

Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas

Empoderamiento de la mujer colombiana por intermedio de la internacionalización de emprendimientos

Maestría en Gerencia Internacional

Empoderamiento de la mujer colombiana por intermedio de la internacionalización de emprendimientos

Empowerment of Colombian women by means of entrepreneurship internationalization

Diana Marcela Hernández Prada*†,

Director del trabajo de grado

Anne Marie Zwerg†

* Fundadora y Consultora en DH Business Consulting. Fundadora en Ropademoda.com.co E-mail: dianahepr@unisabana.edu.co

† Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de La Sabana, autopista norte de Bogotá, D.C., Chía (Cundinamarca), Colombia. Email: anne.zwerg@unisabana.edu.co

Resumen: El empoderamiento de las mujeres es un tema tendencia a nivel mundial. Las desigualdades de género, el maltrato en todas sus versiones y la carencia de oportunidades laborales son algunos retos que enfrentan las mujeres en la actualidad. El emprendimiento femenino ha sido un recurso para alcanzar independencia y flexibilidad económica. Las emprendedoras están aprovechando oportunidades de crecimiento y el ingreso a nuevos mercados a través de la internacionalización. Sin embargo, existe una escasa proyección internacional en la creación de emprendimientos femeninos en Colombia. Por lo anterior, el objetivo de este trabajo es determinar el impacto del empoderamiento de la mujer colombiana al internacionalizar sus emprendimientos. Esta investigación es de tipo descriptiva y analítica. Se realizó bajo la metodología cualitativa permite analizar la relación entre la internacionalización de emprendimientos y el empoderamiento de la mujer. Así mismo, se realizaron entrevistas que permitieron comprender desde las experiencias vividas de mujeres colombianas en donde enfoques, uno mujeres emprendedoras y por otro lado expertas en temas de emprendimiento, el impacto de internacionalizar sus emprendimientos. De esta manera, se espera proporcionar un aporte a la literatura sobre el empoderamiento de mujeres colombianas a través de la internacionalización de emprendimientos.

Palabras clave: Empoderamiento de mujeres, emprendimiento internacionalizacional, emprendimiento por mujeres.

Abstract: The empowerment of women is a trending topic worldwide. Gender inequalities, abuse in all its versions and the lack of job opportunities are some of the challenges that women face today. Women's entrepreneurship has been a resource for achieving independence and economic flexibility. Entrepreneurs are taking advantage of growth opportunities and entering new markets through internationalization. However, there is little international projection in the creation of feminine ventures in Colombia. Therefore, the objective of this work is to determine the impact of the empowerment of Colombian women by internationalizing their ventures. This research is descriptive and analytical. It was carried out under the qualitative methodology to analyze the relationship between the internationalization of enterprises and the empowerment of women. Likewise, interviews were conducted that allowed understanding from the lived experiences of Colombian women where approaches, one entrepreneurial women and on the other hand experts in entrepreneurship issues, the impact of internationalizing their ventures. In this way, it is expected to provide a contribution to the literature on the empowerment of Colombian women through the internationalization of enterprises

Keywords: Women's empowerment, international entrepreneurship, women's entrepreneurship

1. La mujer colombiana en los procesos de emprendimiento

1.1 Contexto

Las pequeñas y medianas empresas – PyMEs— son un factor fundamental en la generación de empleo y en el crecimiento de los países (Sánchez et al., 2007). El emprendimiento empresarial se promueve como la bandera para sacar adelante la economía nacional (Romero, 2017).

Los emprendimientos desarrollados en Colombia se consideran principalmente como una posibilidad económica del momento, y muy pocos planificados con proyección internacional. Los negocios de mujeres son, en promedio, más pequeños, más propensos a organizarse como comerciantes, en sectores de menor estatus ocupacional, crecen más lentamente, tienen menos ventas y son menos rentables (Eib & Siegert, 2019).

Entre 2014 y 2018 en Colombia, la participación de las mujeres en la creación de empresas con respecto a los hombres aumentó, de 44.1% a 48.3% (Portafolio, 2019). Asimismo, según el Global Entrepreneurship Research Association en el informe GEM 2018, en Colombia el 17,8% de las mujeres adultas se encuentran fundando empresas en etapa temprana. Según datos de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) el 38,7% de los representantes legales de las organizaciones son mujeres y entre 2016 y 2018 las mujeres crearon 5.074 empresas con ayuda de la CCB (Fakih, 2019). Por otra parte, las mujeres en Colombia son las propietarias del 47.3% de los micronegocios, en su mayoría de actividades económicas en hoteles, restaurantes y bares, así como en industrias manufactureras y otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales (DANE, 2016)

Entre tanto, en un mundo en donde la desigualdad de género es aún latente, en donde los recursos productivos son limitados, argumentan las condiciones en las cuales una mujer enfrenta su iniciativa empresarial (Heller, 2010). La falta de oportunidades laborales, la búsqueda de lo que realmente apasiona, el equilibrio entre compartir tiempo con la familia, el trabajo, los hijos, así como, obtener empoderamiento económico, son tan solo algunos de los argumentos por los que una mujer decide iniciar su propia idea de negocio (Eib & Siegert, 2019).

Por consiguiente, la generación de ideas de negocios sostenibles, la creación de empresas innovadoras y la internacionalización, son componentes esenciales para lograr generación de empleo, y crecimientos de las economías mundiales (Forum, 2019). En Colombia “para el trimestre abril - junio 2019, la tasa de desempleo para las mujeres fue 12,9%, y para los hombres 8,0%.” (DANE, 2019). Asimismo, según datos del Global Entrepreneurship Monitor – GEM, las intenciones de emprendimiento en Colombia han disminuido en un 6.9% del año 2017 al 2018, a pesar de la tendencia de crecimiento que se experimentaba desde 2014 (GEM, 2018).

En la actualidad, aún se evidencia las desigualdades de género y su relación con las posibilidades de educación (Brandão, Marques, & Lam, 2019). En Colombia, en el marco de la visita de la Consejera Presidencial de EE. UU. Ivanka Trump, y su lanzamiento de la Academia de Mujeres Emprendedoras, incentivó a que el Presidente Iván Duque se pronunciara y anunciara que: “el Gobierno va a avanzar en un documento de política pública que guíe la actual administración “en lo que tiene que ver con la inclusión financiera de la mujer” (Justicia, 2019). La importancia del Emprendimiento Femenino en Colombia trasciende a la actividad productiva y se refleja en una sociedad más sana, donde las mujeres puedan realizarse económicamente (Fakih, 2019).

La presente investigación se desarrollará partiendo del problema de investigación, del cual se ocasionan los objetivos general y específico. Se continúa con la justificación y la revisión de la

literatura en donde se destaca el Emprendimiento Femenino, la Desigualdad de Géneros, el Empoderamiento Femenino y la Internacionalización de Emprendimientos. Se prosigue con la metodología de la investigación, que es de tipo descriptiva y analítica, y bajo la técnica cualitativa, que permite analizar la relación entre la internacionalización de emprendimientos y el empoderamiento de la mujer. Asimismo, se realizaron entrevistas a profundidad a mujeres emprendedoras que fueron sugeridas como casos de éxito por mujeres expertas que trabajan con emprendimiento femenino. De allí, se analizan los resultados de la investigación y se aportan las conclusiones.

1.2 Problema de investigación

La informalidad en los Micronegocios en Colombia es de 74,6%, de los cuales no tienen ningún registro ante Cámara de Comercio (DANE, 2016). La falta de ingresos económicos permanentes y las escasas oportunidades laborales en el país han fortalecido el tipo de “emprenderismo por necesidad”, concepto referente a la población de escasos recursos que decide iniciar una vida laboral como independiente (o en trabajos de tipo cuenta-propia) (Acuña, 2017). Esta realidad evidencia un problema latente en cuanto a la escasa proyección internacional, en la creación de emprendimientos desarrollados por mujeres colombianas.

1.3 Objetivo general

Determinar el impacto del empoderamiento de la mujer colombiana al internacionalizar sus emprendimientos.

1.4 Objetivos específicos

- Analizar la posición de emprendimiento de mujeres colombianas
- Exponer casos de mujeres colombianas y sus emprendimientos.
- Formular estrategias para impulsar la internacionalización de emprendimientos desarrollados por mujeres colombianas.
- Caracterizar el empoderamiento femenino a través del emprendimiento.
- Realizar un aporte a la literatura sobre el tema de empoderamiento de mujeres colombianas a través de la internacionalización de emprendimientos.

1. Justificación

Como mujer ejecutiva y madre de dos hijos, he podido experimentar de primera mano las dificultades en equilibrar el empleo y la familia. Asimismo, he vivenciado la desigualdad de género, en donde se valora más a los profesionales masculinos, asumiendo que tienen más tiempo para dedicarle a la empresa, que las mujeres que tienen familia con hijos. Por otro lado, la crítica a las mujeres trabajadoras por contar con un empleo, y dedicarle una llamada a sus hijos, juzgando por su falta de compromiso con la empresa, al estar pendiente de su familia en un horario laboral.

Por otra parte, como mujer de mentalidad humanística, defiende y reconozco el esfuerzo, la dedicación, la responsabilidad, los sacrificios, el amor y la pasión que destinan las mujeres a sus familias, sus trabajos y sus emprendimientos. Consiente de la realidad que vivimos, y agradecida por los privilegios con los que cuento en formación y experiencia laboral. Mi Atención va dirigida

a buscar el progreso de otras mujeres quienes no han tenido las mismas oportunidades en la vida, y de acuerdo a ello, esta investigación de trabajo de grado busca aplicar los grandes conocimientos y aprendizajes en la Maestría en Gerencia Internacional, para proyectarme y dedicar mis capacidades y conocimientos a una nueva iniciativa de consultoría, dirigida a mujeres con habilidades emprendedoras, y hacer realidad sus ideas de negocio, contribuyendo a la formalización, desarrollo y fortalecimiento integral empresarial, encaminadas hacia el éxito.

2. Revisión de la literatura

3.1 Emprendimiento Femenino:

El emprendimiento está relacionado directamente con las capacidades que tienen las personas de aunar esfuerzo, actitud, aptitud, creatividad e innovación para darle vida a su idea de negocio (Lozano, 2019). La habilidad emprendedora consiste en identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar una idea de negocio, asimismo, como posibilidad de trabajo independiente permitiendo mayores posibilidades de manejo del tiempo, y a su vez, generación de ingresos propios (Heller, 2010).

En el contexto nacional presentando en la figura 3, se evidencia como del año 2017 al 2018 las intenciones y las capacidades de los emprendedores en Colombia obtuvieron una disminución, y, por el contrario, se observa un crecimiento en las oportunidades percibidas. Es decir que, a pesar de que las oportunidades para emprender en Colombia están retomando desarrollo, el descenso fue desde el año 2011. Asimismo, las intenciones de emprendimiento han coincidido con decrecimientos en los años en donde hay cambios de Gobierno Presidencial, es decir, ante la incertidumbre, los emprendedores prefieren posponer sus ideas de negocios antes de enfrentarse a políticas nuevas, que puedan intimidar sus esfuerzos de crecer como empresarios.

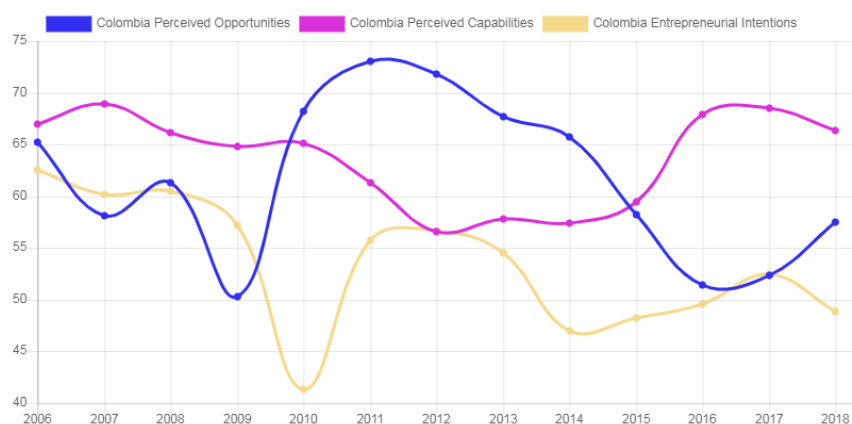


Figura 3. Intenciones, Capacidades y Oportunidades de Emprendimiento en Colombia
Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

La disponibilidad de recursos financieros para las pymes en Colombia es insuficiente, como se observa en la figura 4, en Latinoamérica, el único país con recursos financieros para apoyar a los emprendedores es Brasil. Entre tanto, Colombia tiene un puntaje de 1.97, lo que significa altamente insuficiente, es decir que, la medida en que las políticas públicas apoyan el emprendimiento es deficiente, no se considera de esta manera el emprendimiento como un tema económico relevante. Asimismo, es de destacar que, las razones más notables para discontinuar un negocio en Colombia, es por problemas de rentabilidad o finanzas (Bosma & Kelley, 2019).

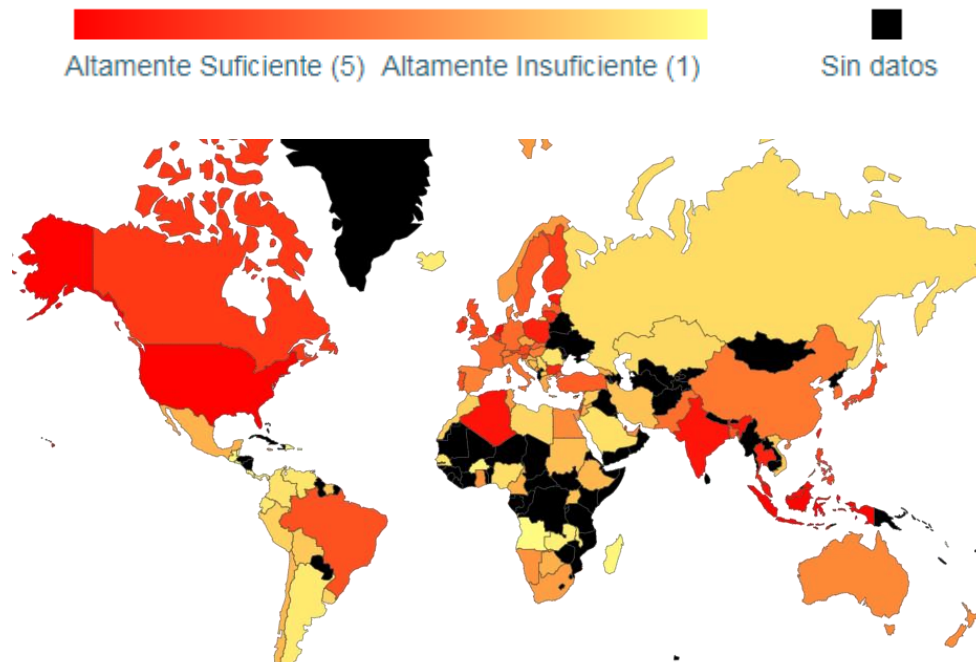


Figura 4. La disponibilidad de recursos financieros (capital y deuda) para pequeñas y medianas empresas (PYME) (incluidas subvenciones y subsidios)
Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

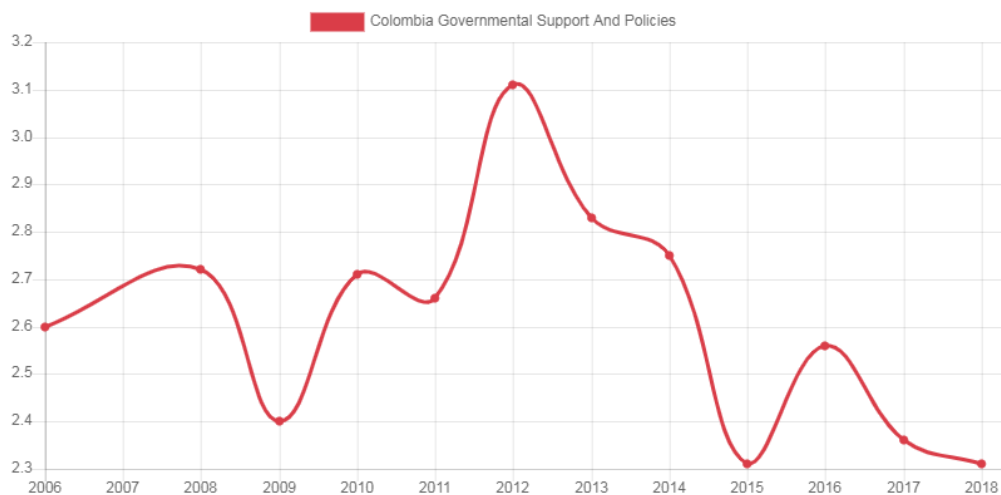


Figura 5. Apoyo y Políticas Gubernamentales en Colombia
Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

En Colombia, las personas inician sus ideas de negocios sin contar con una línea de apoyo mediante políticas gubernamentales, a pesar de contar con una cultura y normas sociales que promueven el emprendimiento, el país no se ve respaldado con la relevancia y con las regulaciones que deberían encaminar a un empresario en formación (Gómez-Núñez et. al, 2018).

El emprendimiento femenino está directamente relacionado con los cambios en las tradiciones familiares, y esto se refiere específicamente a las dimensiones culturales, la igualdad de género, la conciencia social y el empoderamiento de la mujer, debe enfrentar limitantes impuestos por las sociedad, las instituciones, la cultura y la economía, lo que ha dificultado el desarrollo de sus ideas de negocios (Santos et.al, 2019). Las mujeres emprendedoras pueden desempeñar papeles cruciales en el proceso de desarrollo económico si tienen igualdad de oportunidades y acceso a los recursos (Minniti & Arenius, 2003).

La tasa de actividad emprendedora y el porcentaje de las mujeres involucradas para Colombia resalta un poco más que en países como Brasil y Argentina en Latinoamérica, incluso más que en Estados Unidos en Norte América (Anexo 1). Así mismo, la tendencia de mujeres involucradas versus hombres en actividades emprendedoras se ha mantenido a partir del año 2016 que inició su crecimiento hasta el año 2018 (Anexo 2). A pesar de ello, el porcentaje de la población femenina de 18 y 64 años, que es emprendedora o propietaria de una nueva empresa en Colombia, luego de disfrutar de una tendencia positiva a partir del año 2013 al 2017, ha obtenido una tendencia de decrecimiento para el año 2018 de 24.2% (Anexo 3) (GEM, 2018).

3.2 Desigualdad de Géneros:

Se ha sesgado la visión de las mujeres con espíritu empresarial, a acomodar las obligaciones familiares como trabajar en tiempo parcial, o tener el negocio dentro del hogar, lo que antepone la percepción de la mujer como madres y cuidadoras principalmente, que como emprendedoras. Adicionalmente, el significado de la desigualdad de género va encaminado a esperar que las mujeres dediquen más tiempo a las responsabilidades familiares y menos tiempo a sus empresas (Kantor, 2009). Por otro lado, los prejuicios de género han llevado al trabajo infantil femenino, con el objetivo de apoyar la subsistencia familiar, lo que radica en limitantes para su progreso, arriesgando su acceso a la educación, lo cual les proporciona el conocimiento y las capacidades para tener éxito en las actividades empresariales (Abu-Ghaida & Klasen, 2004).

Existen estereotipos de emprendedor con características masculinas, como la asertividad, toma de riesgos, reconocimiento de oportunidades y crecimiento económico, lo cual afecta la decisión, el compromiso y el desarrollo de las mujeres como emprendedoras (Eib & Siegert, 2019).

Un estudio de empresarios en Irlanda descubrió que los hombres empresarios pasaban más tiempo trabajando, mientras que las mujeres empresarias tenían más probabilidades de trabajar a tiempo parcial y dedicar más tiempo a las responsabilidades familiares, lo que sugiere, el espíritu empresarial desigual (Drew & Humbert, 2012) y mayores desafíos con la gestión del tiempo (Backett-Milburn et al., 2008).

En culturas con desigualdad de género, las creencias inhiben a las mujeres en entornos empresariales. Estos prejuicios de género evitan que las mujeres obtengan oportunidades o recursos que están disponibles para los hombres, incluso cuando todas las demás calificaciones son las mismas (Sarfaraz et al., 2014). Así mismo, cuando el grupo de mujeres empresarias aumenta en estas culturas, sus relaciones interpersonales se generan con escasos recursos y con compromisos que no van relacionados con la idea de negocio, lo que genera una disminución de valor a su crecimiento empresarial (Batjargal et al., 2017).

El autoempleo en el hogar dio la oportunidad de generar ingresos y de desafiar la tradición del dominio masculino, negociando su identidad como subordinadas. A pesar de que se ha incrementado el igualitarismo de género en la economía global, todavía hay expectativas sociales

sobre el trabajo de las mujeres relacionado con la etapa de desarrollo económico de un país (Al-Dajani & Marlow, 2010).

En Colombia las mujeres participan en el mercado laboral en menor igualdad que los hombres, alrededor de 20 puntos porcentuales. En cuanto a la tasa de desempleo, la de las mujeres estuvo sobre el 12.3% en 2017 y la de los hombres en 7.2% en el mismo año. La presencia de niños en el hogar hace que las mujeres participen menos, estén menos ocupadas, estén más desempleadas o más subempleadas, y tengan menos empleos formales. Por otra parte, se evidencia la importancia del nivel educativo en las mujeres, en donde de esta manera, se reducen las brechas con los hombres, excepto en el caso de la brecha salarial (Galvis, 2019).

3.3 Empoderamiento Femenino:

Se define el empoderamiento como “las personas – tanto mujeres como hombres- puedan tomar control de sus vidas: definir sus propias agendas, adquirir habilidades (o que sus habilidades y conocimiento sean reconocidos), aumentar la confianza en sí mismos, resolver problemas, y ser autosuficientes” (Organización de Naciones Unidas, Entidad para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres., 2011).

El empoderamiento permite el desarrollo de capacidades para el acceso y manipulación de recursos, al tiempo que gestiona espacios de participación en el ámbito social lo que contribuye a la inclusión y la equidad de género como elemento indispensable para la superación de la pobreza y a la calidad de vida de las mujeres (Ramírez-Martínez, Martínez-Becerra, & Calderón, 2016).

El emprendimiento femenino ha sido considerado como un camino para obtener empoderamiento económico (Eib & Siegert, 2019), es decir, una circunstancia en la que las mujeres experimentan ganancias financieras y poder de negociación (Evans et al, 2018). El trabajo y la creación de bienes o servicios que sea valorado en el mercado externo permite desafiar los compromisos familiares establecidos y aumenta el autoestima (Al-Dajani & Marlow, 2010). La creación de emprendimientos por parte de las mujeres fortalece su empoderamiento, y su incursión en nuevos roles en un mercado eminentemente masculino (Heller, 2010). Esto significa que, las mujeres pueden ser empoderadas a través de sus actividades empresariales que les dan más flexibilidad económica y autonomía (Datta & Gailey, 2012).

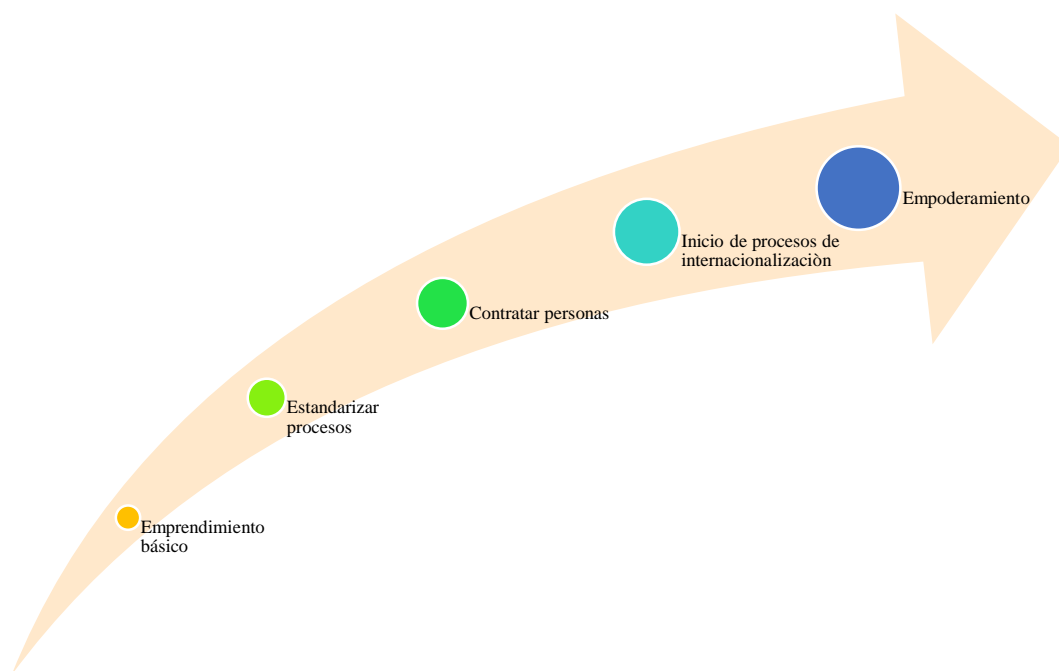


Figura 1 Camino Hacia el Empoderamiento Económico. Elaborado por la autora.

El camino hacia el empoderamiento económico, conlleva varios pasos que las mujeres han superado. Inicialmente, con su emprendimiento básico ejercen independencia económica, sin embargo al superar y progresar este emprendimiento, estandarizando procesos, contratando personal, iniciando su proceso de internacionalización, fortalecen su independencia económica, su confianza y su seguridad, con lo cual experimentan el empoderamiento femenino.

El empoderamiento económico femenino en Colombia aumentará cuando las mujeres tengan más independencia para tomar decisiones sobre sus vidas, puedan utilizar sus talentos y habilidades y recibir un pago justo por esto. Este empoderamiento necesariamente debe pasar por aumentar la participación laboral femenina, reducir las brechas frente a los hombres en términos de ocupación, tasa de desempleo y salarios, lograr una mejor distribución de las labores de trabajo doméstico y de cuidado no remuneradas y promover cambios culturales (Galvis, 2019).

3.4 Internacionalización de Emprendimientos:

El interés de los emprendimientos femeninos a los temas de negocios internacionales es evidente y ha progresado, sin embargo, su papel como mujeres emprendedoras y su proceso de internacionalización es un tema poco estudiado en la literatura (Terjesen, 2011); (Anggadwita et. al, 2017); (Palalic et. al, 2017).

Los diferentes entornos de emprendimiento existentes en los países relacionados con su cultura, economía, finanzas, instituciones, infraestructura, políticas y programas contribuyen en la capacidad de las mujeres empresarias para ingresar al mercado internacional (Brush et al, 2018). En un estudio mundial de 62 sociedades, se evidencia que las características culturales de un país son de gran importancia, debido a que implica cambios en el desarrollo normal de las cosas a causa de las creencias culturales sobre el género (Thom, 2006). Según el último informe del Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019, los países con mayor representatividad femenina en las tasas totales de actividad empresarial (TEA) en etapa temprana por género entre adultos (de 18 a 64 años), fueron Angola, Guatemala, Chile, Perú y Madagascar (Bosma & Kelley,

2019). En la siguiente comparación (Figura 2), se puede identificar como la masculinidad de estos países mencionados anteriormente, comparados con Colombia es inferior, y esto supone que, son sociedades principalmente femeninas con valores de cuidado de los demás, en donde la calidad de vida es señal de éxito, se valora la igualdad, la solidaridad y los conflictos se resuelven mediante compromiso y negociación. Por el contrario, Colombia, es una sociedad masculina, en donde el foco es hacia el éxito y la competencia, a menudo sacrifican el ocio por el trabajo (Hofstede Insights, 2019).

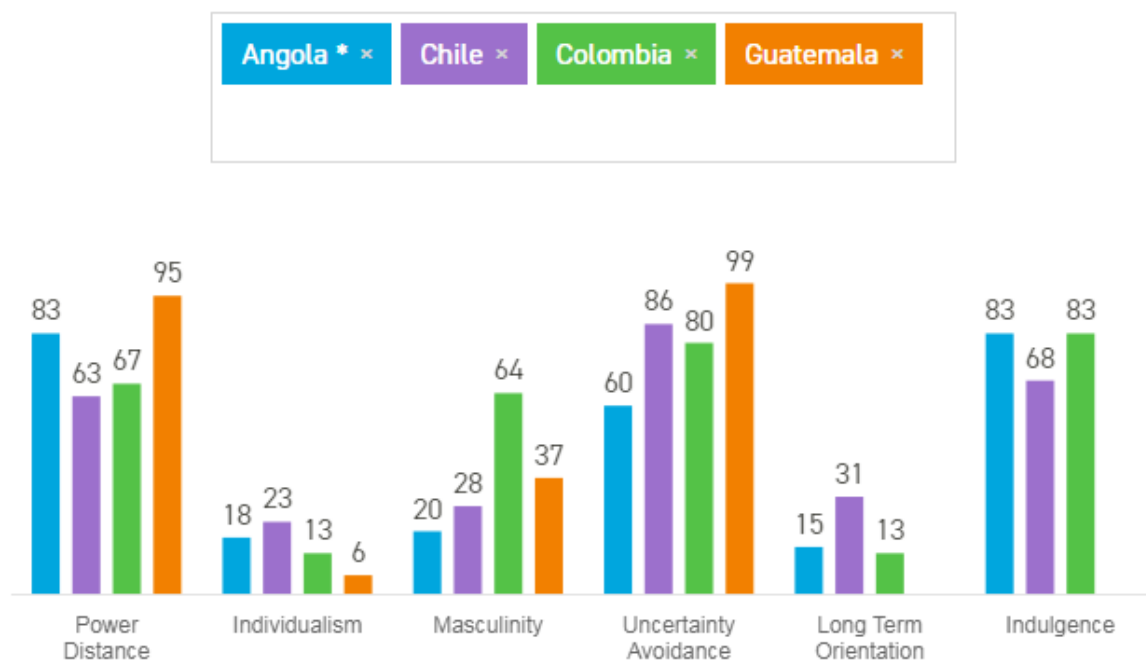


Figura 2 Comparación de países Modelo 6-D © (Hofstede Insights, 2019).

La experiencia de las mujeres empresarias es importante porque influye en las condiciones sociales y en los procesos de internacionalización (Moreira et al, 2019). La visión del conocimiento propone que, los emprendedores a medida que obtienen información buscarán entrar en nuevos mercados (Jones et. al, 2011). La competencia y la demanda limitada de los mercados nacionales son un punto de partida para la internacionalización de las empresas. Las mujeres emprendedoras están aprovechando oportunidades de crecimiento, y el ingreso a nuevos mercados a través de la internacionalización (Moreira et al, 2019).

Adicionalmente, según sus fortalezas naturales, son más adecuadas que los hombres para desarrollar roles de liderazgo intercultural (Tung, 2004). Así mismo, en cuanto a la consolidación de relaciones interpersonales de los emprendedores, los estudios han demostrado que las emprendedoras tienen redes más grandes que los emprendedores masculinos (Loscocco et al., 2009).

3. Metodología

Esta investigación es de tipo descriptiva y analítica, se realizó bajo la metodología cualitativa que permite analizar la relación entre la internacionalización de emprendimientos y el

empoderamiento de la mujer. Asimismo, se realizaron entrevistas a profundidad en dos (2) enfoques, por un lado a mujeres emprendedoras, y por otro lado a mujeres expertas en emprendimientos, que permitieron comprender desde sus experiencias vividas el impacto de internacionalizar emprendimientos.

Para desarrollar la investigación se utilizó el diseño documental a través de la consulta de documentos.

Entrevistas a profundidad: Los casos reales son un motivante para el lector, por ello se realizaron entrevistas a diez (10) mujeres, seis (6) de ellas emprendedoras y cuatro (4) de ellas expertas en orientar emprendimientos (las mujeres emprendedoras fueron sugeridas como casos de éxito por las mujeres expertas entrevistadas). Con el objetivo de conocer el impacto que genera para las mujeres emprendedoras la internacionalización de sus emprendimientos, a través del proceso de orientación que han tenido y los temas que requieren para su entrenamiento.

Los materiales utilizados para este procedimiento fueron: computador, programa de reuniones virtuales, micrófono interno del pc, cámara de video interna del pc, hoja con preguntas.

2. Resultados/Discusiones

Desde las entrevistas a profundidad realizadas a mujeres emprendedoras y expertas en orientación a emprendimientos, se define lo siguiente (Anexo 5):

Nota: Las entrevista a profundidad está grabadas para efectos de la investigación. Las entrevistadas dieron su aprobación verbalmente de la misma al iniciar la entrevista. Sin embargo, por seguridad y confidencialidad se utilizarán únicamente los primeros nombres.

Emprendimiento Femenino

La falta de oportunidades laborales, la búsqueda de lo que realmente apasiona, el equilibrio entre compartir tiempo con la familia, el trabajo, los hijos, así como, obtener empoderamiento económico, son tan solo algunos de los argumentos por los que una mujer decide iniciar su propia idea de negocio (Eib & Siegert, 2019). Lo anterior, se pudo confirmar con las entrevistas a profundidad, en donde se analizó que, los emprendimientos nacen desde las tradiciones familiares, las situaciones que se van presentando en la vida, hasta las necesidades propias como no ser empleada y/o los hijos, así como las necesidades del mercado, por lo que se evidencia la habilidad emprendedora. Que, como se mencionó inicialmente, consiste en identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar una idea de negocio, asimismo, como posibilidad de trabajo independiente permitiendo mayores posibilidades de manejo del tiempo, y a su vez, generación de ingresos propios (Heller, 2010).

"Uno sacrifica tiempo valioso con sus hijos, y realmente en ocasiones no es reconocido"

Martha Q.

"La mayoría de emprendimientos son de mujeres, porque la mujer es la que tiene la capacidad de persistir, ¿Por qué?, porque somos capaces de llevar a un hijo nueve meses, y nosotras entre más la barriga se va poniendo grande, más queremos cuidar a ese niño. Pero como un hombre no lleva nueve meses, entonces el todo lo quiere hacer momentáneo, si no le

dio ya, deja eso tirado, pero nosotras tenemos esa capacidad divina, es una capacidad que Dios nos dio, de persistir y de tener esa capacidad" Ruth.

"ha sido un crecimiento profesional y personal. Entender que con este emprendimiento nos estamos ayudando a nivel familiar. Tener nuestro propio tiempo, valoramos mucho el tiempo para invertirlo en la familia." Ana María.

La incertidumbre, la desesperanza, la falta de convicción, la tristeza, el desaliento, la soledad, el abandono, la falta de reconocimiento, la desorientación, la falta de conocimiento de su producto, la desorganización, la informalidad, son algunas de las limitaciones sociales, culturales, económicas y personales que debe enfrentar una mujer, para desarrollar su idea de negocio. Lo que evidencia la afirmación de Valdeci Ferreira dos Santos, "El emprendimiento femenino está directamente relacionado con los cambios en las tradiciones familiares, y esto se refiere específicamente a las dimensiones culturales, la igualdad de género, la conciencia social y el empoderamiento de la mujer, debe enfrentar limitantes impuestos por las sociedad, las instituciones, la cultura y la economía, lo que ha dificultado el desarrollo de sus ideas de negocios (Santos et.al, 2019)".

"Y algo que aprendimos desde hace varios años estando en territorio, es que las mujeres ante todo necesitaban un apoyo real en el emprendimiento productivo, para que desde ahí puedan generar capital social, apropiarse de conocimiento, empoderamiento, políticas públicas, porque nuestras mujeres del territorio, no tienen opciones de trabajo real, las mujeres campesinas rurales, tienen su pequeño trabajo en su granja, o finca, pero en los recorridos, nuestras mujeres, todas están dispuestas a lavar ropa, pues solo dos personas salen para lavarle la ropa, de resto todas, tienen que lavar su propia ropa, no hay fuentes de empresas, de productividad, de emprendimiento. Las mujeres son el motor del desarrollo social del país"
Martha A.

"Las mujeres somos capaces de muchas cosas, lo que pasa es que a veces nos puede más el miedo arriesgarnos, pero me doy cuenta que las mujeres podemos llegar muy lejos cuando nos proponemos algo" Diana Elisabeth.

"La emprendedora lo sabe todo, nos enseñan cómo sobrevivir a la adversidad, pero si les hace falta motivación" Adriana.

"La gente cree que la riqueza es solo el billete, el billete llega después que usted vea cuál es su verdadera riqueza". Ruth.

Desigualdad de Genero

La desigualdad de género sigue latente y las mujeres enfrentan diferentes situaciones y sentimientos para poder sacar su iniciativa empresarial adelante. Tristeza, decepción, frustración, rabia, porque esperan encontrar un escenario de igualdad laboral, de entender que las mujeres son

capaces de ser buenas profesionales, lo que asegura lo argumentado por Heller “en un mundo en donde la desigualdad de género es aún latente, en donde los recursos productivos son limitados, argumentan las condiciones en las cuales una mujer enfrenta su iniciativa empresarial (Heller, 2010)” y por Al-Dajani, H., & Marlow “A pesar de que se ha incrementado el igualitarismo de género en la economía global, todavía hay expectativas sociales sobre el trabajo de las mujeres relacionado con la etapa de desarrollo económico de un país (Al-Dajani & Marlow, 2010)”.

“en los últimos tiempos se ha mostrado muy fuerte el tema de emprendimiento con la mujer, que tenemos la capacidad en muchas áreas de la misma forma y de la mano con los hombres” Ana María, de crearlas menos que un hombre por ser mujer, falta de reconocimiento que es “vital y las llena de fortaleza para continuar” Martha A. Porqué, “Primero fueron hijas, luego fueron madres, nunca fueron ellas” Adriana.

“Nosotras trabajamos y llegamos a la casa a seguir trabajando. Cosa que no pasa con la mayoría de los hombres, ellos trabajan y llegan a la casa a descansar. Ellos se siembran. Se acuestan, ven televisión, ven noticias, ven lo que quieran ver. Nosotras llegamos y, la tarea del niño, la cena, todo está listo para mañana, terminar de revisar si quedaron cosas pendientes del trabajo, es un turno adicional, igual de largo, con una responsabilidad mucho más grande que son sus hijos.” Isabel Cristina.

“La mujer tiene mucha sabiduría por sus tradiciones, porque la economía y el cuidado a recaído sobre ellas, es una experta”. Adriana.

Sin embargo, estos sentimientos las empoderan y las fortalecen aún más para seguir trabajando, confiando en sus capacidades y hacer las cosas cada vez mejor.

“uno debe seguir confiando en lo que uno está haciendo, el éxito es tener errores para poder mejorar” Isis.

Empoderamiento Femenino

El verse trabajando y creando productos y/o servicios para llevarlos al mercado externo, les permite sentirse más independientes e importantes para su grupo familiar y social. El reconocimiento de su esfuerzo y su trabajo, las hace sentir más especiales. Y se certifica que la demanda limitada de los mercados nacionales, son un punto de partida para la internacionalización. Lo que va relacionado inicialmente con la afirmación de Al-Dajani & Marlow “El trabajo y la creación de bienes o servicios que sea valorado en el mercado externo permite desafiar los compromisos familiares establecidos y aumenta el autoestima (Al-Dajani & Marlow, 2010)”. Y por otro lado, lo antedicho por Moreira “La competencia y la demanda limitada de los mercados nacionales son un punto de partida para la internacionalización de las empresas. Las mujeres emprendedoras están aprovechando oportunidades de crecimiento, y el ingreso a nuevos mercados a través de la internacionalización (Moreira et al, 2019)”.

"El desarrollo social de ellas inicia con el emprendimiento". Martha A.

"Mujeres que no podían hablar en público porque eran muy tímidas, y ya verlas empoderadas vendiendo su producto, es un tema muy satisfactorio" Diana Elisabeth.

"Yo quisiera a futuro salir del país, poder mirar mercados que tienen un poder de adquisición más grande y valoran el tejido artesanal." Martha Q.

"Si no lo sé me lo invento" Isabel Cristina.

Internacionalización de Emprendimientos

No se evidencia la proyección internacional desde su creación, su prioridad es el crecimiento regional y nacional. Así mismo, se observa que las mujeres emprendedoras que han tenido la oportunidad de salir del país, tienen dentro de sus objetivos la internacionalización de sus emprendimientos. Lo que va de la mano con lo expuesto por Moreira Jones "La experiencia de las mujeres empresarias es importante porque influye en las condiciones sociales y en los procesos de internacionalización (Moreira et al, 2019). La visión del conocimiento propone que, los emprendedores a medida que obtienen información buscarán entrar en nuevos mercados (Jones et. al, 2011)".

"Todavía hay mucho miedo, existen muchos mitos y los emprendedores no se arriesgan a crecer, llegan con mucha inseguridad y es importante que lo trabajen. Aunque vemos que son estudiantes los que quieren exportar sus emprendimientos, en arriesgarse, porque ellos han tenido la oportunidad de hacer sus estudios fuera del país y se han dado cuenta que afuera hay oportunidades. Es un grupo importante que tenemos que apoyar, porque han demostrado resultados" Liliana.

También, Se verificó que la cantidad de personas que trabajan en sus emprendimientos no superan las 7 personas, las decisiones que toman en sus negocios son basadas en su experiencia como mujeres emprendedoras, el entorno (nacional e internacional), así como la experiencia de otras personas, lo que influye en sus condiciones sociales y en su proceso de internacionalización.

Asimismo, con quienes interactúan al tomar estas decisiones, en su gran mayoría, es con su familia, lo que las convierte en potenciales para incursionar en mercados internacionales, según lo antedicho por Forum "al ser empresas mayormente familiares, y con pocas personas, o en su mayoría una sola para tomar decisiones, se convierten en potenciales para incursionar en mercados internacionales (Forum, 2019)".

Entre tanto, la estandarización de procesos, así como el conocimiento de los procesos de internacionalización son escasos, la idea que tienen sobre este tema es, en su mayoría, por experiencias propias en sus emprendimientos, así como por la realización de cursos.

Tabla 1. Respuestas de Emprendedoras - ¿Qué sabes de los procesos de internacionalización?

<p>j) ¿Qué sabes de los procesos de internacionalización?</p>	<p>No mucho, realmente estuvimos en este curso en el cual aprendimos como internacionalizar los productos, comercializarlos, que tenemos que tener en cuenta a nivel legal para exportar servicios.</p>	<p>Muy poco realmente, me ha costado un poco la internacionalización de producto. Con ProColombia hicimos un estudio con México pero nos dimos cuenta que era muy costoso enviar un producto y no sería competitivo. Hice otra participación en una Feria Internacional. Pero no he seguido buscando la forma de enviar un producto físico como tal, ciertas cantidades, como tal una exportación no. Pero, me he dedicado a mejorar el producto, nuevos diseños.</p>	<p>La verdad no mucho, apenas hablé con un amigo que es relacionista internacional, y me comentaba más del tema del peso, de la aduana y los impuestos que hay que pagar por ellos. Por eso no he querido investigar mucho, porque con eso, me puse un poco alejada del tema y preferí no investigar a fondo. Pero estoy abierta a todo.</p>	<p>No mucho, con la experiencia que tuvimos cuando fuimos a Milán siempre fue un poco complicado, conlleva varios procesos, requerimientos de la Aduana, El ICA, todos los registros para poder salir del país, además de que los envíos fuera del país son bastante costosos.</p>	<p>Sé poco. Si he escuchado en el grupo de Procolombia. Primero hay que tener un alistamiento, en todo, que la empresa esté muy bien legalizada, que esté cumpliendo con sus normas, su parte financiera, empresarial. Que esa estructura la gente la tenga clara, no es lo mismo que operar acá.</p>	<p>Certificación OEA, proceso con Bonaire, me tocó aprender. No se mucho, se los documentos que tengo que certificar del invima ertc. Por necesidad no por decir voy aprender.</p>
---	---	---	--	--	---	--

Tabla 2. Respuesta Expertas - ¿Tienen nociones o intenciones de procesos de internacionalización?

<p>h) ¿Tienen nociones o intenciones de procesos de internacionalización?</p>	<p>No. Ninguna</p>	<p>Si claro. Varias. Ahora tenemos un grupo de diseñadoras que quieren exportar carteras, sandalias, tejidos. De hecho con woman together tenemos alianza.</p>	<p>Sí tiene nociones, pero ya hay que profundizar mucho en trámites, condiciones de acceso y ahí está nuestra labor, darles a conocer la información a través de las diferentes herramientas con las que contamos.</p>	<p>No por el perfil de ellas. Nosotros trabajamos con poblacion vulnerable y no tienen esa visión, nosotros como comité de la Alianza si estamos mirando esas posibilidades.</p>
---	--------------------	--	--	--

Asimismo, las expertas visualizan en ellas miedo, inseguridad, renuncia y ausencia de motivación al riesgo, en las intenciones de convertir sus emprendimientos, en una empresa seria que sea capaz de llevar sus productos y/o servicios a diferentes partes del mundo.

A pesar de ello, la emoción, felicidad y sobre todas las cosas la satisfacción, son los sentimientos que priman en las mujeres emprendedoras, al pensar que su iniciativa podría internacionalizarse.

De la misma forma se observa, carencia en la obtención de la información, dificultad para conseguir conocimiento en temas como costeo de productos, términos legales, generación de vínculos comerciales, impuestos, permisos de envío, en sí, requisitos para exportar, un posible limitante para la búsqueda de ingresar a nuevos mercados.

“en si no hay una entidad que le diga a uno como hacerlo. No hay una entidad que hable del paso a paso y el detalle de cada paso.” Isabel Cristina.

"La formación académica es muy importante pero más importante es la experiencia, y esa experiencia la adquirimos de la misma información que nos brindan los empresarios" Liliana.

3. Conclusión

El emprendimiento femenino es la partida para generar empoderamiento económico, desarrollando herramientas de sostenibilidad desde el Gobierno, que incentiven y acompañen todo el proceso, se puede lograr una fuente importante de desarrollo económico del país. Gozando del crecimiento que ha obtenido el emprendimiento femenino en Colombia durante los últimos años, aumentando del 44.1% al 48.3% entre 2014 y 2018, la participación de las mujeres en la creación de empresas con respecto a los hombres (Portafolio, 2019).

La internacionalización de emprendimientos es un tema poco estudiado, lo cual limitó la profundidad literaria de la investigación, pero incentiva a trabajar y ahondar más sobre estos temas relevantes para la sociedad femenina, que cada vez está más globalizada y le interesan estos contenidos como se evidenció en los resultados de esta investigación.

La desigualdad de género sigue latente y las mujeres enfrentan diferentes situaciones y sentimientos para poder sacar su iniciativa empresarial adelante. Tristeza, decepción, frustración, rabia, porque esperan encontrar un escenario de igualdad laboral, de entender que las mujeres son capaces de ser buenas profesionales.

Sin embargo, estos sentimientos las empoderan y las fortalecen aún más para seguir trabajando, confiando en sus capacidades y hacer las cosas cada vez mejor.

El verse trabajando y creando productos y/o servicios para llevarlos al mercado externo, les permite sentirse más independientes e importantes para su grupo familiar y social. El reconocimiento de su esfuerzo y su trabajo, las hace sentir más especiales. Y se certifica que la demanda limitada de los mercados nacionales, son un punto de partida para la internacionalización

No se evidencia la proyección internacional desde su creación, su prioridad es el crecimiento regional y nacional. Así mismo, se observa que las mujeres emprendedoras que han tenido la oportunidad de salir del país, tienen dentro de sus objetivos la internacionalización de sus emprendimientos.

También, Se verificó que la cantidad de personas que trabajan en sus emprendimientos no superan las 7 personas, las decisiones que toman en sus negocios son basadas en su experiencia como mujeres emprendedoras, el entorno (nacional e internacional), así como la experiencia de otras personas, lo que influye en sus condiciones sociales y en su proceso de internacionalización.

Asimismo, con quienes interactúan al tomar estas decisiones, en su gran mayoría, es con su familia, lo que las convierte en potenciales para incursionar en mercados internacionales.

Entre tanto, la estandarización de procesos, así como el conocimiento de los procesos de internacionalización son escasos, la idea que tienen sobre este tema es, en su mayoría, por experiencias propias en sus emprendimientos, así como por la realización de cursos.

4. Referencias

- Brandão, A. M., Marques, A. P., & Lam, R. (2019). Género, Empreendedorismo e Autonomização Profissional. *Revista Eletrônica Gestão & Sociedade*, 2. doi:10.21171/ges.v13i35.2529
- Abu-Ghaida, D., & Klasen, S. (2004). The costs of missing the Millennium Development goal on gender equity. *World Development*, 32(7), págs. 1075–1107.

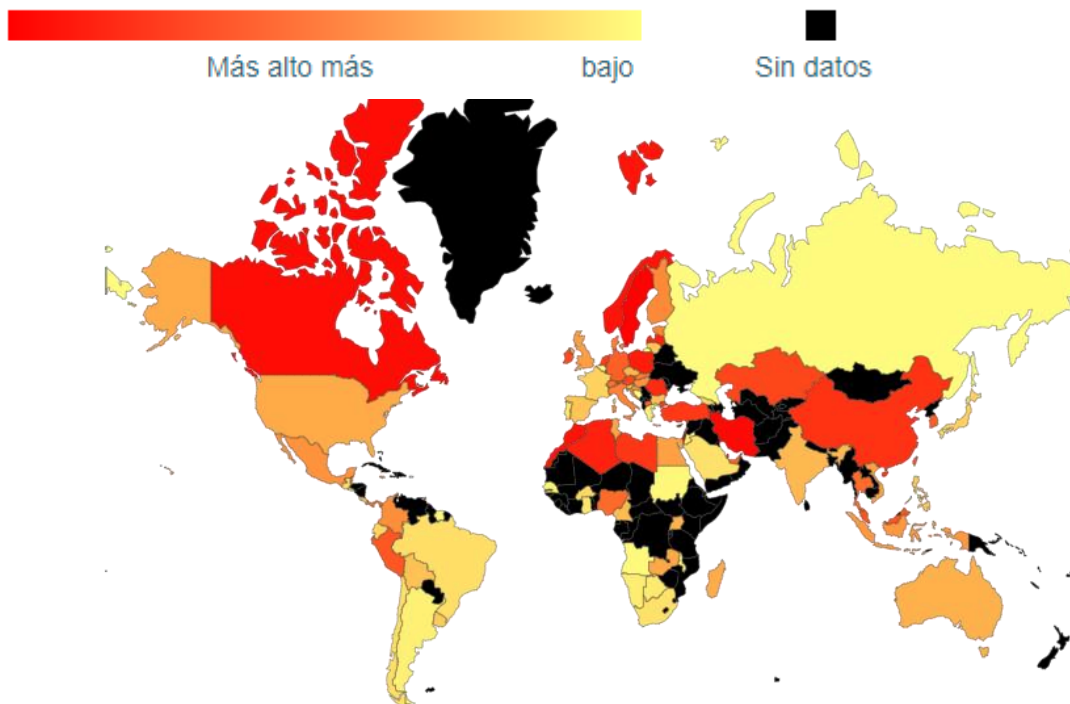
- Acuña, O. A. (2017). *www.dinero.com*, Análisis. Recuperado el 03 de 10 de 2019, de *www.dinero.com*: <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/el-emprenderismo-por-necesidad-caso-colombia-por-oscar-espinosa/250369>
- Al-Dajani, H., & Marlow, S. (2010). Impact of women's home-based enterprise on family dynamics: Evidence from Jordan. *International Small Business Journal*, 28(5), págs. 470–486.
- Anggadwita et. al. (2017). Sociocultural environments and emerging economy entrepreneurship: Women entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(1), págs. 85–96.
- Backett-Milburn et al. (2008). Family comes first or open all hours?: How low paid women working in food retailing manage webs of obligation at home and work. *Sociological Review*, 56(3), págs. 474-496.
- Batjargal et al. (2017). Women and men entrepreneurs' social networks and new venture performance. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 2009(1), págs. 1-6. doi:<https://doi.org/10.5465/ambpp.2009.44247734>
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019*. the Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Brush et al, C. (2018). A gendered look at entrepreneurship ecosystems. *Small Business Economics*, págs. 1-16.
- DANE. (2016). *Micronegocios 2015*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE.
- DANE. (2019). *Mercado Laboral según Sexo*. DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Bogotá: DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- Datta, P., & Gailey, R. (2012). Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, 569–587.
- Drew, E., & Humbert, A. (2012). Men have careers, women have babies': unequal parental care among Irish entrepreneurs. *Community, Work & Family Journal*, 15, págs. 49-67. doi:<https://doi.org/10.1080/13668803.2011.580128>
- Eib, C., & Siegert, S. (2019). Is Female Entrepreneurship Only Empowering for Single Women? Evidence from France and Germany. *Social Sciences*, 1.
- Evans et al, C. A. (2018). Women's empowerment and nonprofit sector development. Nonprofit and Voluntary Sector. *Quarterly*, 47(4), págs. 856–871.
- Fakih, S. G. (2019). <https://forbes.co/>. Obtenido de <https://forbes.co/https://forbes.co/2019/11/10/red-forbes/por-que-es-importante-el-empredimiento-femenino-en-colombia/>
- Forum, F. –W. (2019). Small Firm Internationalisation and International Entrepreneurship. En E. A. Wehner (Ed.), *International Business Conference 2019* (pág. 1). Würzburg: University of Applied Sciences Würzburg-Schweinfurt.
- Galvis, Á. M. (2019). *Informe de Empoderamiento Económico de las Mujeres en Colombia*. Gobierno de Colombia.
- GEM. (2018). *www.gemconsortium.org*. Obtenido de www.gemconsortium.org: <https://www.gemconsortium.org/data>
- Gómez-Núñez et. al. (2018). *Estudio de la Actividad Empresarial GEM Colombia*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. *CEPAL - Serie mujer y desarrollo*(93), 1-83.

- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. *CEPAL - Serie mujer y desarrollo*(93), 8.
- Hofstede Insights. (2019). www.hofstede-insights.com. Obtenido de www.hofstede-insights.com: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/angola,chile,colombia,guatemala/>
- Jones et. al. (2011). International entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), págs. 632–659.
- Justicia. (2019). Las mujeres fueron el centro de la agenda de Ivanka Trump en Bogotá. *El Tiempo*. Obtenido de eltiempo.com/justicia/servicios/resumen-de-la-visita-de-ivanka-trump-a-colombia-este-martes-408472
- Kantor, P. (2009). Women's Exclusion and Unfavorable Inclusion in Informal Employment in Lucknow, India: Barriers to Voice and Livelihood Security. *World Development*, 37, págs. 194-207. doi:10.1016/j.worlddev.2008.05.002
- Loscocco et al. (2009). A comparison of women's and men's small business networks. *Gender & Society*, 23(3), 388-411.
- Lozano, A. M. (2019). Análisis de la relación entre los indicadores de emprendimiento y desempleo en Colombia entre los años 2008 a 2018. *Análisis de la relación entre los indicadores de emprendimiento y desempleo en Colombia entre los años 2008 a 2018*, 4. Ibagué,: Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Administración de Empresas.
- Minniti, M., & Arenius, P. (2003). The Entrepreneurial Advantage of Nations, First Annual Global Entrepreneurship Symposium. *Women in Entrepreneurship*. New York: United Nations Headquarters.
- Moreira et al, J. (2019). A systematic review of women's entrepreneurship and internationalization literature. *Thunderbird Int. Bus. Rev*, 61, págs. 635– 648.
- Organización de Naciones Unidas, Entidad para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres. (2011). Women's Empowerment Principles. *Equality Means Business*, 11.
- Palalic et. al. (2017). Entrepreneurship in Bosnia and Herzegovina: focus on gender. *European Business Review*, 29(4), 476–496.
- Portafolio. (2019). Las mujeres emprenden porque quieren, los hombres porque lo necesitan. *Portafolio*. Obtenido de <https://m.portafolio.co/negocios/emprendimiento/radiografia-de-la-mujer-colombiana-en-el-emprendimiento-527234>
- Ramírez-Martínez, C., Martínez-Becerra, L. M., & Calderón, L. K. (2016). Capital Social y Empoderamiento en mujeres para disminución de pobreza en Colo. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(76), 693-708.
- Romero, A. (2017). <https://dernegocios.uexternado.edu.co/>. Obtenido de <https://dernegocios.uexternado.edu.co/>: <https://dernegocios.uexternado.edu.co/negociacion/la-importancia-del-emprendimiento-en-colombia/#:~:text=La%20importancia%20del%20emprendimiento%20en%20Colombia%20radica%20en%20la%20capacidad,los%20casos%20PYMES%5B1%5D>.
- Sánchez et al., J. J. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las pymes en Colombia. *Scientia et Technica*, 1(34), 1-4. doi: <http://dx.doi.org/10.22517/23447214.5629>
- Santos et.al, V. F. (2019). Female Entrepreneurship: Evolution, Current Challenges, and Future Prospects. *International Journal of Business Administration*, 10(5), 1.

- Sarfaraz et al. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 2(6), págs. 1-11.
- Terjesen, S. (2011). Does the presence of independent and female directors impact firm performance? A multi-country study of board diversity. *Journal of Management & Governance*, págs. 1-38. doi:10.1007/s10997-014-9307-8
- Thom, W. (2006). Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies. (R. e. House, Ed.) *Journal of Applied Christian Leadership*, 1(1), págs. 55-71.
- Tung, R. L. (2004). Female expatriates: The model global manager? . *Organizational Dynamics*, 33(3), págs. 243-253. doi:https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2004.06.002

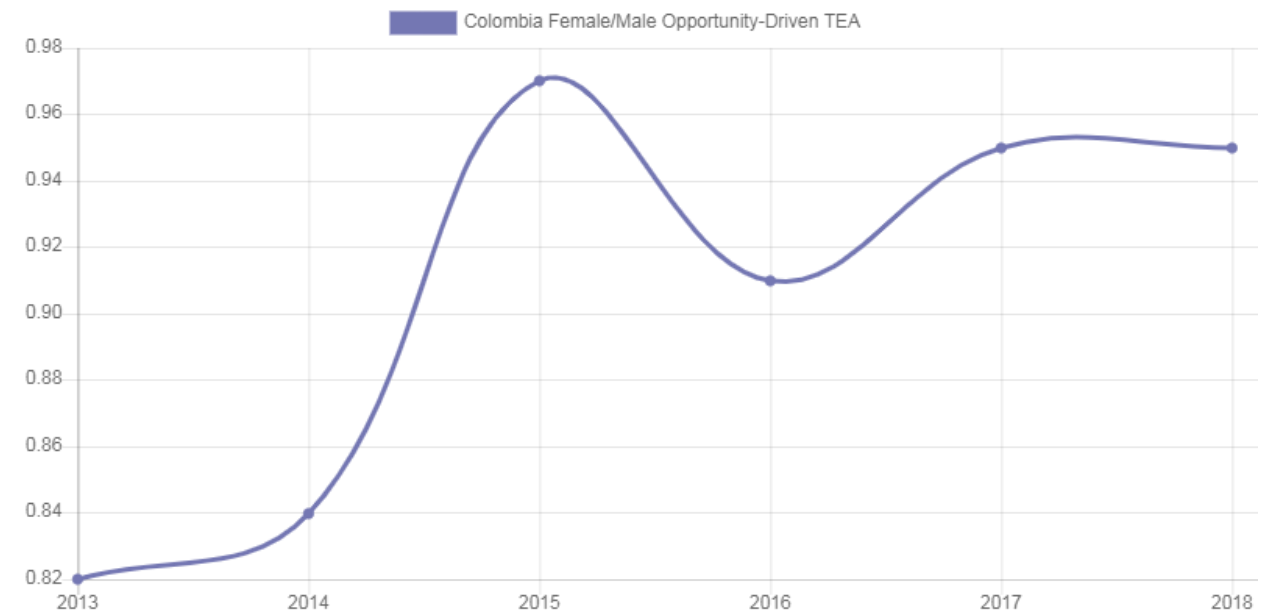
Anexo 1

Porcentaje de la población femenina de entre 18 y 64 años que es emprendedora o propietaria de una nueva empresa



Anexo 2

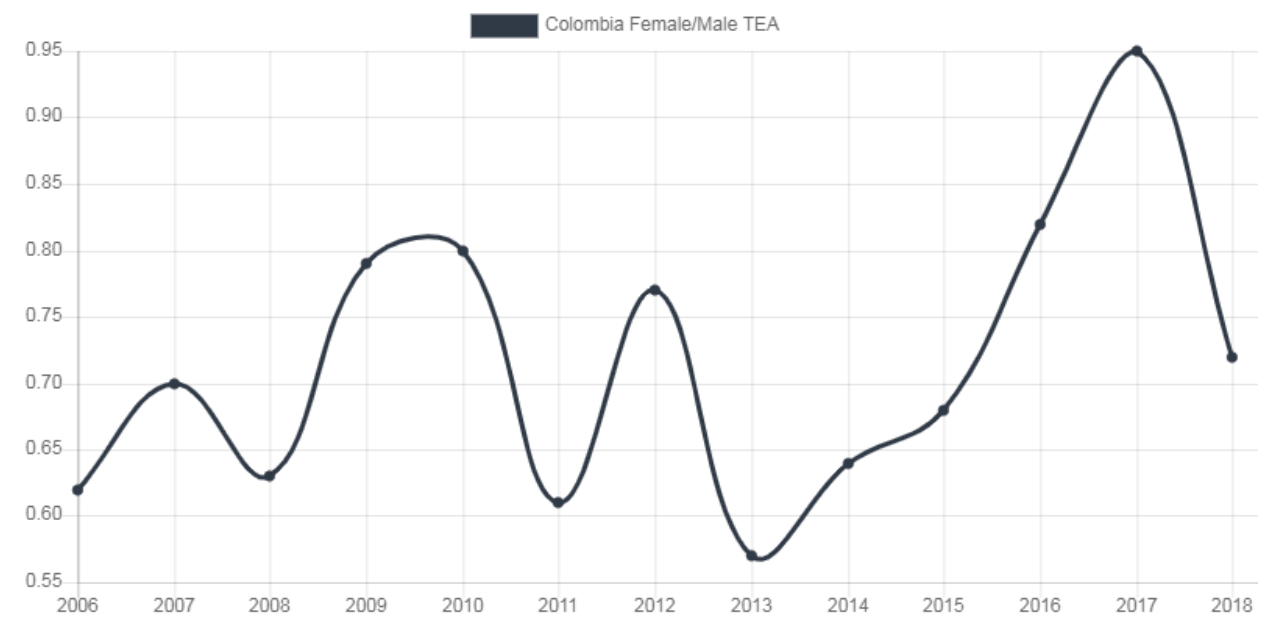
Tendencia de mujeres involucradas versus hombres en actividades emprendedoras



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Anexo 3

Porcentaje de la población femenina de 18 y 64 años que es emprendedora o propietaria de una nueva empresa en Colombia



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Anexo 4

Tasas totales de actividad empresarial (TEA) en etapa temprana por género entre adultos (de 18 a 64 años) en 48 economías, en cuatro regiones geográficas

