

Emprendimiento femenino para lograr el empoderamiento económico

Female entrepreneurship for the achievement of financial empowerment

Perilla Ruiz, Lucila; Ruíz Sánchez, María del Carmen; Yarime Peña Ulloa, Luz Gladys

Lucila Perilla Ruiz

yarime.pena@unillanos.edu.co

Universidad de los Llanos, Colombia

María del Carmen Ruíz Sánchez

yarime.pena@unillanos.edu.co

Universidad de los Llanos, Colombia

Luz Gladys Yarime Peña Ulloa

yarime.pena@unillanos.edu.co

Universidad de los Llanos, Colombia

Desarrollo Gerencial

Universidad Simón Bolívar, Colombia

ISSN-e: 2145-5147

Periodicidad: Semestral

vol. 14, núm. 2, 2022

desarrollogerencial@unisimonbolivar.edu.co

Recepción: 07 Julio 2021

Aprobación: 24 Junio 2022

Publicación: 04 Agosto 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/722/7223646002/>

DOI: <https://doi.org/10.17081/dege.14.2.5252>

Resumen: Objetivo: este artículo tiene como finalidad develar los casos de emprendimiento dados al interior de grupo de mujeres emprendedoras y los aspectos que conducen al empoderamiento económico de estas.

Método: La investigación responde a un enfoque mixto, en la que se utilizó una ficha de caracterización para recopilar información sobre las condiciones sociodemográficas y características de los emprendimientos. Además, se aplicaron entrevistas semiestructuradas para conocer los aspectos más relevantes que orientaban su acción emprendedora.

Resultados y discusión: Como elementos destacables se evidenció, la sostenibilidad de los negocios por periodos superiores a cinco años, producto de iniciativas individuales realizadas como alternativa de supervivencia y autodeterminación, que les permitió asumir su rol de madres y su ejercicio laboral en un solo escenario. Sin embargo, las características de emprendimiento por necesidad y la propensión a autoemplearse responden a las condiciones socioculturales de las participantes y de su entorno, demostrando que el liderazgo ejercido y el sentido de pertinencia por el contexto las constituyen como generadoras de soluciones para las problemáticas sociales de sus territorios.

Conclusiones: Los casos de emprendimiento analizados en este estudio permiten denotar tres aspectos de relevancia como son: que estos se soportan en las características individuales y el conocimiento adquirido por las mujeres a lo largo de los años, la sostenibilidad de los negocios y el sentido de pertenencia de las emprendedoras.

Palabras clave: Acción emprendedora, Autonomía económica, Dinámica emprendedora femenina, Emprendimiento social, Empoderamiento de la mujer.

Abstract: Objective: The purpose of this article is to unveil the cases of entrepreneurship within a group of women entrepreneurs and the aspects that lead to their economic empowerment.

Method: The research responds to a mixed approach, in which a characterization sheet was used to collect information on the sociodemographic conditions and characteristics of the enterprises. In addition, semi-structured interviews were applied

to learn about the most relevant aspects that guided their entrepreneurial action.

Results and discussion: The most notable aspect was the sustainability of the businesses for periods of more than five years, resulting from individual initiatives carried out as an alternative source of income, and self-determination that allowed them to assume their role as a mother and perform their work at the same time. However, the characteristics of entrepreneurship due to the necessity and propensity to self-employment respond to the sociocultural conditions of the participants and their environment, showing that the leadership exercised and the sense of relevance to the context are what constitute them to provide solutions to the social problems of their territories.

Conclusions: The entrepreneurship cases analyzed in this study enable three relevant factors to be noted—they are supported by the individual characteristics and the knowledge acquired by women throughout the years, the sustainability of the business, and the entrepreneurs' sense of belonging.

Keywords: Entrepreneurial action, Financial autonomy, Female entrepreneurial dynamic, Social entrepreneurship, Empowerment of women.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el emprendimiento se ha fortalecido principalmente por considerarse un instrumento valioso para el desarrollo socioeconómico de los países, que obliga a los gobiernos a establecer políticas que incentiven su desarrollo y contrarresten los efectos negativos del desempleo, fomenten su inclusión en los diferentes niveles educativos y permitan a su vez el direccionamiento de programas que impulsen las ideas innovadoras y propicien el surgimiento de procesos emprendedores. En este aspecto, Colombia es visto como uno de los países latinoamericanos con ingreso medio (Varela, et al, 2020), que normativamente considera dentro de su plan desarrollo a la equidad de género, la participación laboral de la mujer y el emprendimiento como una prioridad, esto ha dado origen a la expedición de múltiples normas orientadas a favorecer estos aspectos, desde un ámbito constitucional y laboral.

En tal sentido, en el marco normativo y situacional de Colombia, la participación de la mujer en el ámbito empresarial es tenida en cuenta en la Constitución Política (Const., 1991, art. 43) que propende por la equidad de género al reconocer la igualdad de derechos para hombres y mujeres señalando que “que la mujer no podrá ser sometida a ningún tipo de discriminación”. De igual manera, la ley que reglamenta la adecuada y efectiva participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público (Ley 581, 2000) determina una participación mínima del 30% de la mujer en los cargos de jerarquía del poder público.

Así mismo, el Estado colombiano, en el documento ODS en Colombia: Los retos para 2030, hace visible la adopción de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promulgados en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en el marco de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en especial el objetivo 5, establece como una de las metas:

La reducción de las desigualdades que puede generar un efecto multiplicador y catalizador sobre el cumplimiento de otros objetivos. Por ejemplo, el cierre de brechas de género en el mercado laboral incentiva mecanismos de trabajo decente, el empoderamiento de las mujeres y la reducción de la pobreza,

contribuyendo al avance en el cumplimiento de distintas metas de forma simultánea. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, Colombia, 2018, p. 42).

De lo anterior, se colige que el gobierno nacional se comprometió a dar cumplimiento a la equidad de género en todos los aspectos y están incluidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, denominado “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”, como uno de los medios para conseguirlo expidió un decreto donde se establece las reglas para lograr la paridad de géneros en los empleos de nivel directivo de la función pública (Decreto 455, 2020, Cap. 3).

En lo relativo al marco normativo laboral, el Código Sustantivo del Trabajo (art. 10, 2011), establece que todos los trabajadores y trabajadoras son iguales ante la ley, y gozan de la misma protección y garantías”. De igual forma, la Ley 1014 (2006) incentiva el emprendimiento, con esta ley el Estado creó el marco normativo cuya pretensión es fomentar la cultura emprendedora y la creación de empresas, el fortalecimiento de los procesos empresariales y el surgimiento de redes. En este aspecto vale la pena mencionar la creación de la categoría social de “Jefatura Femenina de Hogar” establecida en la ley 1232 y la cual define como:

Quien, siendo soltera o casada, ejerce la jefatura femenina de hogar y tiene bajo su cargo, afectiva, económica o socialmente, en forma permanente, hijos menores propios u otras personas incapaces o incapacitadas para trabajar, ya sea por ausencia permanente o incapacidad física, sensorial, síquica o moral del cónyuge o compañero permanente o deficiencia sustancial de ayuda de los demás miembros del núcleo familiar (Ley 1232, 2008, art. 2).

Definición importante para el desarrollo de este estudio, ya que ellas como personas que participan en el ejercicio emprendedor se constituyen en interlocutoras válidas para la investigación que deriva el presente artículo y quienes, para cumplir con las obligaciones económicas impuestas por dicha jefatura, deben recurrir a la generación de empleo autónomo.

No obstante, la igualdad contemplada en la reglamentación, es otra, la realidad muestra una amplia desigualdad entre los géneros, hecho que el Estado colombiano no puede desconocer, pero que sí lo reconocen organismos como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y el Departamento Administrativo de Estadística (DANE), en su “Boletín Estadístico: Empoderamiento Económico de las Mujeres en Colombia, Marzo 2020” en la que manifiestan que aunque en los últimos años la participación de la mujer en asuntos laborales se ha incrementado “al pasar de una tasa del 50% en el año 2009 a una tasa del 53% en el año 2019” (DANE y ONU Mujeres Colombia, 2020, p. 3), lo que denota solo un 3% de incremento en la participación laboral femenina de toda una década. El mismo informe menciona que la desigualdad se presenta en estrecha relación con el nivel académico y que es mayormente notoria en las zonas rurales y en las mujeres con baja educación” (DANE y ONU Mujeres Colombia, 2020 p. 3).

Cabe destacar que las estadísticas de ocupación en Colombia dan cuenta de la prevalencia de la población femenina en la mayoría de los indicadores: la población colombiana está constituida en un 50,7% por mujeres, de la población económicamente activa (24.990.000), el 42,7% corresponde al género femenino y este también participa con el 56,2% de la tasa de desocupación nacional, como se refleja en la Tabla 1, información extractada del boletín ejecutivo del DANE (2020) durante el último trimestre de los años 2018 y 2019.

TABLA 1
Comportamiento de la población colombiana por género

Variable	Hombres (Participación en %)		Mujeres (Participación en %)	
	Trimestre Dic- 2018 a Feb 2019	Trimestre Dic- 2019 a Feb 2020	Trimestre Dic- 2018 a Feb 2019	Trimestre Dic- 2019 a Feb 2020
Población total (PT)	49,3	49,3	50,7	50,7
en Edad de Trabajar (PET)	48,9	48,9	51,1	51,1
Población Económicamente Activa (PEA)	57,7	57,3	42,3	42,7
Población Económicamente Inactiva (PEI)	33,9	33,9	66,1	66,1
Población Económicamente Activa Ocupada (PEAO)	59,1	59,5	40,9	40,5
Población Económicamente Desocupada (PEAD)	43,5	43,8	56,5	56,2

Elaboración de las autoras, con base en información del DANE (2020)

En la Tabla 1, se muestra una tendencia de la población colombiana favorable para emprender; de acuerdo con la tasa de actividad empresarial temprana (TEA), que se conforma por los empresarios en actividad empresarial temprana hasta de 42 meses de funcionamiento (Varela, et al, 2020). En este indicador “Colombia ocupa el sexto lugar en el mundo con un 22,3%” (Varela, et al, 2020, p. 68), mientras que en el indicador de empresarios establecidos, con negocios que han superado los 42 meses de actividad ininterrumpida efectuando el pago de salarios a sus empleados, los resultados son menos favorables para el país, al presentarse una alta tasa de bajas empresariales llevándola a ocupar el lugar 42 entre 50 países.

Del contexto colombiano, es posible reseñar que los 44, 2 millones de nacionales están distribuidos en “14.2 millones de hogares, de los cuales cerca de 6 millones tienen al frente a una mujer (40.7%)” (DANE y ONU mujeres Colombia, 2020, p. 1); índices que denotan las condiciones y problemáticas socioeconómicas existentes en este país; se refleja también una notoria brecha en los niveles de ocupación de hombres y mujeres, los resultados muestran un desfavorecimiento sistemático hacia las mujeres y los jóvenes, las estadísticas muestran que “14 de cada 100 mujeres buscan trabajo sin lograrlo, en tanto, la tasa para los hombres es solo del 8%, situación que se agudiza notoriamente para las mujeres entre los 18 y los 28 años” (DANE y ONU mujeres Colombia, 2020, p. 3).

A nivel local, la población femenina representa, en términos relativos, la mitad de la población del departamento del Meta (50,16%) y, en Villavicencio, capital de este departamento, la tasa de desocupación alcanzó niveles del 62,8% para los hombres y del 49,6% para las mujeres (DANE, 2020, p. 8); aspectos que irradian la realidad social, que aunque se muestra más favorable para las mujeres, es altamente preocupante dado que exterioriza que la mitad de estas no tienen empleo, situación que suscita una predisposición a buscar soluciones en iniciativas de emprendimiento, ya sea en el ámbito de la formalidad o en la informalidad.

Con base en los planteamientos anteriormente expuestos, el artículo se trazó como propósito, develar los casos de emprendimiento que conducen al empoderamiento de un grupo de mujeres en la ciudad de Villavicencio; para lograrlo, se realizó la caracterización de los aspectos sociodemográficos de las 102 unidades empresariales que colaboraron.

Es importante mencionar dos aspectos: en primera instancia, destacar la importancia de la investigación para la dinámica emprendedora femenina de la ciudad de Villavicencio y del departamento del Meta, al caracterizar las iniciativas de emprendimiento, con el objeto de reconocer y visibilizar los esfuerzos de las mujeres empresarias, mediante acciones gestadas desde la academia para articularse con programas gubernamentales que fortalezcan dichos ejercicios. En segundo lugar, hay que destacar que el temor a proporcionar información relacionada con los aspectos comerciales y financieros de las organizaciones se constituye en una de las mayores limitantes del estudio.

El artículo está organizado en cinco apartados que inician con la introducción, que explora la situación normativa y las condiciones en que se desarrolla la participación laboral femenina en el país; en el segundo, se abordan los fundamentos teóricos utilizados y la revisión de la literatura como elementos que posibilitan el contraste de las relaciones del problema a la luz de las teorías del emprendimiento social y el empoderamiento femenino. El tercero, revela el diseño metodológico utilizado como estudio de carácter descriptivo, la conformación de la unidad de análisis y los instrumentos empleados para la recolección de la información. En el cuarto apartado, se presentan y discuten los resultados obtenidos a partir de la caracterización socio económica de las féminas y sus emprendimientos.

Finalmente, en el último momento se exponen las conclusiones, en las cuales se resalta el emprendimiento como opción de supervivencia para las mujeres de Villavicencio, quienes sin distinción de edad, estrato o nivel de educación y sin tener formación para la actividad empresarial asumen los riesgos que ello conlleva, elementos que le imprimen características de emprendimiento social, que con el transcurrir del tiempo y la experiencia acumulada han logrado la sostenibilidad de sus negocios más allá de los diez años.

Fundamentación Teórica

A pesar de los múltiples matices teóricos y definiciones que se le atribuyen al emprendimiento y a las diversas motivaciones que lo originan, debe recordarse que el emprendimiento en su concepción etimológica viene del francés *entrepreneur* (pionero), que alberga todo un constructo de capacidad, habilidad para desarrollar un proyecto que requiere de esmero y dedicación, para llegar a un fin establecido, con cierta incertidumbre (Formichella, 2004).

En otro momento del devenir histórico, en los siglos XVII y XVIII tomó fuerza la economía política que promovió el desarrollo del capitalismo y las corrientes económicas clásicas, que de una u otra forma le imprimieron al emprendimiento un carácter económico (Cantillón, 1755; Smith, 1759; Ricardo, 1817, Say, 1803; Mill, 1951, citados por Pérez, 2011), que un siglo después tensiona la relación emprendimiento-empresario, con una función netamente empresarial, al visualizar al emprendedor como el individuo que asume riesgos, no como empleado sino como inversor de recursos, con la finalidad de obtener ganancias; concepción que se profundiza en el siglo XX, fundamentalmente con los aportes de Schumpeter, quién le añade otra connotación al vincularlo con los procesos de creación e innovación en la producción de bienes y servicios (Alean, et al., 2017).

Al finalizar esta centuria, surgen otros postulados que le conceden una concepción social al emprendimiento, al atribuirle rasgos económicos, psicológicos, sociológicos y antropológicos, y otorgan mayor preponderancia al sujeto emprendedor desde diversas perspectivas, como creador de desarrollo y cambio socioeconómico (Casson, 2003), como individuo que está alerta a las oportunidades que ofrece el entorno, especialmente del ámbito regional (Tarapuez et al., 2018), de representación e integración en la transformación social y de construcción de conocimiento y experiencia, (Alvord et al., 2004) y otras, como plantea McClelland, que difieren acerca de las motivaciones que definen al sujeto que emprende (Marulanda et al., 2014).

Lo anterior, sugiere que muchos de los motivos de la actividad emprendedora subsisten en el entorno particular de cada individuo, al mismo tiempo, dan paso a otras miradas, que conciben al emprendimiento como resultante de una combinación de oportunidad, educación y gestión de recursos (Sparano, 2014), en la que se articulan diversos factores, tanto internos como externos, en relación con los medios existentes en un ambiente determinado, que aportan al éxito del emprendimiento y se enlazan con el desarrollo personal y empresarial, coadyuvando a crear oportunidades de empleo y posibilidades de mejora tanto en la calidad de vida de los emprendedores como en su entorno inmediato.

De las múltiples características atribuidas al emprendimiento, para el presente estudio, las más relevantes son aquellas relacionadas con los aspectos sociales, que le dan mayor trascendencia al concepto, convirtiéndolo en agente modificador del entorno (Coque y Díaz, 2013), producto de la interacción de los emprendedores y de los intereses que incentivan su práctica, que redundan en beneficios comunes, en pro de un colectivo, organización, empresa o negocio y que lleva a la concepción del emprendimiento social.

En este sentido, Bargsted (2013), define el emprendimiento social como aquel que tiene por objeto “elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas orientadas a la superación de una dificultad social, y el logro de un beneficio común a un grupo humano, ya sea por medio de actividades empresariales o social-comunitarias” (p.122), su principal contribución es la producción de valor, que bien puede visualizarse como de carácter económico o social, para la comunidad en la que se desarrolla y, en términos de Acebedo y Velasco (2017), se fundamenta en principios éticos que articula ventajas individuales con el bienestar colectivo en desarrollos empresariales que surgen para solucionar problemas del contexto, caracterizándose además, por ser practicado en buena parte por mujeres que adquieren la connotación de líderes sociales.

Bajo esta concepción, el interés de la empresaria en la creación de empresa se direcciona hacia el bien común de un conjunto de personas que la rodean, convirtiéndolas en gestoras de bienestar para la

comunidad, acciones emprendedoras que se convierten en verdaderas posibilidades de solución para las diversas problemáticas del entorno que las circunda (Coque y Diaz, 2013).

Existen aspectos que conllevan a enfatizar lo primordial del componente social en el desarrollo de nuevas empresas y negocios, no solo para cubrir las necesidades individuales, sino por el apoyo que puede recibir la empresa de diferentes agrupaciones, incluyendo la familia que adquiere un papel preponderante, que va más allá del simple ejercicio de crear empresa, para trascender a su sostenibilidad, en las que se soportan la mayoría de las dinámicas emprendedoras, algunas por necesidad, que contribuyen a la disminución del desempleo al constituirse en fuente de gestación de auto empleo e ingresos (Amorós y Poblete, 2013); otras, producto de la oportunidad, que se relacionan directamente con la voluntad de los sujetos en capitalizar su ejercicio empresarial, sustentado en acciones creativas e innovadoras, en experiencias emprendedoras anteriores y en las condiciones favorables a nivel del contexto (Baltar y Brunet, 2013).

Emprendimiento femenino

Una de las vertientes más destacadas del emprendimiento social se manifiesta a través del emprendimiento femenino, que al integrarse con la necesidad y las oportunidades que le brinda su ambiente, propician una actitud favorable para prosperar iniciativas que tienden a buscar alternativas de solución a la falta de ingresos y a la supervivencia, sin desconocer la incidencia de otros factores de tipo informal relacionados con las representaciones e imaginarios de cada una de las mujeres (Álvarez et al., 2012), que se constituyen en elementos relevantes para impulsar la actitud emprendedora de la mujer.

Asimismo, Sabater (2018) plantea que en el espacio familiar; los trabajos domésticos se atribuyen como labor exclusiva de la mujer, tareas que se tornan en limitantes para su desarrollo laboral y profesional, convirtiéndose a su vez en rasgos psicosociales que propician el emprendimiento de género.

Aspectos destacados también por McClelland (1965, citado por Marulanda et al., 2014), indica que las características de los individuos que emprenden pueden desarrollarse como respuesta a las presiones ejercidas por el medio ambiente en los que estos se desenvuelven, las emprendedoras en calidad de participantes de esta investigación, y que se complementa con la dimensión medioambiental que revela la segregación de género sufrida por las mujeres, para ejercer trabajos y actividades que han sido de la hegemonía del hombre, lo que sólo puede ser compensado por educación superior y buen nivel de contactos (Horbath y Gracia, 2014); razón por la cual el emprendimiento femenino ha tomado mayor fuerza y se ha robustecido en algunas economías, aunque en términos generales todavía no ha alcanzado las mismas dimensiones que las actuaciones de emprendimiento producidas por los hombres.

Empoderamiento de la mujer

Es necesario entender el empoderamiento como un sustantivo y empoderar como un verbo, que no surgen de manera inmanente en el acervo de la lengua española, y se refiere al otorgamiento de poder. Para establecer una relación con el mundo de lo femenino, el poder que asumen las mujeres en su accionar en diversos escenarios, donde es posible actuar y lograr los objetivos que desean conseguir (Aguayo y Hinrichs, 2015; González et al., 2017).

Desde otra perspectiva, el empoderamiento se inscribe como el control que adquieren de sus propias vidas que las sustrae del sometimiento y las coloca en un estadio para construir autonomía e identidad. Así, promover el empoderamiento brinda la probabilidad de intervención de la mujer en otros escenarios, que les otorga una visión de poder y decisión para asumir su estatus de emprendedoras, proveedoras de su familia, la capacidad de sostener su unidad empresarial a través del tiempo y sortear las vicisitudes que surgen en el desarrollo de este ejercicio; máxime cuando en la sociedad se establecen relaciones hegemónicas en

las que prevalecen los valores que se relacionan con lo masculino y que no favorecen los valores femeninos (Martínez, 2010) que patrocina el patriarcado y restringe la identidad de la mujer llevándola a una condición de subordinación y vulnerabilidad.

En este sentido, Jaramillo y Canaval (2020), señalan que dicha subordinación subyace en los elementos conceptuales del patriarcado, que data de las primeras eras de la humanidad. Para el caso de esta investigación, la apuesta se da a partir del empoderamiento de las mujeres como emprendedoras en ejercicio, que consiste en develar cómo lograron el empoderamiento personal o individual, que las llevó a la autodeterminación y les brinda la capacidad de actuar, (Comisión de Mujeres y Desarrollo, 2007), para mejorar la situación económica, propia, de su familia y lograr unas condiciones dignas de calidad de vida.

Así mismo, de manera particular el empoderamiento de cada mujer es el fruto de un proceso que no proviene de dinámicas de cohesión, ni políticas gubernamentales (Covarrubias y Ochoa, 2018); además le confiere al empoderamiento un carácter individual, que orienta a las personas a lograr la valía sobre su vida y a la resolución de sus problemas (Bethencourt y Carrillo, 2014).

Empoderamiento y emprendimiento femenino

El vínculo de las mujeres en el ámbito económico, materializado en el emprendimiento empresarial, las eleva al *estatus* de individuos empoderados que trascienden de un estado de “no poder” a uno de poder, transforma sus relaciones y amplía sus posibilidades para consolidar la autonomía económica (Naciones Unidas y Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, 2016; Tulla et al., 2018).

Las dinámicas emprendedoras, permiten a las mujeres superar dificultades y carencias, reconfigurar su rol como aportantes en la economía de la familia y en el territorio donde se desarrolla su emprendimiento. Los ingresos que obtienen de su ejercicio empresarial se orientan a cubrir necesidades básicas y definen en ellas una participación activa en las decisiones del hogar; estas condiciones las dignifican como protagonistas, las lleva a obtener poder desde su interior para tomar conciencia de su situación, confianza, autodeterminación, valor de sí misma y autonomía (Ros y Lidón, 2018; Banda y Morales, 2015).

Por otra parte, el empoderamiento femenino, también surge como una reivindicación para que las mujeres se vinculen con factores propios del medio empresarial, como la representación legal, acceso a financiamiento, consolidación o perdurabilidad de su negocio, creación de empleo y autoempleo, sostenimiento de la familia, entre otros. La incorporación del empoderamiento al emprendimiento otorga a las mujeres poder para adquirir control en la construcción de su realidad y el reconocimiento a su individualidad (Sánchez, 2017; Ordoñez et al., 2021).

En un sentido de reciprocidad entre empoderamiento y emprendimiento, se puede entender, que para emprender es necesario empoderarse o que el emprendimiento es un elemento fundamental que empodera, de este último, algunos autores lo ven como el sentido que impulsa a las mujeres a conquistar cambios, enfrentar situaciones y transformarlas, tomar decisiones, salir de la subordinación que reduce las brechas entre géneros y definirse como sujetos políticos, entendido como la opción autónoma de elegir ser empresaria como proyecto de vida (Casique y Castro, 2014; Camarena y Hernández, 2018).

Como factor importante del empoderamiento emerge la independencia económica, en su devenir histórico, la sociedad ha elaborado unas líneas divisorias entre las actividades que desarrollan las mujeres y los hombres, relegándolas a actividades relacionadas con el hogar y la crianza de los hijos (Martínez y Rojas, 2016). En la medida que los hijos, las necesidades y/o la ausencia de una pareja se hacen visibles, la urgencia por la consecución de recursos se manifiesta y determina la búsqueda de trabajo por parte de la mujer para conseguir el ingreso económico necesario para sostener o contribuir en el hogar, de esta forma, el hecho de disponer de un ingreso económico y determinar el uso que se le dará, configura la independencia económica que conlleva a un estado de autonomía (Casique, 2010).

Esta independencia económica la puede lograr por medio de un salario como empleada dependiente, empleada independiente o como emprendedora. También es importante señalar que la independencia económica como generadora de ingresos, le otorga preponderancia a la mujer como sujeto aportante al bienestar social en el ámbito de su contexto, que irradia en los demás una actitud de respeto y admiración, ingredientes claves para el empoderamiento femenino, y en un grado mayor se erige como un referente para los hijos e hijas (Aguilar et al., 2019). De esta forma, se puede decir que la independencia económica conlleva a un proceso de autonomía, que nace dentro de la persona, y determina procesos de autoevaluación, reflexión y crecimiento que la conduce a sentir un poder personal y proyectar a los demás el control de su ejercicio (Delgado et al., 2010).

MÉTODO

Diseño

Este estudio responde a un enfoque de investigación mixto, donde a través del enfoque cualitativo se buscó describir las prácticas sociales propias de los participantes, quienes proporcionaron datos significativos que ayudaron a definir los criterios y perspectivas de este estudio, y el cuantitativo, se centró en el uso de la cuantificación y el análisis de los datos numéricos y estadísticos (Galeano, 2020). Esta metodología permitió la aplicación de técnicas que ayudaron a recabar, sistematizar e interpretar la información, proveniente de las experiencias emprendedoras de las mujeres que colaboraron en la investigación, constituyéndose en la unidad de análisis (UA) y de trabajo (UT), de acuerdo con la conformación que se muestra en la Tabla 2.

Participantes

La participación estuvo dada por los aportes de 102 emprendedoras que lideran las unidades de negocio, con el lleno de los requisitos fijados por la investigación y a quienes se les solicitó realizar la caracterización socioeconómica y con las que se conformó la UA, como se muestra en la Tabla 2; de ellas, 40 accedieron a conceder una entrevista semiestructurada, para plasmar, de viva voz, las experiencias más significativas de sus procesos de empoderamiento, por lo cual se erigen como la UT.

TABLA 2
Conformación de la unidad de análisis y de la unidad de trabajo

Comunas	Unidad de Análisis	Unidad de Trabajo
Comuna 1 (C1)	12	6
Comuna 2 (C2)	10	6
Comuna 3 (C3)	5	2
Comuna 4 (C4)	19	6
Comuna 5		

elaboración propia (2020)

Instrumentos

La información obtenida por las participantes se logró por medio de la aplicación de los siguientes instrumentos:

- Ficha de caracterización social. Se aplicó este instrumento a las empresarias que conformaron la UA (Tabla 2) con la finalidad de obtener información de carácter individual, sobre la contribución de su unidad empresarial al desarrollo o sostenimiento del núcleo familiar, la composición de sus familias y su estado civil.
- Entrevistas semiestructuradas. Se aplicaron a 40 participantes que aceptaron el tratamiento de datos para la entrevista y que se constituyeron en la UT, cuya información permitió conocer los aspectos más relevantes que orientan su empoderamiento y acción emprendedora.

Estos instrumentos fueron sometidos a la revisión de dos pares expertos en investigación mixta, toda vez que este tipo de investigación se valida mediante un proceso de triangulación; que en la realidad se llevan a cabo mediante la contrastación de la información recabada de cara a los objetivos, en concordancia con lo expuesto por Plaza et al. (2017).

En cuanto a los criterios de inclusión de las mujeres en la UA y UT, estuvo sujeta al cumplimiento de tres condicionantes:

- a) Que fuesen pertenecientes al género femenino
- b) Que fuesen empresarias con un mínimo de tres años en el ejercicio emprendedor
- c) Que la unidad empresarial se encontrara debidamente formalizada. Para esta condición se tuvo en cuenta que en Colombia la formalización empresarial se logra con el cumplimiento de una serie de requisitos, consistentes en la inscripción a Cámara de Comercio, la obtención del Registro Único Tributario (RUT), ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, (DIAN) y otros exigidos de acuerdo con la actividad económica que desarrollen.

El no cumplimiento total de los criterios antes establecidos se tomó como una condición de exclusión.

Para el análisis de la información recopilada se utilizaron programas como Excel, SPSS versión 24, y Atlas TI, se agruparon los datos en tres categorías de análisis que dan cuenta del emprendimiento, el empoderamiento, la autonomía económica y como subcategorías se incorporaron los factores correspondientes a los datos sociodemográficos de las participantes y las características del empoderamiento.

Fases y procedimientos de la investigación

En el proceso de investigación de las unidades empresariales contexto de estudio, se desarrollaron cuatro etapas para el levantamiento, recolección y procesamiento de la información, en el siguiente orden:

- a) Identificación y ubicación de las unidades empresariales, fase que implicó la realización de dos actividades, a saber:

- Delimitación e identificación del territorio. Para segmentar el trabajo se realizó una búsqueda del mapa de la ciudad, dividido por comunas, que de acuerdo con el artículo 71 de la Ley 136 de 1994, se entiende como “la división del territorio urbano de un municipio”, que se conforma por barrios dependiendo de las necesidades y particularidades dado que suelen tener identidad propia, que genera en sus habitantes un sentido de pertenencia.

- Visita por equipos a cada comuna con sus barrios, para elaborar una base de datos de las unidades empresariales, con el fin de escoger aquellas que cumplieran con los criterios de selección planteados en el apartado de los instrumentos.

- b) Convocatoria para participar del proyecto. Una vez elaborada la base de datos e identificadas las unidades que cumplieran con los criterios, se procedió a efectuar la respectiva invitación a las mujeres como

participes en el proyecto de investigación, mediante invitación escrita, con el fin de conseguir su aceptación con un permiso consensuado para el tratamiento de la información.

c) Recolección de información. Esta etapa conllevó:

- Reuniones con las participantes para la recolección de la información por medio del diligenciamiento de la encuesta

- Invitación a participar en la entrevista

- Visita individual a cada una de las participes que aceptaron realizar la entrevista

d) Procesamiento de la información. En primera instancia se transcribieron las entrevistas y luego se definieron las categorías y subcategorías de análisis mediante el uso de etiquetas relacionadas con dos factores:

- Características socio económicas de las emprendedoras, teniendo en cuenta los elementos que se relacionan a continuación:

- o Edad de las entrevistadas

- o Nivel de educación

- o Estado civil

- o Tiempo de práctica de los emprendimientos

- o Número de dependientes de la emprendedora

- Caracterización de los emprendimientos

- o Tiempo de funcionamiento

- o Origen de los recursos de los emprendimientos,

- o Número de empleados

RESULTADOS

En esta sección se muestran como resultados la caracterización socioeconómica de las participantes y los aspectos destacados en las entrevistas; la mayoría de ellas son mujeres cabeza de familia, quienes producto del conocimiento y la experiencia lograda se han convertido en líderes. Asimismo, se muestran los elementos de emprendimiento que sustentan el empoderamiento económico de las empresarias y las características más importantes de las unidades de negocio revisadas, tales como la generación de empleo y las acciones de mejora al contexto que le imprimen la connotación de emprendimiento social.

Caracterización Socioeconómica de la UA

Esta caracterización se realizó a partir de los aspectos sociodemográficos que se relacionan con el emprendimiento, tales como: edad, estado civil, nivel de educación y número de personas dependientes, estos se describen a continuación:

Primeramente, los resultados demuestran que la mayor proporción de emprendedoras participes en este son mujeres que ejercen la jefatura de hogar, que están en el pleno de su productividad al ubicarse entre los 31 y los 60 años (67%), sin embargo, se aprecia un porcentaje de jóvenes (14,7%) que inicia su participación en la vida económica y la porción restante son adultas mayores de 61 años, como lo refleja la Tabla 3.

TABLA 3
Edad de las participantes

Rango de Edad	Frecuencia	Porcentaje
Entre 20 a 30 Años	15	14,7
Entre 31 y		

elaboración propia (2020).

La Figura 1, permite observar que más de la mitad de las integrantes de la unidad de análisis realizó estudios superiores, de carácter universitario (29,4%), del nivel técnico (26,5%) y tecnológico (2,9%), resaltando que los dos últimos se enfocan en alcanzar competencias laborales, por lo que en Colombia se les denomina educación para el desarrollo humano y el trabajo, igualmente, cabe destacar que la tercera parte del grupo solo desarrolló estudios básicos, a nivel de primaria y de secundaria (38,2%); no obstante, el nivel de estudios, se enfrentaron a dificultades para encontrar un empleo que les proporcionara los ingresos para su sustento, por lo cual decidieron adentrarse en iniciativas emprendedoras.

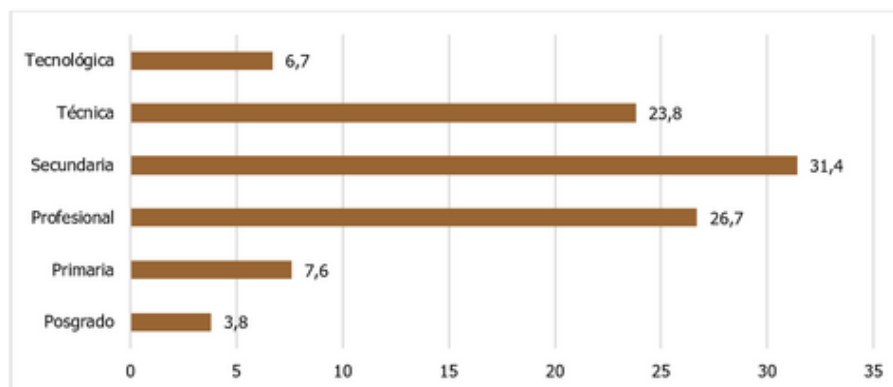


FIGURA 1
Nivel de educación de las participantes
elaboración propia (2020).

Respecto del estado civil de las mujeres, se revela en la Figura 2, que la mayor parte de las actividades de emprendimiento son asumidas por mujeres que presentan una condición de mujeres responsables, a cargo de una familia, en calidad de cabeza de familia (73%), lo que se constituye en uno de los factores representativos para asumir sus labores con una actitud positiva, con la perspectiva de mantener sus unidades empresariales en funcionamiento y como generador de los recursos requeridos, igualmente, suscitan la colaboración de sus dependientes en la actividad; de esta forma persiguen un objetivo adicional como es el de incentivar la mentalidad emprendedora en sus hijos.

Otro elemento reflejado en la Figura 2, es que solo un 27% de las participantes del proyecto son féminas que no ostentan la condición de jefe de hogar, por ello, es importante denotar que éstas son jóvenes recién egresadas de sus estudios superiores, plenamente conocedoras de la dificultad de acceder a un empleo, determinadas a hacer de sus emprendimientos su proyecto de vida, debido a que no han sido formadas para la actividad empresarial son conscientes de sus debilidades y de las necesidades de cualificación en este aspecto, para responder en forma óptima a la demanda de su proyecto empresarial y a las exigencias del mercado.

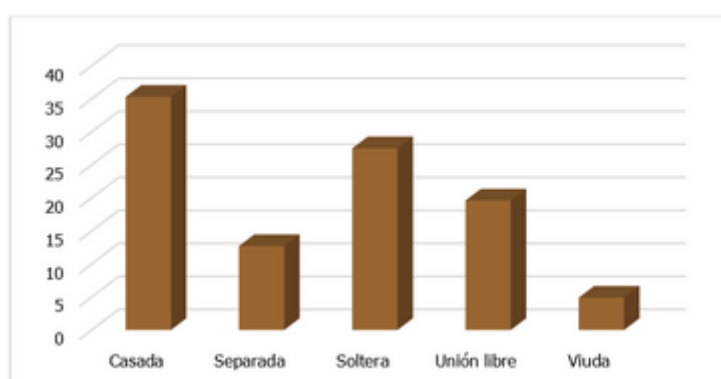


FIGURA 2.
Estado civil de las mujeres participantes en la UA
elaboración propia (2020).

La Figura 3, muestra que el 62% de las mujeres son responsables por más de dos miembros de su núcleo familiar, que se conforma en más del 90% de los casos por uno de los progenitores y sus hijos, indicador que denota su grado de responsabilidad por el núcleo familiar y a su vez se convierte en razón principal y fundamento de la motivación para emprender, como consecuencia de la urgente necesidad de obtener ingresos para el sustento de su familia y las múltiples decepciones dejadas por la búsqueda infructuosa de empleo.

Como aspecto sobresaliente del estudio es importante reflejar que la mayoría de las emprendedoras afirman que *“uno de los principales obstáculos para iniciar la actividad ha sido enfrentarnos a nuestro propio y natural temor al fracaso, pero que la situación no nos dejó más remedio que buscar oportunidades que propiciaran iniciativas de emprendimiento a nivel individual”*.

Ante las circunstancias planteadas, la creación de negocios se torna en una alternativa de supervivencia con valor agregado, consistente en la posibilidad de unificar su espacio laboral y familiar, lo que les permite asumir al mismo tiempo la educación de sus hijos en su calidad de mujer que ejerce la jefatura de su hogar y su ejercicio laboral.

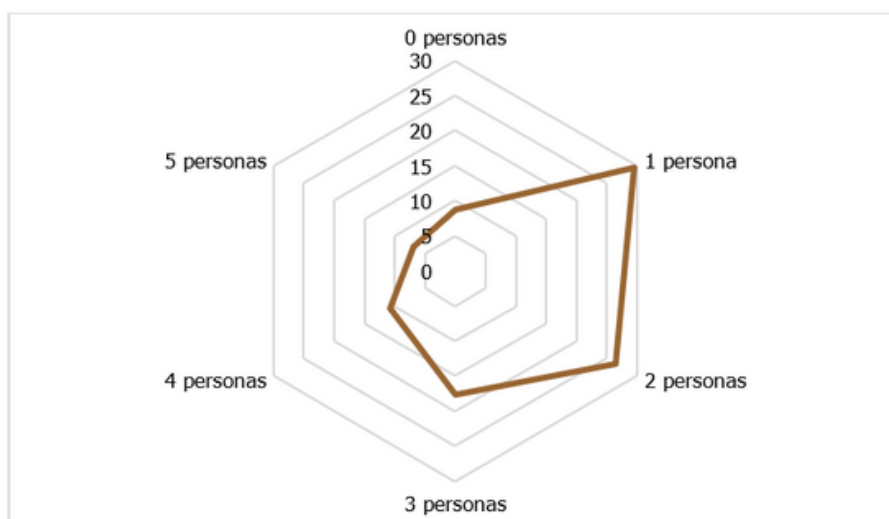


FIGURA 3.
Número de personas dependientes
elaboración propia (2020).

De las características sociodemográficas de las participantes y las condiciones de las unidades empresariales reflejadas en la ficha de caracterización por parte de las 102 mujeres que conformaron la UA (Tabla 4), se presentan los tres aspectos más sobresalientes:

En primera instancia, la procedencia de los recursos que dan origen a los emprendimientos femeninos, objeto de estudio, provienen fundamentalmente de los ahorros personales de las mujeres (56%) y de colectas familiares (11%), dado que previamente habían visualizado la posibilidad de quedar sin empleo y empiezan a reservar sus cesantías y parte de sus ingresos para iniciar su actividad empresarial, el resto de las iniciativas se gestan con créditos bancarios o familiares; sobresale claramente la ausencia de entidades gubernamentales que propicien o apoyen tales iniciativas, lo que concuerda con los argumentos del financiamiento informal para los ejercicios de los emprendedores en Colombia (Varela, et al, 2020)

Como segundo aspecto, se expone el tiempo de funcionamiento de los negocios, destacándose la sostenibilidad de estos, al evidenciar que un poco más de la mitad (55,8%) de las empresas ha logrado una supervivencia mayor a cinco años, por esta razón se pueden categorizar como negocios establecidos y un 22 % de las organizaciones se ubica en el rango entre dos y cinco años de funcionamiento, con lo cual solo la tercera parte corresponde a empresas nuevas.

En tercer lugar, se detectó que las unidades empresariales son la principal fuente de ingresos, que soporta el sostenimiento del grupo familiar de las emprendedoras analizadas, se refleja que el 21% de las mujeres depende en su totalidad de los recursos proporcionados por el negocio; en tanto que un 42 % de las empresarias destina más de la mitad de lo obtenido en sus emprendimientos para el sustento familiar y solo un tercio de las participantes dice no tener dependencia exclusiva de sus empresas.

TABLA 4
Bases del empoderamiento

Años de funcionamiento	(%)	Origen de los recursos	(%)	Ingresos para el sustento familiar	(%)	Número de empleados	(%)
Menos de 2	19	Ahorros Personales	56	Ninguno	4	Autoempleo	7
Más de 2 y menos de 5	21	Crédito Externo	25	Del 10 al 39%	31	De 1 a 5 Empleados	82
Más de 5 y menos de 10	22	Apoyo Familiar	11	Del 40 al 79%	42	De 6 a 10 Empleados	6
Más de diez	36	Ayuda externa	3	Del 80 al 100%	21	Más de 11 Empleados	4
NR	2	Otros	5	NR	2	NR	1

elaboración propia (2020).

Como elementos relevantes del estudio, es importante destacar los aspectos que se materializan en la Tabla 4, estos son: la vulnerabilidad de las mujeres, el origen de los ingresos, la generación de empleo y la falta de ayuda externa.

Con respecto de la vulnerabilidad, ésta se refleja al inicio de los emprendimientos y están directamente relacionados con las condiciones individuales de las participantes; en primer lugar, denota su *status* de mujeres cabeza de familia, en atención a que la gran mayoría (72%), tienen a su cargo como mínimo dos personas. Y en segunda instancia, se revela la connotación de ausencia total de ingresos para las mujeres y su núcleo familiar, ante la crisis generada por la nula posibilidad de un empleo, la ausencia de ingresos se convierte en el mayor detonante para los emprendimientos, por lo cual las participantes del estudio se aferran al autoempleo como la única opción para lograr recursos para el sostenimiento de su familia, otorgándole la clasificación de emprendimiento por necesidad a éste tipo de dinámicas (Amorós y Poblete, 2013).

El tercer aspecto, que demarca la importancia de la actividad emprendedora de este género, está representada en el factor social de los emprendimientos, al facultar el surgimiento de empleos, dado que, aunque el 33% de las iniciativas surgió con el único propósito de auto emplearse, se supera ampliamente el objetivo y debido al crecimiento alcanzado, un 26% de ellas logra dar respuesta a las necesidades de su entorno y engrosar la categoría dos que proporciona de uno a cinco empleos e igualmente, un 3% adquiere la categoría tres, que genera de 6 a 10 empleos.

El análisis cuantitativo permite visibilizar una falta total de apoyo por parte del Estado, como consecuencia, las mujeres deben aventurarse a ejecutar acciones que les permita realizar al mismo tiempo su función de madres y su actividad laboral, con el agravante de tener que procurarse los medios para conseguir el capital que requiere el inicio de sus negocios.

Criterios que orientan la acción emprendedora

A partir de la información recolectada en las entrevistas y con base en los conocimientos esbozados por las mujeres, se definieron y conceptualizaron tres categorías que sintetizan los criterios que cimentan el éxito de los emprendimientos y sustentan su empoderamiento económico, representadas en el emprendimiento femenino, la generación de empleo y la autonomía económica.

El emprendimiento femenino se expresa desde la concepción de las participantes, entre las que sobresalen los siguientes aportes:

“Soy la gerente y encargada de la parte financiera y de la toma de decisiones, así nadie decide por mí” (Entrevistada 2, comuna 6).

“Por ejemplo cuando uno va a ofrecer los productos a los señores les gusta tratar directamente con un hombre, en el caso de mi esposo, si voy yo me dicen no gracias y si va él le dicen sí. Pues, yo soy terca e insisto y le digo que es un reto, sacrificios porque uno sacrifica muchas horas con la familia, dinero, diversión porque cualquier dinero que llega ya no es para divertirse si no para hacer crecer el negocio” (Entrevistada 4, comuna 5).

“Mi experiencia en la parte empresarial la considero un éxito total, ya que llevo cerca de 10 años con mi empresa, iniciando de cero, pero creciendo día a día; adquiriendo conocimiento en la parte de mercadeo, de atención al cliente, de finanzas y de poner en práctica la misión y visión creadas desde un inicio” (Entrevistada 3, comuna 6).

Como puede observarse las emprendedoras, resaltan las dificultades que conlleva el hecho de ser empresaria, mujer y el empoderamiento para vencer las vicisitudes y sostener su negocio.

En cuanto a la generación de empleo, se detecta como elemento fundamental la necesidad de obtener ingresos para lo cual recurren al emprendimiento como medio de autoempleo, así lo expresan las participantes:

“Ya solo me falta la fecha para graduarme de administradora de empresas y eso también me ha motivado a emprender pues yo no quiero ser empleada, así por ahora solo me dé para mí, quiero aplicar los conocimientos que adquirí en mi propia empresa y algún día sé que será grande” (Entrevistada 1, comuna 7)

“El fin de mi empresa es auto emplearme y obtener un ingreso” (Entrevista 4, comuna 7)

“Esto del emprendimiento de la mujer beneficia mucha gente, para mí es una bendición poder ayudar a las personas. La manera en cómo este negocio ha contribuido también a otras pequeñas microempresarias” (Entrevistada 2, comuna 5)

Las observaciones permiten concluir que, en gran medida, el autoempleo se tipifica como una clase de emprendimiento por necesidad, como forma de obtención de ingresos y de autorrealización.

La autonomía económica, es vista como una característica personal que se genera a partir de la formación, que complementa la motivación del emprendimiento femenino con la finalidad de superar la dependencia y lograr reconocimiento dentro de su entorno, así lo afirman las participantes:

“La verdad creo que en este momento en Colombia hay esa limitación de la independencia en este momento, yo creo que las mujeres estamos antes ocupando más espacios que los hombres de pronto por aquello de que somos más responsables más dedicadas creo que no yo no he tenido ninguna dificultad no” (Entrevistada 3, comuna 1).

“Con mi negocio contribuyo al desarrollo económico, generando empleo a los habitantes de esta comuna y pues comprando acá en el barrio, esa es otra forma en la que contribuyo es que el dinero se queda en la misma zona, ya que se compra acá mismo todo, con eso las ganancias o sea el dinero circula en la misma zona” (Entrevistada 4, comuna 6).

De las respuestas, se denota que la autonomía económica surge de rasgos implícitos en la búsqueda del empoderamiento de las emprendedoras, que lleva a las mujeres a querer tomar sus propias decisiones, otorgándoles la fortaleza requerida para la sostenibilidad de sus empresas.

La interrelación de las tres categorías descritas anteriormente, permiten establecer que el emprendimiento femenino coadyuva a la generación de empleo, constituyéndose en un motor de desarrollo tanto a nivel familiar, propio y social, en este sentido, es necesario destacar el esfuerzo solitario de cada una de las participantes, que con este tipo de acciones gestan impactos socio económicos positivos en el entorno donde se desarrollan los emprendimientos, que se tornan en elementos constitutivos de autonomía económica, principio base del empoderamiento y la autodeterminación de las mujeres para la toma de decisiones, que potencian los ejercicios de liderazgo en sus respectivos contextos.

Los instrumentos empleados en este estudio como fueron la ficha de caracterización que manifiesta las condiciones socio económicas de las emprendedoras y las entrevistas semiestructuradas que muestran los criterios que orientan la acción emprendedora y las concepciones individuales que han llevado al sostenimiento de emprendimiento revisados, ayudan a comprender la interrelación en el análisis de la información obtenida.

DISCUSIÓN

La coyuntura actual muestra un preocupante incremento de los niveles de desempleo, en Colombia y en el mundo en general, otorgando relevancia al emprendimiento y potenciando su rol como generador de ingresos, al punto que las políticas públicas propician e incentivan su desarrollo, imprimiéndole un factor diferenciador al emprendimiento de género; aspecto que le atribuye un papel de importancia a su estudio, y que emerge como aspecto relevante tanto en el estudio cuantitativo como en el cualitativo.

En este punto, revisar las iniciativas existentes, caracterizarlas para establecer los elementos que posibilitan su impulso y se tornan en soporte del empoderamiento femenino, detectar las necesidades de las emprendedoras y las oportunidades de articulación con los aspectos de crecimiento organizacional, se convierte en una fuente natural de investigación; elementos que se viabilizan en el presente artículo y se proyectan como aristas para futuras investigaciones, en las cuales sería significativo destacar el empoderamiento y liderazgo de las mujeres jefe de hogar, así como su sensibilidad y aprecio por el mejoramiento socioeconómico de su entorno.

De esta forma, los casos de emprendimiento femenino revisados, son producto de las condiciones socio culturales del contexto en el que habitan y propio del ámbito socioeconómico colombiano; compatible con las características de emprendimiento por necesidad y la propensión a autoemplearse, que dan relevancia al componente social del emprendimiento y a las características individuales de su ejercicio, las que se fundamentan en las experiencias particulares de las emprendedoras y en las condiciones de sobrevivencia impuestas por el entorno, elementos ampliamente señalados como los dispositivos que propician y condicionan el emprendimiento (Amorós y Poblete, 2013; Baltar y Brunet, 2013; Banda y Morales, 2015; Ros y Lidón, 2018).

Cabe enfatizar, que la mayoría de las emprendedoras responden a la condición de mujer jefe de hogar, de conformidad con la normatividad nacional, con lo cual puede decirse que su aporte al desarrollo de sus

comunidades es invaluable, connotación que se articula con su contribución al mejoramiento del contexto en el que se desenvuelven y que las convierte en precursoras de desarrollo y cambio socioeconómico (Casson, 2003), aspecto que se ajusta también a la concepción de emprendimiento social definida por Bargsted (2013), al direccionar sus acciones emprendedoras para ocasionar bienestar en sus familias y en sus respectivos territorios, al mismo tiempo las lleva a superar el tradicional sentido de dependencia, lo que es un signo considerable de su empoderamiento, les permite también lograr el reconocimiento de sus condiciones de liderazgo.

También los resultados manifiestan que la procedencia de los recursos para la actividad emprendedora femenina es el capital propio, producto fundamentalmente de reservas individuales y de los aportes de la familia, que se solidariza para mejorar la realidad; situación que responde a las condiciones del entorno empresarial del país, descrito por Varela, et al (2020), en el que se muestra a los inversionistas informales como los principales promotores financieros para la generación y subsistencia de las iniciativas emprendedoras de los colombianos, evidenciándose además, la total inexistencia de apoyo de entidades gubernamentales, la poca eficacia de las políticas promulgadas para incentivar el emprendimiento femenino para el caso que nos ocupa.

En este punto se hace necesario precisar, que los programas y políticas del gobierno se enfocan exclusivamente en acciones de capacitación para mujeres vulneradas por la violencia, y que existe otro tipo de vulneraciones, mujeres que a pesar de no estar inmersas en la condición de víctimas de la violencia, también son vulnerables por no lograr ingresos producto de un empleo, que deben recurrir a la informalidad para alcanzar un mínimo nivel de capital que les permita iniciar gestiones emprendedoras con el ánimo de conseguir los recursos requeridos para el sustento propio y de su familia, lo que les confiere la característica de emprendedoras por necesidad y hacen parte del universo del autoempleo, dando lugar a otra problemática, que aunque no es el objeto de estudio de la investigación vale mencionarse, como es la situación de que difícilmente alcanzarán una pensión y que puede dar origen a nuevas investigaciones.

Todo lo anterior, permite que en este artículo se represente a las mujeres como individuos activos de emprendimiento y como sujetos políticos, autónomos, en tanto decidieron ser empresarias, a quienes su amor por la familia y su responsabilidad las lleva a sobreponerse a las condiciones adversas impuestas por la hegemonía masculina y la poca credibilidad de los agentes con los que se interrelacionan, situación que les permite comprender su verdadera dimensión en la sociedad, a la que impactan con su aporte y sensibilidad al generar empleo y valor agregado, tanto en la dimensión económica como en la social; que posibilita no solo su reconocimiento como líderes sino su empoderamiento económico, condición que las hace merecedoras de ser visualizadas y reivindicadas.

CONCLUSIONES

Este estudio permite concluir que el emprendimiento es una opción generalizada de supervivencia para las mujeres participantes en esta investigación, provenientes de las ocho comunas en que se divide la ciudad de Villavicencio, sin distinción de edad, estrato o nivel de educación, a la que llegan por iniciativa propia, la mayoría de ellas sin tener formación para la actividad empresarial, asumiendo los riesgos que ello conlleva.

Respecto de las características sociales y económicas, merece señalarse que la totalidad de los negocios contexto de estudio son micro y pequeñas empresas, que iniciaron por necesidad para obtener su autoempleo. Las conclusiones del estudio permiten denotar tres aspectos de relevancia en el desarrollo de los emprendimientos revisados, como son: que estos se soportan en las características individuales y el conocimiento adquirido por las mujeres a lo largo de los años, la sostenibilidad de los negocios y el sentido de pertenencia de las emprendedoras.

De las características individuales, es preciso destacar que los conocimientos y experiencias acumuladas de las partícipes del proyecto, se constituyen en elemento fundamental para el ejercicio emprendedor, a pesar de las dificultades personales y familiares a las que se enfrentan en el diario vivir, como hijas cuidadoras

responsables, madres, compañeras o mujeres a cargo de su familia y a las condiciones del mercado, percibido éste último, como la principal amenaza para la supervivencia de los pequeños negocios. Son precisamente sus vivencias y experiencia, las que construyen el aprendizaje para enfrentar y superar las amenazas, forjadoras del carácter y la determinación de mantener la operación de sus emprendimientos, no solo como medio de sostenimiento y educación propios, sino como el generador de ingresos, lo que les permite alcanzar la independencia económica base del empoderamiento.

Igualmente, producto de la citada individualidad y de sus aprendizajes, el estudio de las 102 unidades de negocio revisadas, es viable concluir su oposición a la tendencia mundial de los ejercicios emprendedores que sucumben en los primeros dos años, por el contrario, la gran mayoría de las participantes ha logrado la sostenibilidad de sus negocios en un horizonte superior a diez años y una quinta parte supera los veinte años de existencia; aspecto que demuestra claramente su condición de perdurabilidad.

En cuanto a la condición social de los emprendimientos, las participantes demuestran un alto sentido de pertenencia por su contexto y de ejercicios de liderazgo, connotación que se percibe como resultante de la capacidad de las emprendedoras para pasar del empleo autónomo a la creación de empleo para los integrantes de las familias y para el entorno en el que se desenvuelven, coadyuvando en el mejoramiento de la economía de la ciudad, factores que enmarcan la actividad en la categoría de emprendimiento social femenino, no obstante, surge la preocupación por las escasas posibilidades de pensionarse que ellas perciben, máxime cuando más del 50%, ya sobrepasa los cuarenta años y no aportan a la seguridad social.

Otro elemento por develar como parte de las conclusiones es la ausencia total de las políticas del gobierno en torno al fortalecimiento del emprendimiento femenino, por cuanto se promulgan políticas generales, pero no existen lineamientos o estrategias que fortalezcan la actividad de género como motora del crecimiento económico. Por ello, este artículo se enfoca en la necesidad de visibilizar los esfuerzos individuales, concerniente a las mujeres emprendedoras, en tanto, las agendas, normas y planes de gobierno, solo contemplan casos de mujeres victimizadas y desplazadas, dejando a un lado la inclusión de aquellos ejercicios empresariales y económicos que lideran y empoderan a las mujeres, en coherencia con el gran papel que desempeñan en el crecimiento económico de sus familias, de su contexto y de la sociedad en general.

Por último, es necesario señalar, la importancia de programas de capacitación y fortalecimiento empresarial que lleguen a todo tipo de iniciativas de emprendimiento y fundamentalmente, que incluya a las mujeres que con ausencia total de apoyo han logrado este tipo de desarrollos, para lograr su trascendencia no solo a lo largo del tiempo sino también en sus formas de organización empresarial.

Financiamiento

Este artículo deriva del proyecto de investigación *“Mapeo participativo de experiencias exitosas de mujeres, como sujeto activo de emprendimiento en la ciudad de Villavicencio”*, el cual fue financiado por la Universidad de los Llanos, de conformidad con los resultados de la convocatoria para el fortalecimiento a los grupos de investigación categorizados.

Agradecimientos

Las autoras de este estudio expresan su agradecimiento a la Universidad de los Llanos, a los expertos que contribuyeron con la revisión de los instrumentos, a las empresarias de las ocho comunas de la ciudad de Villavicencio que participaron en el proyecto, y a los/as estudiantes que colaboraron en el desarrollo de esta investigación.

REFERENCIAS

- Acebedo, M. J. y Velasco, M. (2017). Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos CIEG. *Revista Arbitrada del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales*, (27), 102-116. [https://www.grupociieg.org/archivos_revista/Ed.%2027%20\(102-116\)%20Acebedo%20Afanador-enero%202017_articulo_id290.pdf](https://www.grupociieg.org/archivos_revista/Ed.%2027%20(102-116)%20Acebedo%20Afanador-enero%202017_articulo_id290.pdf)

- Aguayo, E. C. y Hinrichs, J. S. (2015). Curadoras de semillas: entre empoderamiento y esencialismo estratégico. *Revista Estudios Feministas*, 23(2), 347-370. <https://dx.doi.org/10.1590/0104-026X2015v23n2p347>
- Aguilar, M. E, Ojeda, N., e Islas, J. Y. (2019). Independencia del ingreso económico materno y su relación con la socialización de género con hijos e hijas. *Culturales*, 7(e358). <https://doi.org/10.22234/recu.20190701.e358>
- Alean, A., Del Rio, J., Simancas, R. y Rodríguez, C. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 107-123. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.1470>
- Álvarez, C., Noguera, M. y Urbano, D. (2012). Condicionantes del Entorno y Emprendimiento Femenino: Un Estudio Cuantitativo en España. *Economía industrial*, (383), 43-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903896>
- Alvord, S., Brown, D. & Letts, C. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282. <https://doi.org/10.1177/0021886304266847>
- Amorós, JE. y Poblete, CC. (2013). *Aspiraciones de los emprendedores en Chile y el mundo*. GEM. <https://negocios.ud.cl/gemchile/files/2014/10/Reporte-GEM-Chile-2013-web.pdf>
- Baltar, F. y Brunet, I. (2013). Estructura de oportunidades y comportamiento emprendedor: Empresarios argentinos en Cataluña, España. *Migraciones internacionales*, 7(2), 9-38. <https://doi.org/10.17428/rmi.v7i25.693>
- Banda, AL. y Morales, MA. (2015). Empoderamiento psicológico: un modelo sistémico con componentes individuales y comunitarios. *Revista de Psicología*, 33(1), 3-20. <https://doi.org/10.18800/psico.201501.001>
- Bargsted, AM. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar*, 13(25), 121-132. <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a09.pdf>
- Bethencourt, L. y Carrillo, M. (2014). Mujeres, empoderamiento y transformaciones socioeconómicas y políticas. Caso municipio Valdez, estado Sucre. *Cuadernos del CENDES*, 31(85), 157-161. http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_cc/article/view/7057
- Camarena, M. E. y Hernández, L. H. (2018). *El emprendimiento como factor de empoderamiento femenino*. (Mayo/Junio) 24-26. Universidad Nacional Autónoma de México. http://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id_articulo=543
- Casique, I. (2010). Factores de empoderamiento y protección de las mujeres contra la violencia. *Revista Mexicana de Sociología*, 72(1), 37-71. <https://www.jstor.org/stable/25677031>
- Casique, I. y Castro, R. (2014). *Expresiones y contextos de violencia contra las mujeres en México. Resultados de la Endireh 2011 en comparación con sus versiones previas 2003 y 2006*. Instituto Nacional de las Mujeres, Universidad Nacional Autónoma de México. <https://www.crim.unam.mx/web/sites/default/files/Expresiones%20y%20contextos%20de%20la%20violencia.pdf>
- Casson, M. (2003). Emprendimiento, cultura empresarial y teoría de la empresa. In ZJ, Acs y DB, Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research. Serie de manuales internacionales sobre emprendimiento*, Springer. http://doi.org/10.1007/0-387-24519-7_10
- Código Sustantivo del Trabajo. (2022, 3 de junio). Artículo 10. [Código]. DO: 52035. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html
- Comisión de Mujeres y Desarrollo. (2007). *El proceso de empoderamiento de las mujeres, Guía metodológica*. Bruselas: Comisión de Mujeres y Desarrollo. https://dhls.hegoa.ehu.es/uploads/resources/4668/resource_files/proceso_empoderamiento_mujeres_CFD.pdf
- Congreso de Colombia. (2008, 17 de julio). Artículo 2. Ley que modifica la Ley 82 de 1993, Ley Mujer Cabeza de Familia y se dictan otras disposiciones [Ley 1232 de 2008]. DO: 47.053. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1232_2008.html
- Congreso de Colombia. (2 de junio de 1994). Artículo 71. *Ley tendiente a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios* [Ley 136 de 1994]. DO: 41.377. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=329
- Congreso de Colombia. (27 de enero de 2006.). Ley de fomento a la cultura del emprendimiento [Ley 1014 de 2006]. DO: 6.164 http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

- Congreso de Colombia. (31 de mayo de 2000). Ley que reglamenta la adecuada y efectiva participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público [Ley 581 de 2000]. DO: 44.026. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0581_2000.html
- Constitución política de Colombia [Const.] (1991). Artículo 43 [Capítulo II]. DO: 52035. <http://www.secretariassenado.gov.co/constitucion-politica>
- Coque, J. y Díaz, F. D. (2013). El emprendimiento colectivo. En G. Lejarriaga, S. Martín y A. Muñoz (Dir.). *40 años de historia de las Empresas de Participación*. Verbum.
- Covarrubias, R. y Ochoa, I. (2018). Empoderamiento de las mujeres indígenas y turismo. Un caso en Cómala, Colima, México. *Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género*, (22), 197-218. http://bvirtual.ucol.mx/descargables/833_11_articulo_09-1-21.pdf
- Delgado, D., Martínez, B., Zapata, E., y Alberti, P. (2010). Identidad y Empoderamiento de mujeres en un proyecto de capacitación. *Ra Ximhai*, 6(3), 453-467. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46116015013>
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (2020, 21 de marzo). Capítulo 3. Decreto paridad en los empleos de nivel directivo. [Decreto 455 de 2020]. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=110635
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]. (2019). *Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), Mercado Laboral por Sexo (diciembre 2018 - febrero 2019)*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_genero/bol_eje_sexo_dic18_feb19.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]. (2020). *Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), Mercado Laboral por Sexo. (diciembre 2019 – febrero 2020)*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_genero/bol_eje_sexo_dic19_feb20.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]., y ONU Mujeres Colombia (2020). Boletín estadístico: Empoderamiento Económico de las Mujeres En Colombia. <https://colombia.unwomen.org/es/biblioteca/publicaciones/2019/09/boletin-estadistico>
- Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local. [Conferencia] *VII Congreso Nacional e internacional de Administración, y XI CONAMerco (Congreso de Administración del MERCOSUR)*. Buenos Aires, Argentina.
- Galeano, E. (2020). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Fondo Editorial Universidad Eafit.
- González, B.V., Vargas, S.M y Pineda, M.S. (2017). Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia. *Criterio Libre*, 15(26), 215-236. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/1048>
- Horbath, J. y Gracia, A. (2014). Discriminación laboral y vulnerabilidad de las mujeres frente a la crisis mundial en México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 14(45), 465-495. <http://www.scielo.org.mx/pdf/est/v14n45/v14n45a6.pdf>
- Jaramillo, C. D. y Canaval, G. E. (2020). Violencia de género: Un análisis evolutivo del concepto. *Universidad y Salud*, 22(2), 178-185. <https://doi.org/10.22267/rus.202202.189>
- Martínez, M. (2010). Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación. *Palabra Clave*, 13(1), 161-173. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1641/2076>
- Martínez, M. y Rojas, L. (2016). Una nueva mirada a la participación masculina en el trabajo doméstico y el cuidado de los hijos en México. *Estudios demográficos y urbanos*, 31(3), 635-662. <https://doi.org/10.24201/edu.v31i3.14>
- Marulanda, FA, Montoya, IA. y Vélez, JM. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Revista científica Pensamiento Y Gestión*, (36). 206-238. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n36/n36a08.pdf>
- Naciones Unidas., y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). Autonomía de las Mujeres e igualdad en la agenda de desarrollo sostenible. *XIII Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe*. Montevideo, Uruguay. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40633/4/S1601248_es.pdf
- Ordoñez, D., Castillo, A., y Rodríguez, I. (2021). Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación. *Población y Desarrollo*, 27(52), 69–91. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2021.027.52.069>

- Pérez, B. (2011). *Reseña crítica del empresario en la fisiocracia y la economía clásica. Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 17(47), 27-38. <http://ri.ujat.mx/bitstream/20.500.12107/1895/1/-482-400-A.pdf>
- Plaza, J. J., Uriguen, P. A. y Bejarano, H. F. (2017). Validez y Confiabilidad en la Investigación Cualitativa. *Revista ARJÉ*, 11(21), 352-357. <http://arje.bc.uc.edu.ve/arj21/art24.pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD] Colombia. (2018). ODS en Colombia: Los retos para 2030. <https://www.undp.org/es/colombia/publications/ods-en-colombia-los-retos-para-2030>**
- Ros, T. y Lidón, B. (2018). La experiencia del empoderamiento en mujeres mayores de 65 años. Estudio cualitativo. *Revista Gerokomos*, 29(1), 3-8. <http://gerokomos.com/wp-content/uploads/2018/03/29-1-2018-003.pdf>
- Sabater, C. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *Femeris*, 3(2), 55-78. <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>.
- Sánchez, A. (2017). Empoderamiento, liberación y desarrollo humano. *Psychosocial Intervention*, 26(3) 155–163. <https://doi.org/10.1016/j.psi.2017.05.001>
- Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106. <https://doi.org/10.15665/rde.v12i2.281>
- Tarapuez, E., Guzmán, B. y Parra, R. (2018). Factores que determinan la intención emprendedora en América Latina. *Revista Suma de Negocios*, 9(19), 56-67. <http://dx.doi.org/10.14349/sumneg/2018.V9.N19.A7>
- Tulla, A. F., Pallarés, M. y Vera, A. (2018). Emprendimiento e innovación de las mujeres: hacia una mayor sostenibilidad en las áreas rurales de montaña. *Cuadernos Geográficos*, 57(3), 36-57. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v57i3.5770>
- Varela, R., Moreno, J., Soler, J., Pereira, F., Osorio, F., Gómez, E., López, M., Parra, L., Martínez, P., Peñuela, J. y Gómez, L. (2020). *Dinámica de la Actividad Empresarial en Colombia*. GEM-Universidad Icesi. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50496>