sociales y económicos, y gestora de la vida pública, para ello la formación empresarial y cívica son fundamentales, así como el

reconocimiento de sus saberes y experiencias. (Guzmán y Rodríguez, 2008)

h. *Liderazgo creativo, énfasis en el servicio en vez de en el precio y creatividad e innovación*

Se distingue el caso de Beatriz Fernández Fernández de Crepes & Waffles, quien atribuye su éxito al liderazgo creativo, a la innovación, no solamente en el producto, sino en el ambiente, en la gente, en la presentación y en todo aquello que haga de la experiencia de entrar en Crepes & Waffles lo más gratificante posible (Berdugo, 2017).

i. *Conocimiento del producto, creatividad e innovación y liderazgo creativo*

Silvia Tcherassi Solano (Alta Moda), indico que su crecimiento se ha basado en (...) la creatividad y en la innovación, dos factores que considera importantes en todo negocio, ya que son el motor que alimenta la “expansión” de cualquier empresa. Su negocio nació de un producto exitoso como fueron unas camisetas, y a partir de ahí se fue estructurando una

propuesta de moda que tenía mucha identidad y que permitió ir creando una marca y unos almacenes propios donde se pudiera apreciar, de una forma cuidadosa, las tendencias que estaba imponiendo (Berdugo, 2017).

La investigación sobre las diferencias de género en el emprendimiento parece indicar que la mujer emprendedora presenta determinadas características diferentes a los emprendedores masculinos, lo que justifica un análisis de las mismas para poder promover y apoyar eficientemente la actividad emprendedora femenina. (López, 2013, p. 8), algunas de esas características son compromiso, participación, intuición, creatividad, adaptabilidad, reflexión, actitud oportuna, independencia, capacidad de trabajo, seguridad en sí misma y disciplina.

En primera instancia, se ha detectado generalmente que las motivaciones de necesidad de las mujeres comparadas con las de los hombres son más fuertes que las de oportunidad; las mujeres emprenden en un intento de superar el techo salarial o el techo de cristal que se encuentran como

trabajadoras por cuenta ajena; y habitualmente buscan más flexibilidad y conciliar mejor la vida profesional y personal, especialmente en el caso de mujeres con hijos. (López, 2013, p. 8), para la mujer emprendedora esto puede suponer un potencial que descubre la sinergia que aprovecha algunas de sus características de emprendedora, tales como el compromiso, adaptabilidad, disciplina, para el crecimiento de sus opciones de emprendimiento.

Las iniciativas de las mujeres se gestan desde la voluntad propia de ellas, que creen que además de construir organizaciones rentables también pueden contribuir de diferentes formas a sus grupos de interés (empleados, clientes, proveedores, comunidad, medio ambiente, etc.). Logrando “generar empresas efectivas y rentables sin una concepción maximizadora del propio beneficio de corto plazo y, por el contrario, su proyecto está inmerso en la sociedad apuntando a la creación de valor para todos los stakeholders” (Ortiz y Duque, 2009, pp. 229-230).

De esa manera otras de las particularidades de la mujer empresaria

como son la seguridad en sí misma y la capacidad de reflexión (Romo *et al.*, 2007), permite que sus aportes se vean reflejados en la sociedad contribuyendo a fortalecer no solo su crecimiento empresarial y personal, sino también el de su entorno.

Conclusiones

- Para la construcción de una empresa desde una perspectiva femenina, es indispensable reconocer la importancia actual del cambio de rol femenino, que pasa de lo privado a lo público, rompiendo paradigmas como que los negocios exitosos atañen únicamente al rol masculino.

- La confianza en sí misma es una clave de éxito fundamental, ya que ratifica el cambio de paradigmas sobre el nuevo rol que desempeña la mujer en la actualidad.

- Este cambio se presenta hoy en día, en la mentalidad de la mujer, al ser reconocida recibiendo apoyo al apostarle a su emprendimiento.

- La capacidad de trabajo, el sacrificio y la entrega de tiempo completo a sus empresas, es requisito indispensable para

el crecimiento del negocio tanto a nivel nacional e internacional.

- El desarrollo de habilidades para afrontar cambios del entorno, gracias a las experiencias tanto profesional como laboral y la formación educativa, permite la toma de decisiones estratégica.

- El acceso a obtener recursos financieros para el inicio del emprendimiento femenino en la actualidad se facilita a través de entidades enfocadas para cubrir estas necesidades.

- Combinando la intuición y la investigación, se llega al descubrimiento de necesidades que no son atendidas de manera adecuada en el mercado.

- Los propósitos y sueños son trascendentales cuando se transforman en un objetivo claro y definido, para iniciar el emprendimiento femenino.

- El empoderamiento femenino es el motor que impulsa el rompimiento de barreras de género.

- La innovación, la creatividad y el liderazgo, conllevan augurar el éxito del emprendimiento femenino, ya que si se carece de estos no se pueden enfrentar a la dinámica de los negocios actuales.

Recomendación

El desarrollo de procesos de construcción de empresa exitosos, por parte de mujeres, desde una perspectiva femenina puede seguir los siguientes pasos:

- Tener un objetivo claro a alcanzar.
- Tener confianza en sí misma para la puesta en marcha del negocio.
- Trabajo continuo con dedicación y disciplina.
- Aprovechar la ventaja competitiva haciendo énfasis en el servicio en vez de en el precio.
- La innovación y creatividad deben ser parte de los pilares del emprendimiento femenino.
- Preparación adecuada para buscar el financiamiento del proyecto, aprovechando las facilidades que tiene el mercado financiero actualmente.
- Capacitarse para ejercer un liderazgo efectivo.

Finalmente, estos pasos se enfocan a construir un emprendimiento femenino orientado al éxito, deben tomarse como puntos de inicio relevantes sin convertirse en los únicos.

Referencias

- Arias, A. (2014). *Estrategía de Territorialización del Enfoque Diferencial en la Gestión Pública: Reflexiones Conpetuales y Jurídicas*. (1 ed., Vol. I). Cali, Valle del cauca, Colombia: Gobernación del Valle del Cauca.
- Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial. (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina*. Washington: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial.
http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf
- Banco Mundial. (2011). *Una (R)evolución de género en marcha. Ampliación de las oportunidades económicas para las mujeres en América Central: Revisión de la última década*. Washington, USA: Banco Mundial. Recuperado de:
http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2012/03/08/igualdad_de_generoeslocorrectoeinteligenteparareducirlapobreza
- Berdugo, E., Gàmez, J., (2015). *Mujeres empresarias en Iberoamerica Casos: España, Mèxico y Colombia*. Bogotá D. C.: Universidad de la Salle.
- Berdugo, E. (2017). *Mujeres empresarias Colombianas: ¿Cómo se llega al éxito?* Bogotá D. C. : Universidad de la Salle.
- de Montis, M., Morin, S., y Palacios, A. (2011). *Empoderamiento y mujeres empresarias: materiales de formación para la gestión empresarial*. Managua: Fondo de Desarrollo para la Mujer.
- Díaz, M. (6 de Abril de 2014). Emprendimiento con silueta de mujer. *El Espectador*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/economia/emprendimiento-silueta-de-mujer-articulo-485284>
- Dirección General Adjunta de Estudios, Legislación y Políticas Públicas. (2009). *Discriminación por género en el ámbito empresarial*. México D.F., México.
- Escandòn, D., y Arias, A. (enero-junio de 2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. *Cuad.admon.ser.organ*, 24(42), 165-181.
- Facundo, G. (2011). *El libro rojo de las mujeres emprendedoras* (Vol. 1). Barcelona, España: Libros de Cabecera.
- Federación Andaluza de Mujeres Empresarias. (s.f.). *80 Andaluzas Empresarias: Construcciones y Modelos*. Andalucía, España: Consejería de Economía y Hacienda.
- García, C. (17 de Marzo de 2018). Jessica, la líder colombiana que se tomó la ONU. *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/colombiana-emprendedora-conto-experiencia-de-superacion-en-la-onu-195262>

- Gough, I. (2007/08). El enfoque de las capacidades de M. Nussbaun: un análisis comparado con nuestra teoría de las necesidades humanas. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*(100).
- Guzmán, J., y Rodríguez, J. (Enero de 2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 18, 381-392.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el caribe: realidades, obstáculos y desafíos* (Vol. 98). Santiago de Chile, Chile: CEPAL.
- La nueva revolución de las mujeres emprendedoras en Colombia recibe aplausos. (21 de Septiembre de 2017). *Revista Dinero*. Recuperado de: <http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/porcentaje-de-mujeres-emprendedoras-y-empresarias-en-colombia/250135>
- López, A. J. (2013). *Emprender: Una perspectiva de género*. La Coruña: Universidad de la Coruña.
- Mesa, D. S. (4 de Abril de 2009). Materiales para una crítica: John Rawls y Martha Nussbaum, los bienes primarios y el enfoque de capacidades. Bogotá, Colombia.
- Moriano, J., Trejo E., y Palaci, F. (2001). *El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores*. Madrid. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Navarro, M. d. (2014). *El perfil psicosocial de la mujer emprendedora*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Organización Internacional del Trabajo. (2011). *género y Emprendimiento: Guía de formación para mujeres empresarias*. San José: OIT.
- Ortíz, C., y Duque, Y. V. (Junio de 2009). Prácticas de responsabilidad social en mujeres empresarias profesionales de Bogotá, Medellín y Cali. *rev.fac.cienc.econ*, XVII(1), 2017-232.
- Ortiz, C., Morales, M. E., y León, E. F. (Diciembre de 2014). Trayectorias y condiciones para la innovación en empresas de propiedad femenina: análisis comparativo de dos ciudades colombianas. *rev.fac.cienc.econ*, XXII(2).
- Pizarro, O., Amorós, J. E., Guerra, M., y Leguina, A. (2009). *Perfil de la Emprendedora en Chile*. Santiago de Chile: Centro de Estudios Empresariales de la Mujer.
- Romo, L., Suárez, D. L., y Llamas, C. M. (30 de Julio de 2007). Características y competencias de las mujeres empresarias. *Concyteg*(23).
- Saavedra, M. L., y Camarena, M. E. (2015 йил Enero - Junio). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129 - 152.
- Secretaría Permanente del SELA. (2010). *Desarrollando Mujeres Empresarias: La necesidad de replantear políticas y programas de género en el desarrollo de PYMES*. Caracas, Venezuela: SELA.

Segura, M. L., y Pintor, L. (2011). Una visión desde el emprsarismo femenino en Colombia y su potencial de internacionalización. Konrad Lorenz.

Valencia, M. M. (s/f). Factores que influyen en los resultados de las nuevas empresas creadas por mujeres. *Doctoral Thesis*. ESADE.