



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración
Doctorado en Administración

“El género como factor determinante para el emprendimiento en empresas familiares del municipio de Sogamoso-Colombia”

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Doctor en Administración

Presenta:

Sandra Milena Zambrano Vargas

Dirigido por:

Dr. Angel Wilhelm Vázquez García

Co dirigido por:

Dra. Alejandra Elizabeth Urbiola Solís

Centro Universitario, Querétaro. Qro.
Octubre 2019
México



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración
Doctorado en Administración

“El género como factor determinante para el emprendimiento en empresas familiares del municipio de Sogamoso-Colombia”

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Doctor en Administración

Presenta:

Sandra Milena Zambrano Vargas

Dirigido por:

Dr. Angel Wilhelm Vázquez García

Co dirigido por:

Dra. Alejandra Elizabeth Urbiola Solís

Dr. Angel Wilhelm Vázquez García
Presidente

Dra. Alejandra Elizabeth Urbiola Solís
Secretario

Dr. José Antonio Robles Hernández
Vocal

Dra. Josefina Morgan Beltrán
Suplente

Dra. Patricia Luna Vilchis
Suplente

Centro Universitario, Querétaro. Qro.
Octubre 2019
México

Resumen

El uso de la perspectiva feminista para el análisis conjunto del emprendimiento y el género como prácticas entrelazadas brinda un aporte desde lo académico que ayuda al cambio de las políticas públicas, y a su vez aumenta la cantidad de emprendedores necesarios para dinamizar la economía desde la equidad de género. La presente tesis se aborda desde el paradigma subjetivo y usa una metodología cualitativa, se escogió el enfoque fenomenológico para entender las expectativas de las personas y cómo sus características desde lo femenino o masculino pueden tener influencia en sus resultados como propietarios de una empresa. El trabajo de campo se orientó mediante el uso de entrevista semi-estructurada y observación no participante aplicada a la categoría emprendedores-empresarios en el municipio de Sogamoso-Colombia. También se realizó un análisis de contenido a un periódico local y algunos periódicos nacionales para conocer cómo se abordan los dos temas desde el gobierno y la visión de estos medios de comunicación al respecto. En el estudio se definieron tres dimensiones: familia, procesos de emprendimiento y gobierno, además se analizaron las prácticas discursivas de emprendimiento y género replicadas en las mujeres y varones entrevistados. Los resultados son concluyentes en varios aspectos: se evidencia la influencia de la familia sobre el emprendedor/a no solo con el ejemplo sino con el apoyo brindado. Se evidenció que mujeres y hombres ven en el emprendimiento una forma de cambiar su vida y la de sus familiares y no se perciben diferencias entre los realizados por una mujer o un hombre, tal como sugieren algunos teóricos. También se observó que aunque el gobierno está apoyando algunos emprendedores con capital semilla, estos resultados son incipientes y hace falta formación para el emprendimiento desde los centros educativos; sin embargo,

la mayor desmotivación de las personas para emprender es la carga tributaria para las empresas en Colombia. Finalmente, se encuentra que la teoría postestructural feminista ofrece oportunidades para revisar el fenómeno del emprendimiento desde la perspectiva de género pues permite analizar conjuntamente las dos prácticas sociales desde las experiencias vividas por cada persona en donde el género es entendido como una construcción social.

(Palabras clave: Emprendimiento, género, familia, apoyo gubernamental)

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Summary

The use of the feminist perspective for the joint analysis of entrepreneurship and gender as intertwined practices provides a contribution from the academic that helps the change of public policies, and in turn increases the number of entrepreneurs needed to boost the economy from the equity of gender. This thesis is addressed from the subjective paradigm and uses a qualitative methodology, the phenomenological approach was chosen to understand the expectations of people and how their characteristics from the feminine or masculine can influence their results as owners of a company. The field work was addressed through the use of semi-structured interview and non-participant observation applied to the category entrepreneur-entrepreneurs in the municipality of Sogamoso-Colombia. A content analysis was also carried out in a local newspaper and some national newspapers to find out how the two issues are addressed by the government and the vision of these media in this regard. In the study three dimensions were defined: family, processes of entrepreneurship and government, in addition, the discursive practices of entrepreneurship and gender replicated in the women and men interviewed were analyzed. The results are conclusive in several aspects: the influence of the family on the entrepreneur is demonstrated not only with the example but with the support provided. It was evident that women and men see entrepreneurship as a way to change their lives and that of their families and no differences are perceived between those made by a woman or a man, as suggested by some theorists. It was also observed that although the government is supporting some entrepreneurs with seed capital, these results are incipient and there is a lack of training for entrepreneurship from the educational centers; However, the biggest demotivation of people to undertake is the tax burden for companies in Colombia. Finally,

it is found that feminist post-structural theory offers opportunities to review the phenomenon of entrepreneurship from the perspective of gender because it allows to analyze together the two social practices from the experiences lived by each person where gender is understood as a social construction.

(Keywords: Entrepreneurship, gender, family, government support)

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar a las directivas del doctorado de administración de la Universidad Autónoma de Querétaro por brindarme la oportunidad de estudiar este interesante programa.

A los profesores del doctorado ofrezco mi respeto por su preparación y sus valiosas orientaciones, en especial al Dr. Angel Wilhelm Vázquez García y a la Dra. Alejandra Elizabeth Urbiola Solís, quienes con sus valiosas orientaciones hicieron posible que este trabajo llegara a su culminación.

Finalmente agradezco a los emprendedores- empresarios del municipio de Sogamoso-Colombia y a los expertos en emprendimiento que creyeron en esta investigación y tuvieron la voluntad de aportar desinteresadamente en su realización, a partir de sus experiencias y su conocimiento desde lo práctico.

Página

Resumen	iiii
Summary	v
Agradecimientos	vii
Índice	vv
Índice de Tablas	xii
Índice de Figuras	xivv
1. Introducción	1
2. El Estudio del Emprendimiento en las Empresas Familiares desde la perspectiva de Género	7
2.1. Las Empresas Familiares.....	8
2.1.1. Conceptos y dimensiones para el estudio de las empresas familiares.	10
2.1.2. Las empresas familiares y el emprendimiento.	15
2.1.3. Las empresas familiares y el género.	16
2.2. Emprendimiento: Conceptos y Perspectivas	18
2.2.1. Evolución del concepto desde la perspectiva económico-administrativa.	20
2.2.2. Perspectivas para el análisis del emprendimiento.	20
2.2.3. Teorías sobre el emprendimiento	29
2.2.4. Clases de emprendedores.	31

2.3. El Emprendimiento Desde la Perspectiva de Género	35
2.3.1. El enfoque de género en la administración	36
2.3.2. Principales acercamientos teóricos para el estudio del género.	40
2.3.3. Las teorías conjuntas de género y emprendimiento.	48
2.3.4. Tendencias teóricas para futuros estudios de emprendimiento y género.	53
2.4. Prácticas Discursivas por Género en Procesos de Emprendimiento	57
2.5. Perspectiva Teórica Escogida para el Desarrollo de la Tesis Doctoral	66
3. Marco Metodológico	71
3.1. La Fenomenología como Método para el Estudio del Emprendimiento	73
3.2. Diseño de Investigación	75
3.2.1. Definición del problema de investigación	75
3.2.2. Hecho social.	76
3.2.3. Estrategia metodológica.	77
3.2.4. Ángulo de investigación y dimensiones de análisis.	79
3.2.5. Preguntas de investigación.	80
3.2.6. Conceptos de investigación	81
3.2.7. Propositiones, variables e indicadores.	85
3.2.8. Unidades de observación	87
3.2.9. Validez interna y externa de la investigación.	88
3.3. Herramientas para la Recopilación de la información	89

3.3.1. Observación no participante.....	89
3.3.2. Análisis documental.....	90
3.3.3. Entrevistas.....	91
3.4. El Trabajo de Campo.....	91
3.5. Análisis de la Información.....	99
3.5.1. Análisis de entrevistas.....	99
3.5.2. Análisis de contenido.....	100
4. Resultados y Discusión.....	101
4.1. La Influencia de la Familia en la Formación para Emprender.....	101
4.1.1 El ejemplo de los padres y otros familiares para ser emprendedor/a.....	102
4.1.2. La falta de apoyo de la familia a los emprendedores.....	105
4.1.3. Falta de separación de los problemas de la familia con los del negocio.....	108
4.1.4. La Sucesión de las empresas y el relevo generacional.....	111
4.1.5. Discusión sobre la dimensión familia.....	113
4.2. Los Procesos de Emprendimiento.....	116
4.2.1. La formación para el emprendimiento.....	116
4.2.2. La importancia del capital semilla en nuevos emprendimientos.....	121
4.2.3. Representaciones mentales acerca del emprendimiento.....	123
4.2.4. Diferencias en el emprendimiento de mujeres y hombres.....	124
4.2.5. Motivaciones para emprender.....	127

4.2.6. Discusión sobre la dimensión procesos de emprendimiento.....	129
4.3. El Apoyo del Gobierno para Emprender en Colombia	130
4.3.1. Situación del emprendimiento en Colombia	131
4.3.2. Apoyo del capital semilla a emprendedores de Sogamoso.	140
4.3.3. La Percepción de emprendedores-empresarios sobre el gobierno nacional.	142
4.3.4. El Discurso de los gobiernos nacional y local sobre emprendimiento.....	144
4.3.5. Discusión sobre la dimensión gobierno.	146
4.4. Las Prácticas Discursivas en el Emprendimiento y Género.....	147
4.4.1. El Emprendimiento es un Término Masculino.	148
4.4.2. El Emprendimiento como un instrumento de crecimiento económico.	152
4.4.3. La División entre trabajo y familia.	153
4.4.4. Individualismo	164
4.4.5. Soporte institucional para la investigación en emprendimiento.	165
4.4.6. Discusión sobre las prácticas discursivas de emprendimiento y género.....	166
Conclusiones	168
Referencias	178
Apéndice A. Encuesta de Caracterización	200
Apéndice B. Guía de la entrevista semiestructurada	202
Apéndice C. Aproximación a los Estudios de Emprendimiento y género	203
Apéndice D. Dimensión procesos de emprendimiento	218

Apéndice E. Análisis documental de periódicos con noticias de
emprendimiento y género

227

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Tabla	Página
Tabla 1. Algunas definiciones sobre empresa familiar ...	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2. Dimensiones para entender la empresa familiar	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3. Componentes de contexto en la decisión de emprender	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 4. Teorías del emprendimiento.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5. La condición de las mujeres: ¿igual o diferente?	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 6. Propuesta para futuras investigaciones	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7. Soportes teóricos del feminismo posestructuralista.....	68
Tabla 8. Comparativo entre enfoques para el estudio del emprendimiento.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9. Construcción de proposiciones, variables e indicadores	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10. Distribución de empresas vigentes en Sogamoso	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 11. Preguntas por dimensión.....	¡Error! Marcador no definido.1
Tabla 12. Razones para emprender	¡Error! Marcador no definido.0
Tabla 13. Normas que regulan el emprendimiento en Colombia.....	1357
Tabla 14. Normatividad para Colombia.....	¡Error! Marcador no definido.0
Tabla 15. Análisis del emprendimiento como término masculino	¡Error! Marcador no definido.3

Índice de Figuras

Figura	Página
Figura 1. Teoría de comportamiento planificado	¡Error! Marcador no definido.3
Figura 2. Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3. Modelo del Potencial emprendedor de Krueger y Brazeal (1994)	¡Error! Marcador no definido.
Figura 4. Evolución del estudio del emprendimiento ...	¡Error! Marcador no definido.8
Figura 5. Variaciones del emprendimiento	¡Error! Marcador no definido.6
Figura 6. Dimensiones propuestas	79
Figura 7. Determinación del ángulo de la investigación.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 8. Dimensiones de análisis y preguntas de investigación	¡Error! Marcador no definido.
Figura 9. Conceptos de investigación para cada dimensión	¡Error! Marcador no definido.3
Figura 10. Esquema del trabajo de campo	¡Error! Marcador no definido.5
Figura 11. Disparidad de género de acuerdo con los grupos de edad en Colombia	¡Error! Marcador no definido.4

Dirección General de Bibliotecas UAQ

1. Introducción

En el continuo avance de la humanidad, las realidades son cambiantes, generando el constante deseo por conocerlas e interpretarlas. Al igual que las ciencias físicas y naturales, las ciencias sociales han venido reclamando importancia debido a que entenderlas significa dar respuesta a múltiples fenómenos que mueven el mundo. En palabras de Erazo (2011), las ciencias sociales asumen la discusión sobre las alternativas metodológicas tendientes a la construcción del conocimiento científico social, llevando al desarrollo del debate sobre los métodos cualitativos y cuantitativos, en los cuales la administración se encuentra inmersa.

Es así que la administración es una disciplina que tiene su origen en la búsqueda de medios para lograr fines orientados al aumentar la eficiencia, tal como lo resalta George y Álvarez (2005) al afirmar que el control de la producción crece a la par con el proceso administrativo y continúa evolucionando siempre esperando incrementar la productividad y mejorar el desempeño en todos los niveles empresariales. Sin embargo, son los economistas clásicos quienes empiezan a hablar de esos “administradores” y de sus funciones, como un primer paso a toda una serie de cambios y al surgimiento de diferentes teorías conocidas hasta nuestros tiempos.

Para Ramírez, Vargas y de la Rosa (2011), el estudio de la administración tiene una orientación objetiva, es decir positivista, lo que le mantiene en una racionalidad instrumental o cuantitativa que le ayuda a una empresa desde lo práctico a resolver sus problemas diarios, pero que su visión no le permite comprender muchos de los fenómenos que la aquejan. Es así que aparece la teoría de la organización, con un corte más analítico, pero que al igual que la administración sigue siendo muy objetiva.

Desde esta teoría, nacen los estudios organizacionales, los cuales son semejantes a la administración en aspectos como sus orígenes, algunas de sus influencias teóricas y el objeto de estudio, pero pensados desde lo subjetivo y teniendo en cuenta el cambio social a partir de algunas propuestas más constructivistas. Surge entonces, la confusión que se ha mantenido hace algunas décadas y se refiere a la separación entre estas dos disciplinas, por un lado la administración racional y por otro los estudios organizacionales apoyados en otras perspectivas paradigmáticas como el postestructuralismo, el neomarxismo y el constructivismo. La administración racional en la búsqueda de herramientas para la mejora de los desempeños, se apoyó en las humanidades y llevó a la formación de una subcorriente a la que se llamó los estudios críticos de la administración (Montaño, 2014). Los cuales buscan comprender de mejor forma las herramientas utilizadas, respaldadas en otras disciplinas que puedan crear conciencia de la importancia de lo social y lo individual al interior de las organizaciones, que impulsaron a su vez el surgimiento de nuevos temas como el de la cultura, el poder, el lenguaje y el género para conocer y comprender el quehacer de las organizaciones. De esta manera es posible explicar la importancia de utilizar los aportes teóricos de otras disciplinas con miras a comprender campos de estudio emergentes como el emprendimiento desde la perspectiva de género que será el tema principal analizado en este trabajo.

El status alcanzado por el emprendimiento en las últimas décadas, ha permitido que muchas personas vuelquen su atención a este campo disciplinar, no solo desde la práctica a través de apoyos gubernamentales para emprendedores sino que desde lo teórico se ha iniciado y fortalecido una búsqueda de características comunes que lleven a la conformación de metodologías para la formación en emprendimiento que puedan ser

replicadas en diferentes grupos. En la administración este tema se considera emergente, dado que en las últimas décadas también ha recibido un gran reconocimiento como motivador de crecimiento de la economía, lo que ha llevado a que este fenómeno se estudie desde diferentes perspectivas incluyendo los factores que hacen que una persona emprenda y las motivaciones y barreras que le permiten o le impiden sostenerse hasta convertirse en empresarios.

Los resultados de los estudios en emprendimiento desde el género demuestran que las mujeres emprenden menos que los hombres, que sus emprendimientos son más por necesidad que por oportunidad y que existen barreras culturales y sociales que hacen que su camino hacia el emprendimiento sea aún más complejo, otros datos también muestran que las mujeres sufren doble discriminación, por un lado la vertical que las ubica en los cargos asistenciales y con baja toma de decisión y por otro lado la horizontal, que las sitúa en mayor proporción en determinados oficios como los del sector servicios en donde su remuneración es menor y con pocas posibilidades de crecimiento (Suárez, 2011). La evidencia empírica hasta ahora recogida, ha llevado a que algunos autores quieran saber más del tema y por tanto, busquen las características comunes en las investigaciones académicas, las cuales también presentan estos sesgos de género, por la existencia de la subordinación estructural de las mujeres, que se aborda en la academia sólo con el uso de métodos racionales, lo que muestra la falta de ampliación del objeto de estudio en donde es común que los emprendimientos femeninos sean vistos como inferiores a los masculinos, tal como lo afirma Ahl (2006) al explicar que el género debe ser entendido como una variable socialmente construida y no solo como la diferencia biológica de los sexos, tal como se trataba en años pasados. Surge así la necesidad de usar en mayor

medida la metodología cualitativa en donde las diferencias de género puedan ser visibles por los roles que las personas cumplen dentro de lo social, lo político y lo económico. La invitación a nuevas investigaciones también se encamina hacia la utilización de teorías sociales que expliquen el comportamiento de las mujeres al empezar su negocio, como un campo emergente en la administración y en los estudios organizacionales que entienda que las mujeres tienen una perspectiva integrada al emprender, en donde conciben sus emprendimientos como redes de cooperación (Brush, 1992).

De otro lado, el estudio del género como categoría de investigación transversal, se ha venido abordando de múltiples formas en las ciencias sociales y más aún desde los estudios críticos de la administración. Además, se viene despertando interés desde la academia para entender la existencia de barreras estructurales que impulsan o frenan el emprendimiento con la óptica del género, como es el caso del contexto familiar. Se reconoce además, la existencia de una disparidad de género que se hace visible debido a que los objetos de estudio, los métodos de investigación usados y las preguntas de investigación tienden a seguir favoreciendo al hombre como emprendedor por naturaleza y a dejar a la mujer con un papel secundario y con condiciones de competencia desiguales, no solo desde la práctica sino desde el ejercicio mismo de las investigaciones académicas.

Dado lo ya descrito, el interrogante general de esta tesis doctoral es: ¿de qué manera la construcción de género como un resultado de socialización, se reproduce en los procesos de emprendimiento en empresas familiares del municipio de Sogamoso?, las preguntas secundarias son las siguientes:

¿De qué manera la familia como institución reproduce procesos de aprendizaje de prácticas discursivas dominantes con respecto al proceso de emprendimiento?

¿Cuáles características desde lo individual, condicionan la creación de empresas familiares?

¿Cuáles son las prácticas discursivas por género en relación con el proceso de emprendimiento más observadas en la población estudiada?

¿Cuáles son los lineamientos que apoyan la creación de políticas públicas que permiten emprender desde la perspectiva de género?

Así mismo, la presente investigación doctoral se plantea como objetivo general el comprender los aspectos que condicionan la construcción de género como factor determinante para el proceso de emprendimiento en empresas familiares del municipio de Sogamoso, de igual manera espera desde lo específico,

1. Conocer de qué forma las condiciones familiares apoyan o limitan la capacidad emprendedora de una persona desde la óptica del género
2. Contrastar las prácticas discursivas propuestas en la teoría de emprendimiento y género con las realidades de los emprendimientos familiares para el municipio de Sogamoso
3. Detectar qué condicionantes inciden en los procesos de emprendimiento como parte de los rasgos culturales de la región
4. Identificar los lineamientos que apoyan la creación de políticas públicas en el emprendimiento desde la perspectiva de género.

Para lograr los objetivos propuestos se utilizó un enfoque cualitativo desde el método fenomenológico en pro de tratar de comprender la realidad del fenómeno desde el sentir de los actores, recuperando su enfoque social al desplegar una actitud más comprensiva

del mundo empresarial y en este caso de utilizar un modelo de emprendimiento que incluya la subjetividad.

En la realización del presente trabajo se tienen en cuenta los siguientes aspectos: el capítulo dos que aborda el marco teórico se encuentra dividido en cuatro aspectos fundamentales. En éste se desarrolla en primer lugar un apartado referido a la dimensión familiar de las organizaciones, en el cual se analizan los conceptos de empresa familiar, las dimensiones para su estudio, la relación entre empresa familiar y emprendimiento y entre empresa familiar y género; después viene un apartado de emprendimiento en donde se muestra la evolución de su concepto, las clases de emprendedores, las teorías usadas al estudiar el emprendimiento y su comprensión con un enfoque psicológico, sociológica, contextual e institucional; en seguida viene un apartado que es el análisis del emprendimiento desde la perspectiva de género, el cual se centra en las teorías que han estudiado el fenómeno y las nuevas tendencias en la investigación en el tema; el siguiente se refiere a las prácticas discursivas (investigativas) que se han definido desde la academia para estudiar las prácticas conjuntas de emprendimiento y género y finalmente se analiza la perspectiva teórica escogida para esta investigación y es la relacionada con la teoría postestructural feminista.

En el tercer capítulo se presenta el marco metodológico que explicita los fundamentos del estudio con el enfoque cualitativo y el método fenomenológico y las herramientas para la recopilación de datos en donde se explican los instrumentos usados en la recolección de los datos utilizados y las estrategias de la investigación que detallan la manera como se realizó el estudio teniendo en cuenta el concepto de totalidad, el ángulo de investigación, las unidades de investigación y la muestra y universo de estudio, así

como la forma en que se adelantó el trabajo de campo y la clasificación de los participantes de acuerdo con la definición de la categoría emprendedor-empresario.

El cuarto capítulo muestra los resultados del trabajo de campo junto con el contraste de la teoría planteados en esta tesis, en primer lugar se analiza la dimensión familia, luego los procesos de emprendimiento y el apoyo del gobierno para emprender y finalmente se explican las prácticas discursivas más comúnmente usadas por los emprendedores-empresarios y que se replican en sus empresas familiares en el municipio de Sogamoso, todo desde la óptica de la teoría postestructural feminista. La información se triangula con las respuestas de los entrevistados, y a partir de la información hallada en los periódicos locales y nacionales, con las políticas públicas del emprendimiento en Colombia y con algunas observaciones hechas durante las entrevistas. Finalmente se dejan algunas conclusiones como resultado de los hallazgos evidenciados en el trabajo doctoral.

2. El Estudio del Emprendimiento en las Empresas Familiares desde la perspectiva de Género

El estudio del emprendimiento implica diferentes retos a nivel micro (individual), meso (empresarial) y macro (estructural); sin embargo debe recordarse que la mayoría de

la investigación busca conocer los rasgos individuales de los emprendedores sin tener en cuenta otras implicaciones relevantes, llevando a un exceso de comparativos desde las variables sociodemográficas. Por tanto, en la inclusión de otras variables como el género, se hace visible que los estudios han buscado diferencias sustanciales entre varones y mujeres, sin diferenciar el género y comprenderlo como una construcción social sino como la diferencia entre sexos, arrojando resultados que hasta el momento no han llenado las expectativas descritas en la teoría feminista y de las posturas postestructuralistas que aceptan la existencia de otras dimensiones fundamentales en el momento de comprender el fenómeno del emprendimiento desde la perspectiva de género. Ahora bien, el estudio de la formación y sostenimiento de las organizaciones, constituye un punto de interés en la administración debido a que conjuga el emprendimiento inicial con los procesos gerenciales posteriores, los cuales permiten que una empresa prospere en el tiempo, por tanto la mirada sobre las empresas familiares, muy comunes en nuestras economías, complementa lo ya resaltado, permitiendo así explicitar lo que encierra el marco teórico en esta tesis doctoral y como base para la determinación del marco metodológico que se expone más adelante.

2.1. Las Empresas Familiares

La dimensión familiar de la empresa hasta el momento no ha contado con la suficiente argumentación que ayude a explicarla, debido a que ha sido abordada con un enfoque economicista, el cual ante todo se centra en buscar las formas de mejorar el desempeño de la empresa. El alcance de este enfoque resalta la existencia del choque de las relaciones emanadas de la convivencia familiar cuando se trasladan a los ámbitos empresariales, pues

allí se generan nuevas dinámicas que no pueden ser controladas, mostrando un sesgo al determinar que la dimensión familiar se añade al entramado de la complejidad organizacional (De La Rosa, Lozano y Ramírez, 2009). Lo anterior ha llevado a que su estudio y la comprensión de sus realidades se haya vuelto un terreno fértil para la academia debido a que el volumen de estas organizaciones dentro de cualquier economía es muy representativo, no solo por su capacidad de generar crecimiento socioeconómico tanto en países desarrollados como en vía de desarrollo, sino por la alta capacidad de ofrecer empleo digno, todo resultado de las acciones emanadas del espíritu emprendedor de sus fundadores (Gutiérrez, 2015). Es así que desde la década de los setenta, su estudio ha aumentado y se demuestra por las diversas publicaciones, que han crecido con el afán de ser reconocido como un campo de estudio riguroso, destacando algunas líneas de estudio como son: la sucesión, el gobierno corporativo, la dirección financiera y en menos casos el género y la etnia (Benavides, Guzman y Quintana, 2011; Echezárraga, 2010).

Desafortunadamente para la sociedad y para los estudiosos del tema, un aspecto que se ha hecho visible, es el de las crisis que constantemente viven dichas empresas, en parte por la forma en que se administra el negocio, lo que lleva a los propietarios a afrontar graves problemas económicos y de otra parte porque la estructura jerárquica que poseen crea otras tensiones al interior de estas organizaciones (Quejada y Ávila, 2016).

Autores como Goyzueta (2013), hablan de las ventajas y desventajas de las empresas familiares debido a la cantidad de fuerzas positivas y negativas que en ella confluyen, dentro de las ventajas principalmente se destacan el compromiso, el conocimiento, la flexibilidad, la planeación a largo plazo, la confiabilidad y orgullo y la cultura estable debido a que conocen muy bien la forma como opera. Entre las desventajas se encuentran

la rigidez, desafíos comerciales, sucesión, conflictos emocionales, el liderazgo y la legitimidad (Durán y San Martín, 2013; Prieto, 2014). Por otro lado, De La Garza, Medina y Díaz (2007) resaltan las fortalezas que tienen las empresas familiares frente a las que no los son, entre ellas la unidad familiar y el compromiso de los miembros de la familia, la confianza y el amor por la empresa que son activos intangibles y que en el tiempo tienen una mayor duración.

Existen tres características básicas que distinguen a las empresas familiares de los otros tipos de empresas: su propiedad es controlada por una familia, los negocios son dirigidos por algunos miembros de la familia y existe el deseo de perpetuar en el tiempo la obra del fundador. Sin embargo se reconoce su “baja esperanza de vida” a pesar de que constituyen la columna vertebral en la mayoría de economías del mundo (Echezárraga, 2010).

2.1.1. Conceptos y dimensiones para el estudio de las empresas familiares. “Las empresas familiares son sistemas complejos que dependen de infinidad de variables: relaciones y conflictos familiares mezclados, con la actividad empresarial; mercado en el que se desarrolla, marco legal, cultura organizacional, misión y valores, entre otros” (Sandoval y Guerrero, 2010, p. 136). Por otro lado, Durán y San Martín (2013) consideran la empresa familiar como “una organización que se distingue por el entrelazamiento que existe entre dos sistemas que se influyen mutuamente” (p. 23), estos sistemas son empresa y familia.

Hay una tendencia generalizada en que se demuestra que las empresas familiares son las que constituyen la masa de los sistemas empresariales dominantes en cualquier economía (Sabater, Sánchez y Carrasco, s.f; Quejada y Ávila, 2016; De La Rosa, Lozano

y Ramírez, 2009), por tal razón ha sido difícil concretar un concepto generalizado y el debate aún sigue abierto.

En la tabla 1 se muestran algunas de estas definiciones.

Tabla 1

Algunas definiciones sobre empresa familiar

Autor	Concepto
Martínez (1984)	Una empresa familiar no es sólo el gran emporio industrial o comercial perteneciente a un mismo grupo familiar, sino que también puede ser una modesta unidad económica en donde trabajan los miembros de una familia
Ginebra (2001)	Es una estructura entendida como la forma en que están dispuestos los componentes de un todo, dividida en tres subestructuras: la directiva, la de capital y la de poder familiar
De la Garza (2003)	Empresa donde los sistemas de familia y empresa se entrelazan.
Hoshino (2004)	Empresas poseídas y controladas por familias o descendientes del fundador.

Fuente: Adaptado de Soto (2013) y De La Rosa, Lozano y Ramírez (2009) y demás autores citados

Tabla 1

Algunas definiciones sobre empresa familiar (Continuación)

Autor	Concepto
Belausteguigoitia (2007)	Empresa poseída o controlada por una familia y en la que los miembros se encuentran relacionados con el negocio.
Navarrete (2008)	Empresa cuya propiedad está en manos de uno o más miembros de un grupo familiar y su dirección y sucesión tendrá influencia familiar.

Esparza (2009)	Empresa donde más del 50 % del capital es propiedad de la familia y los puestos de dirección los ocupa al menos un representante familiar.
Flórez (2010)	Empresa que se identifica con al menos dos generaciones de la familia.
Suárez (2011)	Organización con modelo tridimensional: familia, empresa y propiedad.
Ramírez y Fonseca (2010)	Organización donde la familia posee todas las partes y varias generaciones se involucran en el negocio
Echezárraga (2010).	La empresa familiar es la forma predominante de organización empresarial, constituyen la esencia de la economía de mercado, las cuales surgen espontáneamente.

Fuente: Adaptado de Soto (2013) y De La Rosa, Lozano y Ramírez (2009) y demás autores citados

Así mismo, Sabater et al. (s.f) afirman que no es fácil definir el concepto de empresa familiar, debido a que cuenta con dos variables que son la cultura y la tradición familiar que resultan complejas de identificar en la práctica, sin embargo existen algunas dimensiones que pueden ayudar a entender mejor su concepto, tal como se describe en la siguiente tabla.

Tabla 2

Dimensiones para entender la empresa familiar

Dimensión	Características
Empresa	Es el primer concepto que se debe cuestionar, si tienen una determinada constitución jurídica, si deben tener un valor mínimo de ventas o deben tener un número mínimo de trabajadores.
Familia	Actualmente se define a la familia de forma amplia, intentando recoger a través de su concepto todas las estructuras alternativas de agrupación humana que han aparecido en la última década, tales

	como familias monoparentales, familias reconstruidas, comunas (p.5)
Propiedad	La mayor parte de la literatura que analiza a las organizaciones familiares coincide en afirmar que son aquellas empresas en las que recae mayoritariamente la propiedad y/o la dirección en manos de la familia. (p. 5)
Dirección y control	La empresa es familiar si la mayoría en la dirección y control de las operaciones de la misma recae sobre la familia, que lo realizan las personas de la familia que trabajan allá.
Continuidad/tran sferencia generacional	Se considera familiar si en ella trabajan al menos dos generaciones, o en el futuro existe la posibilidad de que los familiares de las generaciones más jóvenes sigan en la empresa familiar

Fuente: Sabater, et. Al. (s.f)

Los problemas asociados con la continuidad de las empresas familiares. Sin duda alguna, existen diversos problemas que enfrentan estas empresas para lograr su sostenimiento en el tiempo, principalmente por el choque que se produce al encontrarse las relaciones familiares y empresariales dentro de la empresa, es así que De La Rosa, Lozano y Ramírez (2009) han agrupado dichos problemas como se muestra a continuación:

1. Problemas de dirección y administración. Macías y Ramírez (2011) explican que gran parte de los fracasos de las empresas familiares en lo administrativo se deben en primer lugar a la carencia de un sistema administrativo ya que la dirección es improvisada sin reglas y roles claros, en segundo lugar no existe un sistema de dirección estructurada con líneas de mando definidas que estipule los derechos y responsabilidades de cada familiar socio, en tercer lugar en su mayoría, las empresas familiares tienen un ineficiente manejo de recursos ya que aparece la

disputa entre los beneficios de la firma para el favorecimiento del sistema familiar, en cuarto lugar se encuentra la carencia de control en la delegación que de no existir llevan a la empresa al caos, finalmente los problemas que se generan al no poder lograr continuidad ante los cambios generacionales.

2. Problemas de continuidad y evolución. La sucesión es sin duda uno de los problemas que más preocupa en este tipo de empresas, debido a que muchas de las empresas no están preparadas para sortear las dificultades propias de la sucesión ya sea porque el fundador decide retirarse o porque su ciclo de vida ha terminado (Macías y Ramírez, 2011) y por las tensiones al interior cuando no se ha planificado en forma adecuada un plan de retiro (Durán y San Martín, 2013). Un ejemplo de lo anterior es visible en Estados Unidos, en donde algunos estudios afirman que únicamente el 30% de este tipo de negocios pasan a una segunda generación y 10% a la tercera (Belausteguigoitia, 2008 citado en Goyzueta, 2013). Así mismo Goyzueta (2013) habla de las etapas que atraviesan estas empresas desde su nacimiento y que con el tiempo se empiezan a volver críticas debido a que el fundador debe afrontar diversos problemas de crecimiento, de falta de delegación, del ingreso de los hijos, de la entrada de una segunda generación, del fallecimiento del fundador y el conflicto de poder entre los hermanos y finalmente una crisis generada por el conflicto de poder entre los accionistas y la gerencia general. De igual forma Claver, Rienda y Pertusa (2004) asocian tres problemas derivados del traspaso generacional en la empresa familiar: la intransigencia o resistencia del creador a aceptar su retirada, las tensiones entre el fundador y sus descendientes por la designación del sucesor como líder en la empresa y las

tensiones entre los mismos herederos por la designación de esa persona. En el mismo sentido Lansberg (2000) citado en De La Garza, Medina y Díaz (2007), explica la importancia del poder dentro de la empresa, el cual se encuentra centrado en el fundador y es ejercido tanto en la empresa como en la familia, en la segunda generación, el liderazgo se concentra en la sociedad de hermanos y el poder es más difícil de ejercer que en la primera generación, para la tercera, es posible la existencia de un consorcio de primos en donde hay una estructura fragmentada del capital en diferentes ramas de la familia.

3. Problemas entre familia y negocio. Estos problemas surgen cuando el fundador y la familia integrante no son capaces de separar el patrimonio familiar del patrimonio de la empresa (Claver, Rienda y Pertusa, 2004) resulta complicado separarlos debido a que en muchas ocasiones dicho patrimonio es el que le permite al negocio iniciar su actividad. Además cuando pasa el tiempo y se vinculan nuevas personas de la familia en la organización, se aumentan el número de problemas relacionados con dicho patrimonio (Irigoyen, 2005).

2.1.2. Las empresas familiares y el emprendimiento. El comienzo de una empresa familiar conlleva muchos problemas como lo son: la falta de capital, la forma de llevar el producto al mercado y encontrar la mano de obra adecuada, sin embargo esta etapa es de sobrevivencia, por lo cual se desconoce la forma en que se vincula el nuevo personal, es decir los criterios con que los familiares son contratados (Goyzueta, 2013; Irigoyen, 2015). La revisión de la literatura lleva a comprender que existe un sesgo que denota al “padre” como el creador de la empresa familiar y con potestad sobre la libertad y el trabajo de su esposa e hijos, además pocos documentos aclaran que también ese papel ha sido

ejercido sobre la mujer madre, en tanto que conceden de nuevo al hombre la responsabilidad sobre el emprendimiento, como una manera de sostener la familia. De La Rosa, Lozano y Ramírez (2009) explican los conceptos surgidos de algunos autores en donde se nota una tendencia que favorece a los hombres en su rol de proveedor; es el caso de Engels (1984) quien afirma que “la moderna acepción de familia proviene del concepto romano *id est patrimonium*, que designaba a un nuevo organismo social en el que el jefe tenía bajo su poder a la mujer, a los hijos y a cierto número de esclavos, y que incluía la patria potestad de los mismos” (p. 25). De igual forma, los mismos autores citan a Grabinsky (1994) quien afirma que una empresa familiar nace cuando algunos de los integrantes de la familia, generalmente el padre o padre-fundador, invierte su patrimonio o parte de él para comenzar una idea de negocio y vincula a la familia debido a que no hay suficiente dinero para el pago de la mano de obra. Ginebra (2001) explica que las empresas familiares a través de la acción emprendedora que conllevan, han significado una oportunidad de ascenso social para muchas personas (citado en De La Rosa, Lozano y Ramírez, 2009).

En lo que se refiere al avance de la investigación que vincule el emprendimiento y las empresas familiares, se encuentra que viene en aumento, sin embargo los trabajos son en esencia cuantitativos, cuyo propósito ha sido el de analizar aspectos como la propiedad o el aprendizaje organizativo sobre el espíritu emprendedor o muchos de ellos se refieren a la orientación emprendedora de la empresa familiar (Serrano, Pérez, Palma y López, 2016).

2.1.3. Las empresas familiares y el género. Según Leach (2010), a partir de la década de 1980, se ha visto un aumento en el número de mujeres propietarias de empresas,

mostrando que las mujeres suelen ser más creativas que los hombres y que entre sus mayores motivaciones ha estado el superar aquellas barreras que tuvieron de empleadas en donde sigue prevaleciendo la mano de obra masculina. Por su parte, Barbeito, Nieto y Crespo, (2012) al igual que Díaz, Pérez y Díaz (2015) afirman que a pesar de que nos encontramos en un momento en donde las mujeres han alcanzado un alto grado de formación académica, aún siguen siendo discriminadas al limitar sus posibilidades de promoción profesional dentro de este tipo de empresas, ya que en su mayoría son apartadas de la dirección de las mismas y sólo en casos extremos como el fallecimiento prematuro del gerente, la esposa se ve abocada a tomar su lugar, las diferentes investigaciones muestran por ejemplo, que las hijas son pensadas como sucesoras de la dirección en su mayoría cuando las descendientes son solas mujeres, de no ser así, las mujeres así sean las primogénitas no resultan heredando ese liderazgo empresarial hasta tal punto que muchas veces los padres prefieren vender el negocio antes de dejar a la hija encargada del mismo, aduciendo razones de protección de la(s) hija(s) frente a los retos que impone la dirección de la compañía, de esta manera se menosprecia la formación académica de la mujer y sus posibilidades como líder (Leach, 2010).

Los retos que se esperan para el futuro de estas empresas están sujetos en su mayoría en lograr una buena comunicación que involucre a esposas e hijas para que conozcan la situación financiera del negocio, en formar a las mujeres como profesionales y lograr su vinculación activa y no relegarlas al papel de accionistas y finalmente, lograr una conciliación entre el trabajo y la familia de manera que logre equilibrar las dos esferas de forma que satisfaga sus intereses personales (Ceja, 2008; Díaz, Pérez y Díaz, 2015). Lo anterior está en concordancia con la opinión de Hollander y Bukowitz (s.f) quienes

afirman que las empresas familiares “tienen el potencial de ser entornos especialmente productivos para las mujeres. Sin embargo, como portadoras de la cultura familiar y de procesos que pueden contener sesgos de género, también pueden ser el último bastión de resistencia al cambio cultural” (p.136), que en esencia debería romperse para acabar con las cadenas de dominación y subordinación existentes.

2.2. Emprendimiento: Conceptos y Perspectivas

La actividad emprendedora durante las últimas décadas, ha sido considerada como una fuente de innovación tecnológica y por ende de crecimiento económico. Se puede encontrar naciones con mayores tasas de emprendimiento que otras, es por ello que algunas entidades se han interesado por analizar características sociodemográficas para tratar de encontrar conexiones que los lleven a hacer generalizaciones sobre la capacidad emprendedora de los individuos de un país. Sin embargo, a pesar de que sociólogos, antropólogos, economistas y hasta psicólogos hayan intentado explicar desde sus disciplinas las razones que llevan a alguien a ser emprendedor, llegan a una conclusión generalizada a la que le dan un mayor peso y es la “cultura emprendedora”, por tanto surge un interrogante que ha sido estudiado para conocer las motivaciones y en general el comportamiento tanto individual, como familiar y de la sociedad que motiva o reprime a una persona para que emprenda una actividad de forma independiente. Adicionalmente se encuentran diferentes rasgos presentes en los emprendedores y que han sido objeto de estudio para muchas investigaciones como son la edad, las características socioeconómicas el género. Este último, entendido no solo como la diferencia biológica dada por la naturaleza sino más bien como el resultado en palabras de Barbieri (1993) de una construcción social.

Cardozo (2010) ofrece en su trabajo una valiosa explicación sobre la influencia cultural de las naciones en la capacidad emprendedora de sus ciudadanos, para lo cual ejemplifica la cultura estadounidense y la compara con algunos países latinoamericanos, encontrando diferencias sustanciales entre ellos. Las anteriores observaciones, lo llevan al igual que a otros teóricos a pensar que la cultura dependiendo de la región se vuelve un factor determinante del desarrollo económico, así mismo afirma que los diversos estudios sobre cultura sientan las bases para la articulación de un nuevo paradigma del desarrollo y progreso humano centrado en la cultura. Por ejemplo, examina la relación de los valores con el progreso, como evidencia de este desarrollo afirma que los economistas y los antropólogos han sido escépticos frente a la idea de que la misma política económica aplicada en diferentes contextos, genere resultados diversos, lo anterior se comprende debido a que los seres humanos poseen valores y creencias que los llevan a formar relaciones entre ellos, siendo no siempre las más satisfactorias. Por otro lado, se considera que la geografía y el clima también son decisivos en el crecimiento económico, aunque resaltan algunas excepciones, por tanto no es posible hacer generalizaciones; también se analiza la cultura como decisiva sobre las instituciones y finalmente se afirma que los cambios tecnológicos generan cambios culturales, sobre todo en las nuevas generaciones.

De igual manera, la academia no ha sido ajena al fenómeno del emprendimiento, ya que después de que en la década de los setenta surgiera como una línea de investigación, para los siguientes cuarenta años logró legitimarse como uno de los campos de estudio más importantes dentro de las ciencias sociales, durante los cuales la cantidad de trabajos de investigación y publicaciones han crecido a un ritmo elevado, siendo en este momento un tema de gran interés para diferentes disciplinas (Serrano, Pérez, Palma y López, 2016).

2.2.1. Evolución del concepto desde la perspectiva económico-administrativa.

Castillo (1999) afirma que emprendedor proviene de la palabra en francés “entrepreneur” que significaba aventurero y era utilizada para aquellas personas como Cristóbal Colón que salían sin saber que esperar, luego la palabra se utilizó para quien iniciaba una empresa y finalmente se conectó a los empresarios innovadores. Por su parte López y Montilla (2012, p.81) explican que la expresión emprendedor “proviene de las locuciones latinas *in, en y prendere*, cuyo significado es acometer o llevar a cabo” y por extensión en el francés e italiano al empresario se le dice entrepreneur o imprenditore, por tanto la palabra se usa para denotar a quien inicia una empresa.

El Monitor Global en Emprendimiento, conocido por sus siglas en inglés como GEM, es un estamento que se ha encargado de analizar los avances en emprendimiento para las diferentes naciones, ellos determinan a través del concepto de “tubería empresarial”, retomado por el GEM (2014), los siguientes aspectos con estricto orden cronológico: la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales, los empresarios potenciales, los empresarios intencionales, los empresarios nacientes, los empresarios nuevos y los empresarios establecidos.

Los análisis se realizan con el objeto de poder identificar en cuál etapa, de las ya descritas se encuentra el emprendedor y con base en dicha información determinar diversas variables que ayudan a entender en cada uno de los países y específicamente de las regiones qué tanta prevalencia tienen los habitantes hacia empezar un emprendimiento (Global Entrepreneurship Monitor Colombia, 2014).

2.2.2. Perspectivas para el análisis del emprendimiento. Según Herrera y Gutiérrez

(2014) antes de la década de los ochenta, el emprendimiento se estudiaba desde una

perspectiva eminentemente económica, sin embargo se buscó la incorporación de otras visiones que entendieran mejor lo que significaba emprender, es así que aparecen las perspectivas psicológica y contextual, tal como se describe a continuación.

Perspectiva Psicológica. Analiza esas características de las personas que las lleva a asumir riesgos con el objeto de crear y sostener su propio negocio.

“Quienes se atreven a crear su propia empresa, manifiestan deseos de autorrealización, necesidad de valoración propia, de reconocimiento social, de generación de recursos para el sostenimiento de su núcleo familiar, confianza en sus propias capacidades, visión a largo plazo, actitud, habilidad innovadora y creativa y un sin número de elementos que de una u otra manera tienen una elevada influencia en los sistemas de producción y desarrollo empresarial de los países” (Herrera y Gutiérrez, 2014, p. 290).

Los rasgos individuales del emprendedor. En los estudios realizados por Herbert Simon y su aporte a la teoría de las organizaciones, se percibe que las medidas tomadas por los individuos no siguen condicionamientos mecanicistas y para entenderlas se debe analizar más a profundidad la condición humana, haciendo énfasis en los límites entre la racionalidad e irracionalidad del comportamiento humano (Estrada, 2008). Como apoyo a la teoría del comportamiento humano, se encuentra la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), que es útil para poder explicar el emprendimiento, entendiéndose que no en todas las personas se presenta de la misma forma, haciendo necesario analizarlo desde el comportamiento de cada individuo, así se sabe que “para que surja un emprendedor, se requieren dos factores clave: que exista una oportunidad emprendedora y la intención y capacidad del individuo de explotarla, enfrentándose a la

incertidumbre del mercado” (Bjornskov y Foss, 2008; Fayolle y Liñán, 2014; citados en Romero y Milone, 2016, p. 97). En la figura 1 se observa este modelo.

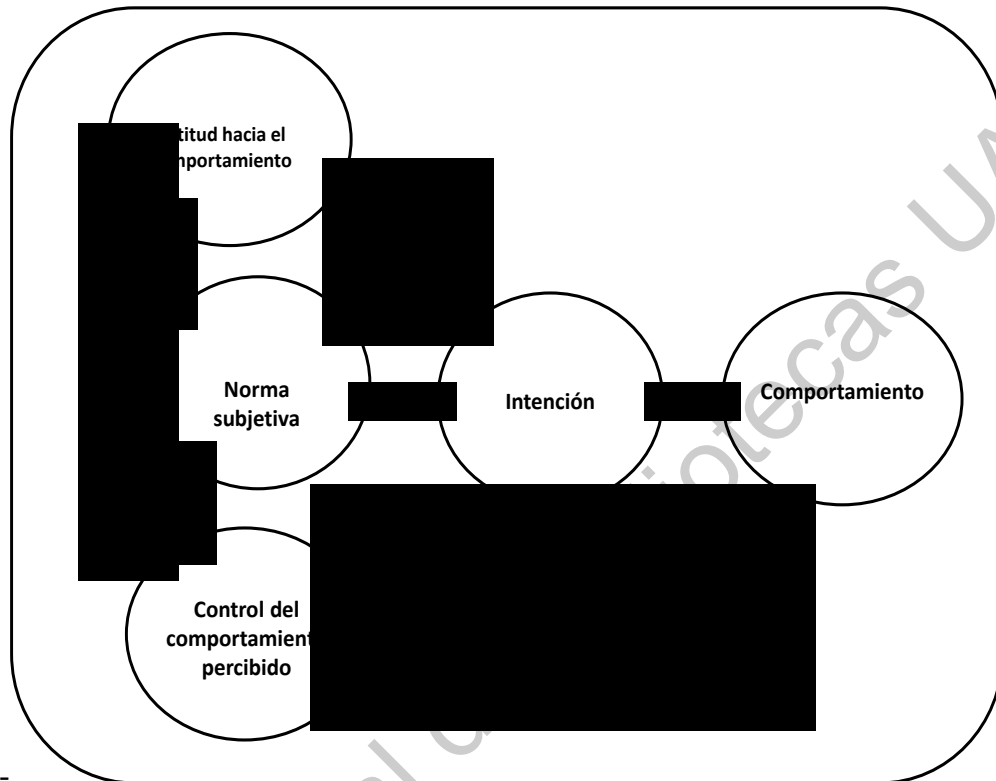


Figura 1. Teoría de comportamiento planificado. Fuente: Ajzen (1991, p. 182)

Es así como la atención se centra en la intención, como un indicador empírico de un posible emprendimiento. De esta manera, la teoría define que las intenciones de ser emprendedor se fundamentan en tres aspectos: la actitud para el comportamiento evaluado de forma positiva o negativa, las normas subjetivas que hacen relación a la presión social que tienen las personas en este caso para adelantar un emprendimiento y finalmente el control del comportamiento observado que se refiere a los retos y barreras de poner dicho comportamiento en marcha (Romero y Milone, 2016).

Además se puede predecir que los individuos poseen una serie de rasgos propios y tienen un interés hacia la formación de empresas, estos atributos intervienen en la posible

oportunidad y en la probabilidad de ser explotada por la persona. En este modelo (Figura 2) se dejan por aparte los componentes psicológicos y no psicológicos (edad, sexo, rasgos demográficos) y además las variables de procesos académicos y la experticia, todos considerados muy importantes para tener éxito en el aprovechamiento de oportunidades empresariales (Fuentes y Sánchez, 2010).

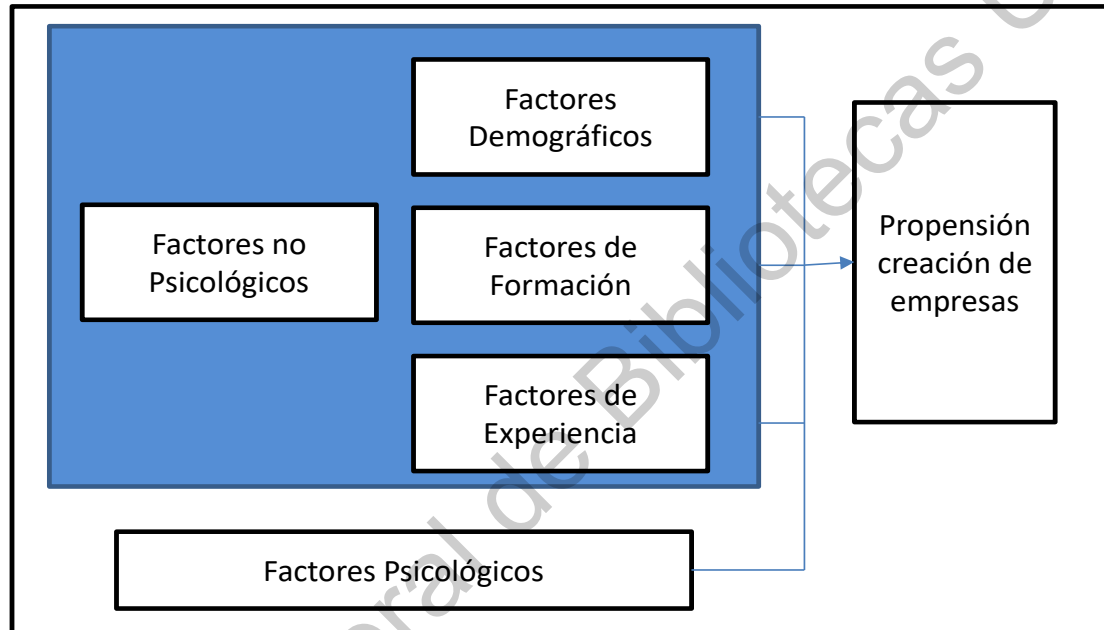


Figura 2. Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas. Fuente: Shane (2003) y Hernangómez et al. (2005) citados en Fuentes y Sánchez (2010, p. 4)

El siguiente modelo de Krueger y Brazeal (1994), define factores de *deseabilidad* y *viabilidad* para la creación de empresas, (citado en Fuentes y Sánchez, 2010, p. 4). Para estos autores, un factor determinante para un posible emprendedor es la forma como las personas a su alrededor evalúan la probabilidad de que se decida hacia la creación de una empresa.

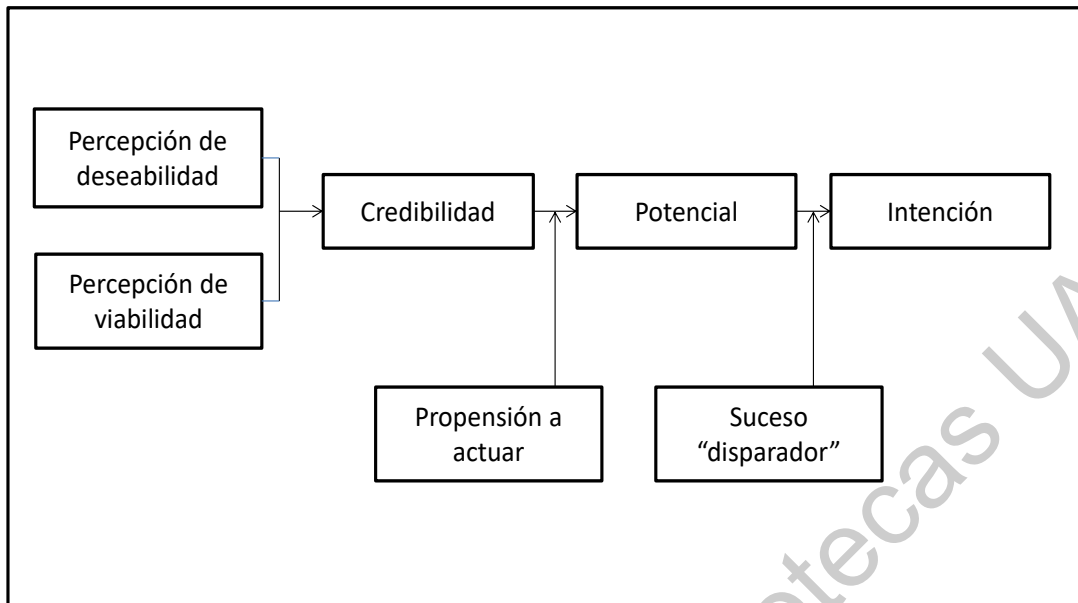


Figura 3. Modelo del Potencial emprendedor de Krueger y Brazeal (1994). Fuente: Krueger y Brazeal (1994) citados en Fuentes y Sánchez (2010, p. 5)

Perspectiva contextual. Basados en el concepto de que la empresa es un sistema de coordinación central, condicionada por el entorno institucional de Norton (1990), citado en Herrera y Gutiérrez (2014), se proponen unos componentes fundamentales 'para emprender, que se muestran en la tabla 3.

Tabla 3

Componentes de contexto en la decisión de emprender

Tipo de contexto	Características
Económico	Fuente que genera crecimiento y desarrollo en una nación, según la teoría económica.
Político legal	Cuando se crea un negocio también debe valorarse, toda clase de circunstancias políticas y legales del territorio nacional, para no cometer infracciones y reducir la incertidumbre del contexto en concordancia con la situación gubernamental.
Geográfico	Las organizaciones tienen éxito dependiendo de su ubicación territorial, lo cual les posibilita mantenerse en el tiempo y además aportar en la formación de tejido empresarial, creando sinergias útiles para toda la región.
Social cultural	Con una fuerte decisión hacia el emprendimiento, ya que se mezclan los rasgos individuales de una persona y su conexión con el medio en que se forman, lo que contribuye en la actitud hacia la creación de negocios.

Fuente: Elaboración propia con base en Herrera y Gutiérrez (2014)

Perspectiva sociológica. Para González (2012), el emprendimiento visto desde lo económico tendría un carácter más racional e individualista, debido a la competencia en diferentes ámbitos a la que la persona se ve expuesta, mientras que la perspectiva sociológica privilegia la experiencia social, dado que los individuos le otorgan diferentes significados al acto de emprender. Así mismo dentro de las organizaciones, el enfoque sociológico plantea su razón de ser en la comprensión de las acciones de los participantes en sus interrelaciones con otros, lo que lleva a la teoría de la organización a plantear diversas maneras en que las personas puedan trabajar colectivamente con otros y usar los

diferentes modos de participación para poner todo su talento en la consecución de los objetivos conjuntos (Marín, García y Aristizábal, 2013).

Perspectiva histórica. Castiblanco (2013) resalta que un emprendedor es un individuo capaz sacar a flote sus ideas, luego asumir riesgos enfrentándose a múltiples problemas. Es así que el emprendimiento ha sido estudiado por diferentes escuelas de la siguiente forma (Castiblanco, 2013, p.57):

- Escuela Clásica (siglo XIX): caracteriza al emprendedor como una persona en capacidad de influenciarse y proyectarlo a la sociedad.
- Escuela Shumpeteriana: denota al emprendedor como alguien que puede romper y generar desequilibrio a partir de algo a lo que llamó la “destrucción innovativa”.
- Escuela Austriaca (1912-1962): considera que un emprendedor es un individuo que responde a las necesidades del mercado, mediante la falta de certidumbre.
- Drucker y Stevenson (1980-1999) afirman que es un empresario que innova constantemente y que crea riqueza a partir de nuevas oportunidades.

González (2012) hace una clasificación de la evolución del emprendimiento (ver figura 4).

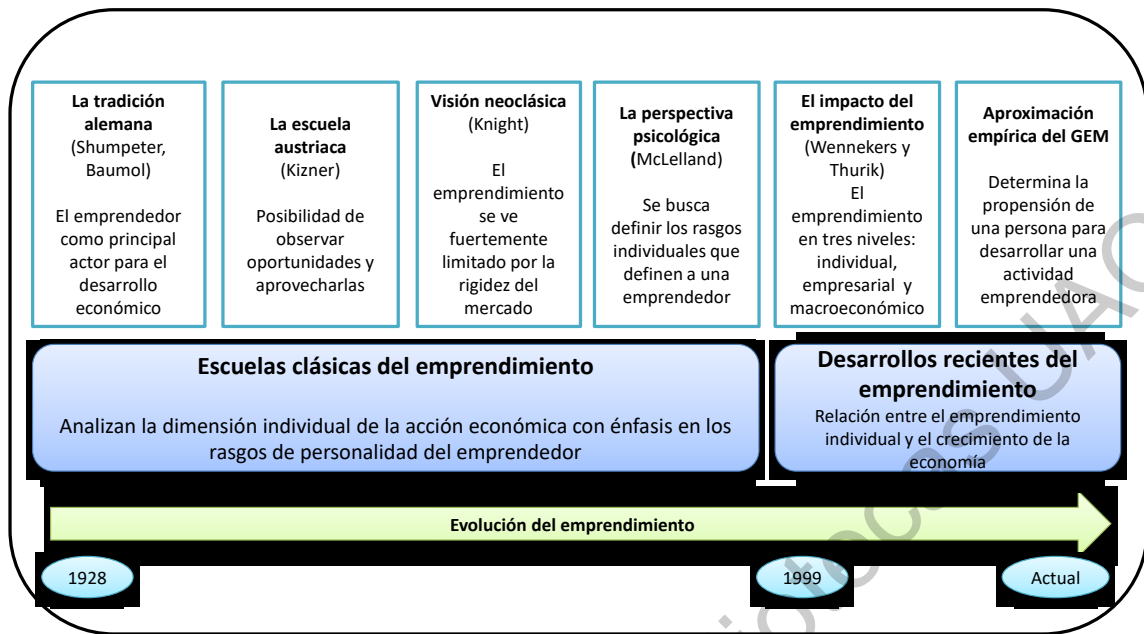


Figura 4. Evolución del estudio del emprendimiento. Fuente: Elaboración propia a partir de González (2012)

Perspectiva institucional. Warnecke (2013) utiliza la teoría institucional para el estudio del emprendimiento, haciendo un énfasis especial en la existencia de instituciones formales e informales como soportes para dicho emprendimiento. Al respecto comenta sobre la existencia de una normatividad relacionada con la regulación de los mercados y sobre la propiedad privada y su uso, los cuales son fundamentales a la hora de emprender, de otro lado las organizaciones informales, más complejas que las primeras, representan las normas y actitudes sociales, las cuales han estado presentes siempre y pueden parecer naturales, haciendo invisible la discriminación hacia las mujeres. Así, el hábito y la rutina institucionales dificultan el desarrollo de un sistema inclusivo que favorezca a las mujeres, debido a la invisibilización de su trabajo, lo que a su vez conlleva a la creación de programas de emprendimiento que terminan favoreciendo a los varones y amplía la

llamada “feminización de la pobreza”, pues muchas mujeres se sienten más responsables del sostenimiento de su familia y del cuidado de la misma.

De otro lado, el aumento del empleo informal causado por las crisis económicas exige también el análisis del emprendimiento en el sector informal, siendo necesario el uso de la teoría institucional para poder comprender las diferencias existentes entre los empresarios desde variables como el género y su relación con las razones para emprender desde la necesidad y desde la oportunidad.

Cuando se observa el emprendimiento desde el institucionalismo también se ve la necesidad de comprender el manejo del poder, ya que se considera la importancia de revisar esas relaciones para entender de mejor forma la dinámica emprendedora y cómo ésta influye en los resultados de negocios consolidados de mujeres y hombres (Ahl, 2006). De la Rosa (2007), también explica que “La institución es un patrón a seguir, pero es seguido porque es construido socialmente, de forma tal que si los intereses son construidos socialmente, son susceptibles de institucionalizarse” (p.18), y en donde los individuos actúan de acuerdo con marcos normativos y en función de roles e identidades.

Dentro de esta perspectiva también se puede retomar lo expuesto por Kaztman (2000) que explica la existencia de vulnerabilidad en la sociedad como resultado de la incapacidad estatal de acompañar a los individuos en sus diferentes procesos y de no aprovechar beneficios existentes en diferentes ámbitos socioeconómicos. Es así que se asume la existencia de procesos de individualización como parte de un fenómeno estructural, llevando a la población a un riesgo social más alto, todo porque los resultados buenos o malos dependen de la responsabilidad personal de cada individuo, haciendo más

difícil su acceso a aspectos vitales como los servicios ofrecidos por el estado o acceder a productos y servicios cuando se desea ejercer diversas actividades (González, 2012).

2.2.3. Teorías sobre el emprendimiento. El emprendimiento cuenta con diferentes matices, se puede por ejemplo encontrar teorías, modelos, características de los emprendedores, clases de emprendedores, etc, que dan luces sobre las situaciones que propician el emprendimiento y aunque han sido abordadas desde múltiples ópticas, aún no han logrado encontrar acuerdos teóricos, por tanto el debate sigue abierto con el objetivo de lograr más evidencia empírica que a su vez estimule la producción teórica.

Vallmitjana (s.f) hace una clasificación para especificar las diferentes teorías que han aportado al emprendimiento, mostrado en la tabla 4

Tabla 4

Teorías de emprendimiento

Grupo de teorías	Teoría específica	Características
Teorías económicas	Teoría del empresario organizador	Se considera al empresario como una persona que es capaz de unir el control de capital con los demás factores de producción y además de eso que puede innovar.
	Teoría del empresario arriesgado	Una característica fundamental del empresario es la de asumir riesgos ya que debe medir las consecuencias futuras de sus decisiones empresariales.
	Teoría del empresario innovador	Desde la visión Shumpetereana, el emprendedor es innovador y sus resultados generan el desarrollo económico.

Fuente: Vallmitjana (s.f)

Tabla 4

Teorías de emprendimiento (Continuación)

Grupo de teorías	Teoría específica	Características
Teorías psicológicas	Teoría de los rasgos de personalidad	Son aquellas teorías basadas en las características psicológicas del emprendedor y que pretenden diferenciar por ejemplo, los rasgos individuales de un emprendedor/a y de un no emprendedor/a, o de los más exitosos con los de menor éxito.
	Teoría del empresario de Kirzner	Kirzner dice que los emprendedores son buscadores de retos, a partir de una observación que los hace encontrar oportunidades ocultas.
Teorías socioculturales	Teoría de la marginación	Según esta teoría, los individuos que sufren más exclusión tienen propensión de volverse empresarios, de esta forma, las personas marginadas pueden encontrar en el emprendimiento una oportunidad laboral y de reconocimiento social.
	Teoría del rol	En ésta teoría se contempla el hecho de que la existencia de muchas empresas en algunas zonas geográficas o en las familias, pueden llevar a una persona a pensar que también puede encontrar circunstancias favorables para emprender y crecer.
	Teoría de redes	En la teoría de redes se considera en proceso de emprendimiento como un entramado de redes que permiten el éxito del mismo a través de la consecución de recursos y oportunidades.

Fuente: Vallmitjana (s.f)

Tabla 4

Teorías del emprendimiento (Continuación)

Grupo de teorías	Teoría específica	Características
Teorías socioculturales	Teoría de la incubadora	Considera a las incubadoras empresariales como fundamentales desde el esfuerzo gubernamental y la unión de muchas instituciones en el apoyo inicial que deben recibir los emprendedores para poner en marcha su idea de negocio.
	Teoría del desarrollo económico de Weber	Weber desarrolla su idea afirmando que en aquellas áreas en donde hay influencia de la ética protestante a través de sus características: laboriosidad, tendencia a ahorrar y sinceridad, se propicia de mejor forma la cultura empresarial, relacionando la tendencia capitalista con la ideología religiosa.
	Teoría de la ecología de la población	Esta teoría estima la posibilidad de las empresas para el cambio, aquellas que lo logran pueden sobrevivir y crecer, mientras que quienes no lo logran mueren.
Teorías directivas	Teoría del comportamiento del empresario	Se centra más en observar cómo se comporta el empresario, más que en definir “cómo es” analiza “qué hace”, sabe hacer o debe saber hacer, es decir que examina sus comportamientos, habilidades, capacidades y experiencia.

Fuente: Vallmitjana (s.f)

2.2.4. Clases de emprendedores. Para Vallmitjana (s.f) existe una tipología de los emprendedores que se pueden encontrar comúnmente en la vida cotidiana de acuerdo con los objetivos que persiguen, éstos son:

- Autoempleados: El autoempleo puede ser entendido como la forma más sencilla de emprendimiento. Almagro (2003) afirma que la principal característica de un autoempleado es el control total de la empresa, por lo tanto de esa persona se espera no solo la ganancia económica sino el poder y el prestigio social que se supone trae aparejado y que a su vez le implica unas responsabilidades, como lo es el de mantener un estilo de vida, una organización y una responsabilidad acorde con el medio que le rodea, en el cual debe además aplicar sus conocimientos y sus habilidades personales.

- Intraemprendedores o emprendedores corporativos: Los emprendedores creativos son aquellos que dentro de su misma labor en una organización genera la creación de nuevos negocios (filiales, joint-ventures, spin-offs). Vallmitjana (s.f, p. 61) define el emprendedor corporativo en algunas proposiciones básicas:

- Una organización emprendedora busca nuevas oportunidades, sin importar el acceso a recursos.
- Los niveles de emprendimiento dependen de la actitud de los colaboradores y no sólo los directivos.
- El comportamiento de la empresa se encuentra asociado de forma positiva con el interés de ubicar a las personas en lugares en donde puedan percibir oportunidades, además capacitarlos y brindarles una recompensa por sus logros. También existen organizaciones quienes se esfuerzan por minimizar consecuencias de oportunidades fallidas, que no penalicen a los que intentaron con alguna actividad pero que al final no lo consiguieron.

- Emprendedores en familia: El nacimiento de empresas familiares que involucra la participación de todo el núcleo supone la adquisición del conocimiento desde la práctica,

por tanto, ayuda a que todas las personas logren unos objetivos comunes y a su vez se sientan más atraídos a realizar nuevos emprendimientos. Para muchos investigadores, aprender del emprendimiento en familia determina la actitud de las personas frente a la naturaleza de los negocios, cuando los resultados de la actividad están relacionados en forma positiva con el status social y económico, los miembros de la familia logran un modelo de orgullo que los llevará a actuar en forma determinada y sin miedo, si por alguna razón fracasan, esto no será motivo de exclusión, ya que se toma como algo natural dentro de las posibilidades del mercado, por lo general el emprendimiento viene del papá o la mamá o de cualquier combinación entre vínculos de familia (Carrasco y Castaño, 2008; Nueno, 2005).

Emprendedores sociales. Estos emprendedores tienen como propósito fundamental contribuir en reducir los problemas de la sociedad y producir una transformación desde su negocio. Es así que su interés está más que en el beneficio económico, en ayudar a construir calidad de vida a partir de trabajos sostenibles que mejoren la vida de poblaciones más vulnerables.

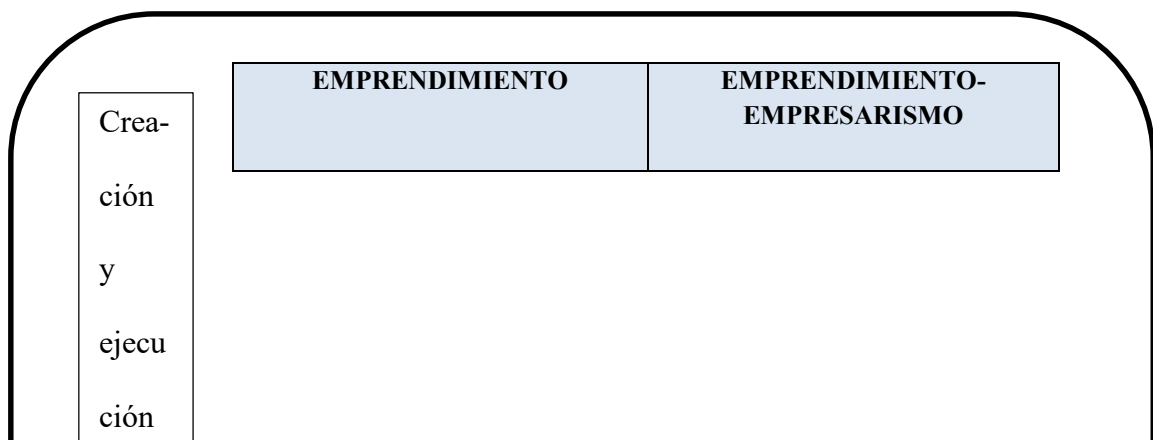
- *Emprendedores principiantes y emprendedores habituales:* Se identifican dos tipos de emprendedores, los principiantes que son aquellos que inician con un negocio por primera vez y que deben enfrentar dos retos fundamentales, la inexperiencia y conocimiento del contexto del negocio y la escasez de recursos. Entre tanto los emprendedores habituales son aquellos con experticia, con las habilidades y con el soporte financiero para respaldar sus negocios; de éstos se afirma que existen varios tipos de emprendedores habituales: los que crean un negocio y crecen con él, los que crean un negocio y lo venden después de volverlo exitoso para lograr una estabilidad económica y finalmente los que van creando

negocios y luego de estabilizarlos los dejan en dirección de otros y se dedican a crear nuevos.

- Emprendedores en serie y emprendedores en paralelo: Los emprendedores en serie crean una empresa después de haber cerrado o vendido otra, mientras que los emprendedores en paralelo son aquellos que pueden crear dos o más empresas a la vez.

Empresarios vs. Emprendedores Para Prieto (2014) se conoce como empresario a aquella persona que establece “los objetivos y propósitos estratégicos para cumplir metas específicas dentro de cualquier organización.” (p. 195), además es el empresario el encargado de administrar y controlar una empresa. Se pueden distinguir tres clases de empresarios: los propietarios, los inversionistas y los gerentes. El empresario es un líder que busca el progreso del negocio y de la comunidad a la que sirve, lo que lo conlleva a asumir múltiples riesgos. Entre tanto, el emprendedor se puede desempeñar en cualquiera de los tres roles ya descritos, realiza los mismos roles pero con una motivación distinta, ya que además de obtener beneficios económicos, se orienta en la superación de logros personales y profesionales.

Orrego (2014) en su estudio empírico encuentra cuatro categorías surgidas del análisis del emprendimiento, dado que en la revisión bibliográfica se muestra que a menudo los términos emprendedor y empresario se usan indistintamente, llegando a concluir que sí son diferentes y que existe una combinación ideal emprendedor-empresario, tal como se muestra en la figura 5.



Se caracteriza por la voluntad de conversión de una idea (una oportunidad de negocio, una estrategia de persuasión) en un proyecto concreto	Es la combinación ideal en la cual el emprendedor no solo genera la idea de negocio y mediante la voluntad la lleva a la práctica, sino que, además, buscan mantenerla en el tiempo asegurando resultados socioeconómicos
EMPRENDERISMO	EMPRESARISMO
La capacidad creativa del sujeto, ejercida una y otra vez sin su efectiva realización práctica	Es la regulación procedimental y la ejecución sistemática de los procesos administrativos que hacen que la idea se sostenga en el tiempo
Creativas	Administrativas

Competencias

Figura 5. Variaciones del emprendimiento. Fuente: Orrego (2014)

2.3. El Emprendimiento Desde la Perspectiva de Género

Para Ahl y Marlow (2012), a pesar de que el discurso empresarial dice que cualquier persona puede acceder a emprendimientos solo con su propio deseo individual, la evidencia ha demostrado que sí existe un sesgo de género, en donde la mujer no tiene las mismas condiciones, es así como no existe aún claridad sobre el alcance epistemológico necesario para comenzar nuevas investigaciones. Es importante resaltar que se perpetúa un ordenamiento jerárquico de género donde la feminidad se asocia con déficit y existe un discurso masculino de emprendimiento que surge como la norma incuestionable. A pesar de ello, el emprendimiento femenino ha aumentado por diversas razones entre las cuales está el de acceder a la educación y al mercado de trabajo, el auge del sector servicios, el entorno socioeconómico complejo que ha impulsado a las mujeres a contribuir con el ingreso y finalmente los cambios estructurales de la familia que han puesto a las mujeres como cabeza de hogar (Elizundia, 2015).

El Global Entrepreneurship Monitor, dentro del análisis de emprendimiento que realiza en los diferentes países concibe como categoría de análisis la edad, el nivel de formación, y sin duda el género, ya que ellos conscientes de la importancia de medir la capacidad de emprendimiento de una persona comprenden que son diferentes los niveles de emprendimiento para mujeres y para hombres, luego depuran aún más esos grupos y los analizan de acuerdo con otras variables (GEM, 2014). Sin embargo, sus análisis son de tipo cuantitativo y no van más allá para determinar las razones que llevan a las mujeres y los hombres a empezar y sostener una oportunidad de negocio (Pérez y Avilés, 2016).

Debido a lo anteriormente descrito se define la necesidad de conocer la manera en que se ha estudiado el género en la administración como una categoría transversal de investigación, para luego comprenderlo desde el emprendimiento.

2.3.1. El enfoque de género en la administración. La sociedad se presenta como formadora de mujeres y varones de los cuales se esperan ciertos comportamientos al asignarles expectativas y generarles unos límites acorde con lo que se supone le es natural para cada sexo. Mientras las diferencias sexuales se mantienen y están predeterminadas genéticamente, la construcción de género es algo que depende de las características de cada sociedad, del contexto y que evoluciona constantemente, haciendo de los roles del género una identidad que se adquiere y se aprende (PNUD Perú, 2012).

Para Burin y Meler (2010) citados en Vázquez y Urbiola (2014), el género es una “red de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, sentimientos, valores, conductas y actividades producto de un largo proceso histórico de construcción social, de desigualdades y jerarquías entre varones y mujeres quienes se encuentran en relaciones de poder asimétricas “ (p.164).

Serret (2011) explica la conformación del género desde tres aspectos fundamentales, el primero alude a la existencia de un género simbólico, el cual no distingue específicamente entre hombres y mujeres, ya que más bien habla de referentes primarios de significación, es decir que lo femenino y masculino no solo intervienen en la construcción de identidad en las personas sino como una forma de comprender el mundo. Al respecto Corres (2012) explica la necesidad de mantener la reflexión frente al significado de lo femenino y lo masculino para ser usadas como categorías de análisis, los cuales se pueden aplicar en la forma de producir conocimiento y lenguaje, en la generación de estructuras sociales y en la construcción de sus identidades. En segundo lugar se habla del género como imaginario social, el cual clasifica a los humanos para ser mujeres o ser hombres referidos al cuerpo sexuado y que representa un conjunto de tipificaciones del significado ser hombres o mujeres, que son asumidos en forma diferente por cada sociedad. Finalmente se encuentra el género como imaginario subjetivo que tipifica las formas como cada individuo se posiciona frente a los significados de género y aprende así a construir un yo vertebrado por el género. Para Bonder (1998), el género implica poder social el cual envuelve a mujeres y la feminidad y a los hombres con la masculinidad. Gherardi y Poggio (2002) afirman que el género “Se presenta como un conjunto de prácticas situadas en contextos históricos y culturales específicos y sostenidas por rituales realizados por hombres y mujeres” (p. 257). De esta manera estos rituales por un lado reconocen lo simbólico del género y por otro lado buscan transgredirlo y luego repararlo. Por ejemplo, cuando las mujeres ingresan en territorios masculinos, justifican con excusas su conducta y realizan acciones para repararlo. Así mismo Jones (2012)

explica al género referido con “las distinciones producidas socialmente entre varones y mujeres y los roles sociales relacionados atribuidos a cada uno de ellos” (p.238).

Para Bonan y Guzmán (s.f), las aproximaciones conocidas como perspectiva de género tienen como punto común el reconocimiento de la subordinación política y social de las mujeres. Los cuerpos teóricos sobre género que se conocen hoy en día, son el resultado de más de dos décadas de intenso debate, reflexión y diversas investigaciones, que han propiciado algunos enfoques interdisciplinarios que incorporan el desarrollo conceptual de áreas del conocimiento tanto de las ciencias humanas como sociales, permitiendo la creación de nuevos horizontes epistemológicos que han ayudado a entender la realidad social desde la complejidad. Es así como la teoría de género se posiciona en el debate teórico sobre poder, identidad y estructuración de la vida social, lo que lleva a avanzar en el concepto del desarrollo humano que permite a su vez el análisis de las diferenciaciones y jerarquías sociales en sus dimensiones simbólico culturales, normativas e institucionales. Así mismo, Bonan y Guzmán (s.f) citan a Scott (1996), una historiadora inglesa quien analiza el género como elemento fundamental en las relaciones entre personas y como manera primaria para significar el poder, quien además afirmaba que “el género provee un modo de decodificar los significados que las culturas otorgan a la diferencia entre los sexos y comprender cómo esos significados impregnan las complejas conexiones que existen entre varias formas de interacción humana” (p.2). Además explica cómo ha evolucionado el género como categoría de investigación a través de la historia, desde su comprensión de diferencia entre los dos sexos hasta lo que es hoy como una construcción social; hace también una explicación de lo que ha sido para las historiadoras feministas y para los teóricos del patriarcado (Scott, 1996).

Barbieri (1993) explica la importancia de estudiar el aporte de las mujeres para la sociedad. Además genera dos posturas en las que considera se ha hecho mayor investigación sobre la mujer, una centrada como objeto de estudio en las mujeres, sobre todo con lo relacionado a sus condiciones de vida y de trabajo; la segunda pone la sociedad como causante de la subordinación femenina. En los dos casos se requiere de abundante información y de la formulación de hipótesis que lleven a la construcción de teorías. Para el primer caso los estudios analizan la relación mujer-mujer y mujer-varón, para la segunda, se analiza la subordinación de la mujer como producto de diversas maneras de organización y entiende que el objeto de estudio no puede ser solo la mujer, se necesita analizar las duplas mujer-mujer, mujer-hombre y hombre-hombre. Por otro lado, Barbieri (1993) también habla del estado de las investigaciones sobre género y ante ello expresa la dificultad para producir nuevas teorías a partir de la información existente, ya que a su juicio se tiene un conjunto de hipótesis que no han pasado de ser prototeorías o teorías de alcance medio, así como no se ha podido llenar vacíos metodológicos del tema.

Alvesson y Billing (1992) realizan su estudio a partir de la observación de las diferencias entre el comportamiento de varones y mujeres como directivos, con características específicas. En la literatura de teoría de las organizaciones se observa la discriminación y el sexismo, los jefes hombres pueden usar el acoso sexual como una forma de mantener su autoridad, hay diferencias entre organizaciones pequeñas y grandes. Se cree que las personas construyen culturalmente rasgos de ser hombre o ser mujer y eso lleva a comprender las condiciones de género/organización. La falta de mujeres en el poder es consecuencia de la división histórica del trabajo. Hay desigualdad en las oportunidades de mujeres y varones dentro de la organización, no se puede vincularlas

con igualdad de condiciones, porque no existen. Consideran importante añadir la metáfora masculino/femenino dentro del análisis organizacional, luego la organización no debe entenderse solo en términos de máquinas, herramientas, equipos, arena política, culturas, prisión psíquica, campos simbólicos; las organizaciones podrían ser entendidas como anti-familiares. En la literatura feminista el debate se ocupa de ver relaciones entre clase y género, se interesan por tanto en las oportunidades de la vida.

2.3.2. Principales acercamientos teóricos para el estudio del género. La teoría feminista se conoce como aquella que más ha luchado porque se reconozca a las mujeres en los diversos aspectos de la vida, para comprenderla es necesario abordar, la forma en que se entendía el papel de la mujer en el discurso tradicional. Antes de que tomaran forma los discursos feministas, la mujer era considerada sólo dentro de los espacios privados y al hombre se le atribuían los espacios públicos (Bourdieu, 2007; Ortíz, 2017).

En la década de los sesenta los movimientos feministas tomaron fuerza y su principal propósito era el de comprender y explicar la situación de subordinación de las mujeres. De dicho esfuerzo se entendió que hasta ese momento las ciencias sociales no habían analizado la subordinación femenina, ya que los cuerpos teóricos o bien no documentaban la desigualdad entre hombres y mujeres o simplemente la justificaban (Harding, 1987; Lamas, 1986; Barbieri, 1993). De esta manera se observan muchos intentos de comprender esta subordinación, por tanto una de las primeras propuestas es la presentada por Millet (1975) citada en Barbieri (1993) quien la identifica como producto del ordenamiento patriarcal, tomando como base la categoría patriarcado de Max Weber, lo que llevó a que esa visión totalizadora del patriarcado rápidamente se incorporara en el discurso político y en el quehacer académico, pero sin ningún contenido y que a su vez lo

volvió sinónimo de dominación masculina. Estos movimientos se dan inicialmente en países desarrollados en donde previamente se habían reconocido otros derechos a las mujeres, como los expresados en la Declaración de los Derechos Humanos (Barbieri, 1993).

Lo anterior conlleva al reconocimiento de una teoría feminista, la cual a criterio de Harding (1987) se divide en tres grupos que representan tanto un momento histórico en su evolución, como en el pensamiento de los teóricos y los temas abordados en sus estudios académicos, estas tres corrientes son: la liberal feminista que consideraba a los hombres y las mujeres esencialmente iguales, la social feminista aceptando diferencias sustanciales entre hombres y mujeres y la postestructural feminista que considera el género como el resultado de una construcción social en donde se aprenden rasgos de feminidad y masculinidad.

La aparición del término género y su inclusión como categoría de investigación dentro de la teoría feminista, ha generado algunas nuevas vertientes que según Bonder (1998), se decantaron principalmente en dos corrientes que han recorrido un trayecto epistemológico, por un lado aquella que hacía una crítica sobre lo masculino y femenino, encargados además de discutir lo biologista, esencialista y universalista que han forjado esos contrastes, lo mismo que las lógicas que las apoyan el sesgo acerca de la situación de las mujeres dentro de los cuerpos teóricos, en los que a ellas se les asigna un espacio depreciado y sometido. Una segunda postura se concentra en explicar la actuación de las personas en cuanto a sus roles e identidades de género, el cual afirma que los individuos poseen una identidad personal, a partir de la socialización dentro de la familia y luego en su contexto.

Además Bonder (1998) da cuenta de la evolución de categorías analíticas creadas y usadas en la teoría feminista, como resultado del pensamiento feminista y que han dominado diversos espacios, y que a su vez han ayudado en la construcción de las categorías feministas como los de género, patriarcado, división sexual del trabajo, lo privado vs lo público, entre otros. Lo anterior permite mostrar que no hay una teoría de género sino varias y que resulta útil definir unas líneas de uso del género que se han utilizado en los trabajos investigativos, con el propósito de conocer lo que se ha trabajado y qué vacíos teóricos existen en el estudio del género.

En la actualidad muchos de los estudios relacionados con género se han valido de otras teorías para tratar de explicar la desigualdad entre mujeres y varones, sin embargo se siguen privilegiando las teorías feministas en sus corrientes social feminista al hacer diversos estudios comparativos desde el enfoque positivista y muchos otros en la corriente postestructural feminista, los cuales exigen una mayor comprensión de lo que es el género como resultado de una construcción social.

Finalmente, Calás y Smircich (2006) hacen una explicación detallada de las diferentes tendencias teóricas que forman la teoría feminista, agregando otras a las ya estudiadas, clasifican a seis de ellas: la liberal, la radical, la psicoanalítica, la socialista, la postestructuralista/posmoderna, y la transnacional/postcolonial; es importante resaltar que la teoría feminista acepta que todas las tendencias teóricas existentes brindan diferentes alternativas de acción a los conflictos que implican el género en las organizaciones y por tanto diferentes soluciones a los problemas existentes. En la tabla 5 se hace una explicación detallada de cada una de esas tendencias.

Para esta investigación, se escoge la escuela de pensamiento Postestructural/posmoderna de Calás y Smircich (2006), también denotada como corriente Postestructural Feminista por Harding (1987), bajo el interés fundamental de revisar prácticas discursivas que entrelazan emprendimiento y género a partir del análisis del discurso, que revise las subjetividades de las personas que son emprendedores-empresarios y que socialmente han construido su género en un contexto determinado.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Tabla 5

La condición de las mujeres: ¿igual o diferente?

Escuelas de pensamiento	Liberal	Radical	Psicoanalítica	Socialista	Postestructural/ Posmoderna	Transnacional/ poscolonial
Herramientas intelectuales	Nació desde los siglos XVII y XIX en la teoría política liberal	Generada en los movimientos de liberación de las mujeres en el final de los años 60	Salida desde la teoría Freudiana y otras teorías psicoanalíticas	Emerge en la década de 1970 como parte de los movimientos de liberación femenina, intenta sintetizar el marxismo, el psicoanálisis y el feminismo radical	Ubicada en las críticas postestructuralistas francesas contemporáneas de la “identidad del conocimiento” y la “subjetividad”	Emerge de la intersección entre las críticas de género de las feministas de occidente y las críticas poscoloniales de las epistemologías occidentales
Concepción de la naturaleza humana	Los individuos son seres autónomos capaces de racionalizar (dualismo mente/cuerpo e individualismo abstracto)	Los seres humanos son fundamentalmente seres sexuados	La naturaleza humana se desarrolla biológica y psicosexualmente	La naturaleza humana es creada históricamente y culturalmente a través de las interrelaciones dialécticas entre biología humana, sociedad y trabajo humano.		Analizada como un constructo occidental que emerge por hacer al otro invisible o menos humano. También desde el esencialismo estratégico y las subjetividades híbridas.

Fuente: Calás y Smircich (2006)

Tabla 5

La condición de las mujeres: ¿igual o diferente? (Continuación)

Escuelas de pensamiento	Liberal	Radical	Psicoanalítica	Socialista	Postestructural/ Posmoderna	Transnacional/ poscolonial
Concepción del sexo/género	El sexo es parte de la dotación biológica esencial, una variable binaria. El género se socializa en los seres humanos sexados para un comportamiento apropiado.	La “clase sexual” es la condición de las mujeres como la clase oprimida, el género es una construcción social que garantiza la subordinación de las mujeres.	Los individuos se identifican sexualmente como parte de su desarrollo psicosexual. El género estructura un sistema social de dominación masculina	El género es procesual y socialmente constituido a través de varias intersecciones de sexo, raza, sexualidad, ideología y experiencias de opresión bajo el capitalismo patriarcal	Sexo/género son prácticas discursivas y actuaciones sociales que constituyen subjetividades específicas a través del poder, y el materialismo de los cuerpos humanos	Considera la constitución de subjetividades complejas más allá de las concepciones occidentales de sexo/género enfocadas en aspectos de género de la globalización y en procesos transnacionales
Concepción de “la buena sociedad”	Una buena sociedad es una sociedad justa que permite a las personas ejercer autonomía y realizarse a través de un sistema de derechos individuales.	La buena sociedad es una sociedad sin género (o tal vez un matriarcado)	La “buena sociedad” no tiene estructura de género. Los niños desarrollan una valoración en ambos “lo femenino” y lo “masculino”	La “buena sociedad” ha eliminado todos los sistemas de opresión privado/público basados en sexo, género, raza, clase y por tanto transformó las relaciones sociales.	La “buena sociedad” requiere la deconstrucción y desnaturalización de los discursos y prácticas que la constituyen.	La “buena sociedad” es una ideología occidental producida a través de relaciones coloniales y a través de políticas neoliberales contemporáneas.

Fuente: Calás y Smircich (2006)

Tabla 5

La condición de las mujeres: ¿igual o diferente? (Continuación)

Escuelas de pensamiento	Liberal	Radical	Psicoanalítica	Socialista	Postestructural/ Posmoderna	Transnacional/ poscolonial
Posiciones epistemológicas	Positivista, objetivista neutral en género	El conocimiento holístico centrado en la mujer es posible fuera de las estructuras patriarcales	La forma de conocimiento de las mujeres es diferente a la del hombre debido a su desarrollo psicosexual diferente.	La condición histórica particular de opresión que es más adecuada para entender la sociedad contemporánea.	Epistemológicamente es problematizado por la heterogeneidad de las posiciones del sujeto e identidades sociales, es decir no existe ningún "sujeto de conocimiento para sustentarlo".	El conocimiento es un sistema de relaciones de poder por occidente para el resto. Otros conocimientos/ subjetividades son posibles.
Algunas metodologías favorecidas	Ciencia social positivista, experimentos de laboratorio, más cuantitativa	Grupos de consensuación y estudios de caso	Estudios de caso clínicos, relaciones sociales enfocadas en un contexto específico, historias de vida	Estudios de caso, etnografías institucionales, etnometodologías enfocadas en actividades microsociales cuando se conectan con procesos macrosociales.	Análisis textuales, deconstrucción, genealogías Foucaultianas, instituciones queering	Análisis textuales, deconstrucciones/reconstrucciones postcoloniales, escritos testimoniales, representaciones híbridas

Fuente: Calás y Smircich (2006)

Tabla 5

La condición de las mujeres: ¿igual o diferente? (Continuación)

Escuelas de pensamiento	Liberal	Radical	Psicoanalítica	Socialista	Postestructural/ Posmoderna	Transnacional/ poscolonial
Conceptualización de sexo/género y organización	Organizaciones neutrales al género establecidas para mantener el orden social racional	Las organizaciones son en su mayoría de orden patriarcal, creadas para mantener la segregación de género y la discriminación en lo público y la opresión sexual en lo privado.	Las organizaciones reproducen el desarrollo psicosexual patriarcal. La sexualidad en las organizaciones mantiene el sistema dominante de relaciones de género y dominación	Las organizaciones son sistemas de relaciones de poder de género/raza/clase y prácticas que emergen a través de intersecciones de, o capitalismo patriarcal. Las organizaciones producen y reproducen este sistema.	Las “organizaciones” como significantes primarios en el texto general de nuestra sociedad. “Género” y otros discursos y prácticas discursivas constituyen organizaciones, condiciones de posibilidad y posiciones del sujeto.	Organizaciones como instituciones del colonizador, existentes en relaciones históricas de otras personas del mundo. Corporaciones/organizaciones transnacionales son actores primarios en la perpetuación de las relaciones raza/género/sexo del modernismo.
Necesidad de cambio organizacional	Los desequilibrios sexo/género pueden ser corregidos a través del desarrollo humano y/o las intervenciones estructurales/legales	La opresión sexo/género puede ser erradicada solo a través de las instituciones separatista y organizaciones feministas	Comprender las dinámicas psicosexuales en las organizaciones podría contribuir que los valores femeninos sean apreciados.	Debido a que las organizaciones son sistemas relacionales, el cambio debe empezar por entenderlos como procesos, su producción y reproducción.	Los discursos de la “organización” deberían ser desnaturalizados. Género/raza/clase/ Sexualidades como otras posiciones del sujeto	Direccionar las intersecciones de género-sexo/racio-etnicidades con preguntas de la “nación” del “estado” y su complicidad con instituciones transnacionales. Articular los otros conocimientos

Fuente: Calás y Smircich (2006).

2.3.3. Las teorías conjuntas de género y emprendimiento. Los estudios desde la perspectiva de género además son conocidos como estudios feministas, en éstos se distinguen dos aspectos fundamentales, en el primero se reconoce al género al interactuar con diferentes categorías como origen étnico, clase social, edad y preferencia sexual, mostrándose como un organizador de la vida social, en el segundo se acepta que entender la realidad no es suficiente, por tanto se insta al cambio para hacer más equitativo el mundo social, en particular para las mujeres (Blazquez, 2012).

Se hace énfasis en las diferencias sexuales, las cuales no se limitan solamente a los órganos de la reproducción, sino que impregnan todo el organismo, lo que implica que la vida entera adopta un carácter masculino o femenino (Schiebinger, 2004; Corres, 2012). En su estudio, explica la diferencia entre hombres y mujeres desde lo biológico en el siglo XVIII, en consecuencia le dan al hombre un carácter de fuerza que se asimila a la vida de gobierno y de trabajo mientras que a las mujeres se le asignan las labores de la casa, de la maternidad y atención de otros (Schiebinger, 2004; Vazquez y Urbiola, 2014; Zabludovsky, 2007).

La revisión de la literatura refleja semejanzas en muchas de las investigaciones que se conocen sobre emprendimiento y su relación con el género, la coincidencia se encuentra en que la mayoría de estos estudios se centran en buscar las diferencias entre los emprendimientos masculinos y femeninos desde lo socio demográfico, pero no analizan las razones subyacentes al hecho de ser hombre o mujer; en particular los hallazgos de tales diferencias se pueden explicar porque las mujeres conciben sus negocios como redes cooperativas y sin separarlas de las relaciones familiares (Ahl, 2006; Brush, 1992; Mirchandani, 1999).

Bonte y Piegeler (2013) afirman que los contrastes de género para la competitividad y en la asunción de riesgos conllevan a que las mujeres logren menos emprendimientos latentes y nacientes, de esta manera se observa que las mujeres en muchos aspectos se sienten menos competitivas que sus pares masculinos, diferencias que pueden ser explicadas desde lo biológico, dadas las condiciones culturales tanto de mujeres como de hombres, lo que a la postre se refleja en la cantidad de emprendimientos realizados por cada género.

Para muchos autores, nuestra sociedad tiene supuestos contradictorios en la realidad de los empresarios, mostrando que el concepto de emprendimiento es discriminatorio y con prejuicios de género, que además se encuentra ideológicamente controlado, en donde no se ha estudiado con detenimiento cómo influyen factores sociales, políticos, históricos e ideológicos de nuestra sociedad contemporánea que fomentan o inhiben el espíritu emprendedor (Ogbor, 2000; Brush, 1992).

Teoría Feminista y su relación con el emprendimiento. Las teorías feministas y el emprendimiento se han visto relacionados en diversos estudios académicos debido a que las primeras han ayudado a analizar por qué, las mujeres emprenden menos o sus emprendimientos son menos exitosos que los de los hombres, orientando más sus explicaciones a la dominación masculina y subordinación femenina, que a las que pudieran ser razones económicas. A continuación se abordan las tres corrientes surgidas de estas teorías que ya se explicaron en este documento y se hace un paralelo en cada una de ellas con la forma como se han abordado desde el emprendimiento.

- Teoría liberal feminista: Harding (1987) explica que en esta etapa los trabajos de las mujeres eran banalizados e invisibilizados, debido a que entraban a un mundo en donde

eran excluidas de la educación y debían soportar grandes presiones de los hombres cuando no se ajustaban a lo que ellos consideraban debía ser la vida social. Al respecto, Ahl (2006) afirma que en esta primera etapa se reconoce a la mujer y al hombre como esencialmente similares, dado que como seres humanos se les acepta su habilidad de pensar racionalmente, además que la existencia de subordinación de la mujer al hombre dependía de la discriminación o de las barreras estructurales existentes.

Con relación al emprendimiento, en esta etapa se evidencia que las mujeres tienen más barreras que los hombres a la hora de acceder a los recursos necesarios para poner en marcha un nuevo negocio. Los recursos son en esencia dos: los activos para iniciar la empresa y las habilidades relacionadas con la educación y experiencia profesional. Para las feministas, las mujeres se encuentran en desventaja en los dos recursos, conllevando a que sus empresas logren un menor crecimiento y con menores índices de desempeño. Las críticas hechas a esta corriente se encaminan en afirmar que ver a las mujeres y hombres en igualdad de condiciones puede traer consecuencias, porque existe un desequilibrio evidente entre la vida profesional y familiar, desfavoreciendo a las mujeres y además porque se pretende buscar equidad en un modelo normativo eminentemente masculino (Justo, 2008).

- Teoría social feminista: Para esta segunda etapa de la teoría feminista, Harding (1987) explica que la mayoría de los trabajos académicos pretendieron examinar la contribución de la mujer en lo público (que para ese momento era el centro de las ciencias sociales), su orientación fue la de reconocer su papel históricamente y en ese momento para la sociedad, sin embargo los análisis fueron parciales y distorsionadores del género, ya que sólo revisaban aquellos aspectos que los hombres pensaban importantes, dejando

de lado factores clave como los cambios en las prácticas sociales de reproducción y maternidad que sin duda generaron grandes cambios a los estados y a las instituciones públicas. Desafortunadamente no se buscó comprender cómo ese cambio, esa organización política en los movimientos de lucha de sus derechos las hicieron cambiar su pensamiento y dejar cimientos para las futuras generaciones de mujeres.

Esta corriente además explica que tanto mujeres como hombres desde su nacimiento se enfrentan a situaciones sociales que influyen su manera de percibir al mundo, de esta forma la teoría social feminista resalta la socialización como fundamental para comprender la diferencia entre sexo y género y a su vez rechaza la corriente liberal feminista ya que no cree posible que exista igualdad de oportunidades y se pretende que los valores femeninos se resalten y que sean vistos como positivos más que como desventajosos, y a su vez se puedan complementar con las condiciones masculinas de los hombres (Justo, 2008).

En lo que hace referencia al emprendimiento, la mayoría de investigaciones se enfocan en buscar rasgos de personalidad entre varones y mujeres que rescatan las diferencias esenciales a la hora de comenzar y sostener un negocio, sin embargo muchos de ellos no han llegado a respuestas concluyentes y muchos otros han encontrado de hecho más similitudes que diferencias (Justo, 2008). Mirchandani (1999) afirma que el emprendimiento ha sido asumido históricamente por el hombre y además cita a Cromie (1987) quien reconoce trece aspectos que diferencian a las mujeres y hombres emprendedores y en donde se encuentra que las mujeres se preocupan menos por la ganancia de la empresa y más por el tiempo necesario para el cuidado y crianza de sus hijos, lo que a su vez se convierte en una razón poderosa para emprender. Lo anterior lleva

a Mirchandani (1999) a proponer un perfil de la “típica mujer emprendedora” el cual basa en tres aspectos comunes, en primer lugar la mujer y el hombre socializan de maneras diferentes, en segundo lugar las mujeres tienen más barreras estructurales que los hombres, como es el caso del acceso a la financiación y en tercer lugar las mujeres conducen sus negocios de manera diferente a los hombres, lo que es concluyente acerca de la existencia de un modelo de emprendimiento femenino diferente al masculino.

Brush (1992) encuentra características comunes de las empresas propiedad de las mujeres en aspectos de gestión estratégica y el estilo de gestión no han sido estudiados, y frecuentemente las mujeres tienen objetivos sociales alineados con la satisfacción del cliente, además la autora hace un análisis de los estudios de emprendimiento desde género en el pasado y encuentra unas dimensiones comunes en donde se comparan los resultados de emprendimientos de mujeres y hombres.

- Teoría postestructuralista feminista o social construccionista: La tercera etapa estudiada por Harding (1987) considera la subordinación femenina y analiza la existencia de estudios académicos que revisan la dominación masculina en aspectos como el maltrato físico, la violencia sexual, la pornografía, pero también examina la explotación económica y la discriminación política contra las mujeres. Sin embargo, también expresa el lado oscuro de la excesiva victimización de las mujeres en muchos campos, lo que lleva a una creencia generalizada de que por ser víctimas nunca han luchado con éxito y nunca podrán llevar beneficios a la sociedad y ni siquiera para ellas mismas.

Al respecto Lamas (1986) explica la existencia de diferencias socialmente aceptadas, le da fuerza y coherencia a la identidad de género, sin embargo debe entenderse como un hecho social, no biológico. Lo anterior debido a que si bien las diferencias sexuales sirven

para generar la distribución de papeles sociales, esta asignación no se desprende de forma natural de la biología sino que por el contrario constituye un hecho social que es construido y promovido socialmente, dejando de manifiesto que es el género lo que marca la diferencia fundamental entre los sexos.

Bourdieu (2007) afirma que la relación de dominación existente, surge desde la división fundamental entre lo masculino activo y lo femenino pasivo y tiene todas las condiciones para su ejercicio dado que a los hombres se les reconoce su preminencia desde la objetividad de las estructuras sociales, lo que le deja al hombre la mejor parte dentro de las representaciones sociales y reproductivas, entre tanto la mujer atrapada en los diferentes esquemas de poder, actúa conforme sus representaciones mentales.

2.3.4. Tendencias teóricas para futuros estudios de emprendimiento y género.

Resulta importante aclarar que en los últimos años han surgido nuevas investigaciones que retoman teorías surgidas en otras áreas del conocimiento pero que son útiles a la hora de explicar el emprendimiento desde la perspectiva de género, debido a que desde los estudios críticos de la administración se ha detectado la importancia de dar solución a los problemas de las organizaciones utilizando otros conocimientos que antes no se habían previsto y con otras perspectivas teóricas que pueden ser útiles a la hora de entender un fenómeno.

Desde la teoría feminista. Algunas de las propuestas más recurrentes en análisis del emprendimiento y el género de forma conjunta vienen desde la teoría feminista, en especial desde las corrientes *social feminista* y *postestructural feminista*, tal como se muestra a continuación.

- Social feminista: Brush (1992) ofrece una nueva perspectiva que presenta una interpretación del género basados en las diferencias entre mujeres y hombres emprendedores, a lo cual le llama “perspectiva integrada”, en donde se sugiere que las mujeres ven sus negocios como sistemas interconectados de relaciones entre la unidad económica y el mundo social y familiar, lo que permite una nueva visión para comprender el fenómeno.

De igual forma Aldrich (1989) sugiere que las mujeres hacen énfasis en las relaciones interpersonales y por tanto la visión diferente de la realidad es causada por las “estructuras sociales” como son: la familia, el matrimonio, la vida social (Citada en Brush, 1992).

- Postestructural feminista: Para Ahl (2006), la investigación de las mujeres en el emprendimiento, tiene entre otras características: enfoque empírico unilateral, falta de fundamento teórico, descuido de factores estructurales, históricos y culturales, uso de instrumentos de medición de género masculino, ausencia de perspectiva de poder y falta de análisis feminista explícito, es decir que se enfoca en la subordinación de la mujer al hombre. Esta autora da sugerencias sobre el futuro de las investigaciones en el tema en cuestión, como son la ampliación del objeto de estudio y un cambio en la posición epistemológica, que se dan a conocer en la tabla 6.

Tabla 6

Propuesta para futuras investigaciones

	Objetos comunes de investigación	Objetos de investigación expandidos
--	---	--

Epistemología objetivista	Foco individual	Más factores, estudios de contingencia, estudios comparativos
Epistemología constructivista	Estudios de cómo la mujer emprendedora construye su vida y su negocio, cómo ellas hacen género	Estudio de cómo se genera el orden social y los mecanismos para los cuales este género es reconstruido.

Fuente: Ahl (2006)

Ahl (2006) propone que el estudio del emprendimiento desde la perspectiva de género debe ser complementado mediante la teoría feminista, la teoría crítica y la teoría institucional. En otro estudio de Henry, Foss y Ahl (2015) analizan las tendencias de los últimos treinta años en los estudios de emprendimiento y género en donde encuentran que existe una proliferación de estudios comparativos con poca profundidad y con una débil o nula crítica feminista, por lo tanto proponen para futuros estudios desarrollar en mayor medida un enfoque cualitativo a partir del uso de historias de vida, estudios de caso o análisis del discurso, desde la corriente postestructural feminista.

Desde la teoría institucional. La existencia de unas normas que han sido aceptadas socialmente en donde es evidente la desigualdad de género, es la causa principal para que el emprendimiento le sea más esquivo a las mujeres (Warnecke, 2013), por tanto es necesario concebir la investigación en emprendimiento bajo la influencia de las instituciones multifacéticas, bajo la necesidad de reducir las inequidades de género dentro del contexto local para apoyar el cambio social. Así mismo, Jones (2012) explica que las etiquetas que los seres humanos tienen sobre género, actúan en contextos institucionales, llevando a demostrar que el género debe ser concebido como multidimensional.

Desde la teoría de la estructuración. El análisis de la sociedad en la actualidad presenta múltiples desafíos, lo que implica el mejor uso de una gran cantidad de teorías existentes para lograr comprenderla. En este contexto se encuentra Anthony Giddens y su teoría de la estructuración, en donde se analiza a la mujer y al hombre desde su individualidad para la representación social “Así, hombres y mujeres, al estar en contextos diferentes, generarán proyectos identitarios distintos y contribuirán a la reproducción social de forma diferenciada” (García, 2009, p. 53). De esta manera Giddens analiza el género en términos de identidad, lo que lo lleva a expresar la existencia de dos tipos de actores que se encuentran en situaciones diferentes para su acción, según Giddens (1992) citado en García (2009) la modernidad trae tres situaciones a analizar: la separación del espacio de trabajo del espacio familiar, la generación de la infancia y la invención de la maternidad, lo que deja en desventaja a la mujer a quien además se le ubica en lo privado, dando según Giddens a la mujer el control sobre las emociones como una forma de lograr esa identidad; por el contrario los hombres se encuentran en lo público y lejos del trabajo de la casa, por tanto el ser el proveedor para el hogar y el poder desarrollar una profesión le dan su sentido de vida, dejando de lado un sustento emocional. Se espera a partir de esta teoría reconocer la existencia de actores (emprendedores) que producen de forma dinámica la sociedad, es decir que saben lo que hacen y por qué lo hacen, desde las prácticas sociales, las cuales se observan desde lo sociocultural, con unos roles específicos (Contreras, Pedraza y Mejía, 2012) . Por esta razón en el presente trabajo doctoral se utiliza un análisis mediante la teoría postestructural feminista que rescata la identidad de hombres y mujeres como sujetos pensantes y envueltos en prácticas sociales aprendidas, a través de diferentes formas del discurso (Mumby y Clair, 2000).

2.4. Prácticas Discursivas por Género en Procesos de Emprendimiento.

Para Cohen y Musson (2000) el discurso ha sido utilizado de manera acrítica, desconociendo su importancia dentro de las organizaciones, debido a que el lenguaje no es aleatorio o individual sino que son las mismas instituciones y los grupos quienes generan sus significaciones dando un sentido de acción y determinando su relación con la estructura social existente. Es así que el discurso no solo representa la realidad sino que además la produce, debido a que por su carácter dinámico está influenciado por las creencias, valores, supuestos y otros aspectos culturales de las personas o los grupos.

Para Mumby y Clair (2000) “el discurso reproduce, crea y desafía las relaciones de poder existentes; la ideología es el factor que media en esta relación proporcionando un marco de interpretación mediante el cual las prácticas discursivas reciben significado” (p.267). Para estos autores es importante no simplificar las relaciones existentes entre el discurso, la ideología y el poder, haciendo énfasis en que dentro de las organizaciones aspectos como el género y la clase social son importantes a la hora de construir en forma simbólica las relaciones de dominación y subordinación. Es así que el lenguaje se constituye en un medio de dominación, creado socialmente pero que al mismo tiempo es construido de manera subjetiva por cada individuo que lo reproduce en sus relaciones sociales (Urbiola, 2013).

Ogbor (2000) hace un importante aporte referido al estudio de las organizaciones, en donde retoma la relevancia de la corriente posmodernista, la cual analiza los elementos simbólicos y culturales de la construcción de la realidad social y no acepta la posición positivista de la existencia de leyes universales, sino que más bien se encuentra condicionado por factores históricos y culturales, los cuales muestran que el conocimiento

resulta de la construcción/reconstrucción del lenguaje en contextos localizados. Al analizar y poner en tela de juicio los discursos empresariales, el autor utiliza el lenguaje para exponer no solo lo que se dice, sino lo que no se dice, a lo que llama silencios significativos, dignos de ser estudiados. Así mismo reconoce la influencia del poder que da paso a la existencia de opuestos binarios, llevando a ahondar más las discrepancias entre individuos en torno a clase, raza y género, desde el discurso del espíritu empresarial. Por tanto, algunos científicos sociales han favorecido una teoría postestructuralista que reconoce que la construcción de conocimiento debe tener en cuenta políticas, valores e ideología. De igual forma Ogbor (2000) expresa que el discurso del espíritu empresarial retoma la participación femenina como una antítesis de dichas normas empresariales de la siguiente manera: “logros masculinos versus subyugación femenina; dominancia masculina versus sumisión femenina; control masculino versus apreciación femenina; autonomía masculina versus apoyo femenino; agresión masculina versus cooperación femenina; independencia masculina versus dependencia femenina; Idiosincrasia masculina versus conformidad femenina” (p.621).

En el presente trabajo doctoral se analiza el discurso de cada emprendedor/a-empresario/a desde sus experiencias individuales y sus condiciones contextuales, las cuales no solo implican los aspectos socioeconómicos y geográficos sino las tradiciones y costumbres presentes en la región, que además se ven influenciadas por el género, debido a las múltiples barreras visibles e invisibles generadas por la dominación patriarcal y que aún tienen a las mujeres, en una amplia desventaja con respecto a sus pares masculinos.

La idea principal de la investigación doctoral por tanto, se centra en analizar el sentir de las personas hacia el emprendimiento desde una perspectiva del género, entendido como una construcción social. Para ello se utiliza un enfoque fenomenológico, y con el uso de entrevistas semiestructuradas a la población escogida y el análisis de contenido de periódicos locales y nacionales, se busca comprender su discurso relacionado en tres dimensiones: familia, procesos de emprendimiento y gobierno.

Las diferencias de género no solo se hacen visibles por los roles que las personas cumplen dentro de lo social, político y económico, también se ha entendido que el habla puede ser un factor diferenciador, tal como lo afirma Soler (2004) citado en Bustamante (2016) cuando explica el papel sumiso y esclavizado de la mujer frente al opresor y dominante del hombre, que le lleva a encontrar diferencias significativas en el habla y que se reflejan en la manera como se comportan. De igual forma Blunden (2005) afirma que es a través del lenguaje que las personas dan sentido al mundo que los rodea.

En su estudio Ahl (2006) utiliza un análisis feminista que implica el reconocimiento de la subordinación estructural de las mujeres a los hombres, es así que encontró diez prácticas discursivas comúnmente utilizadas en los estudios de emprendimiento con perspectiva de género, como resultado del análisis de ciertas prácticas de investigación establecidas, referidas a las relaciones de poder entre los géneros. A continuación se muestran algunas de esas prácticas discursivas visibles en las evidencias empíricas de los trabajos académicos y otras más teóricas que se replican en dichos manuscritos. Todas, se complementan con los conceptos de otros autores que también las han analizado o utilizado en sus estudios.

1. El emprendimiento es un término masculino. No solo por el pronombre sino ante todo por la forma como se describe el emprendedor y las cualidades que se le atribuyen. Se considera un emprendedor como aventurero, conquistador de nuevas tierras, en capacidad de alcanzar lo que se plantea, de esta forma se propicia que se masculinice la tarea emprendedora y que inclusive en la investigación sobre el emprendimiento se vea a la mujer empresaria como algo diferente (Bruni et al., 2004). Para Ogbor (2000), el uso del lenguaje y la metáfora del emprendedor como esencialmente masculino y con supercualidades, puede ayudar en la creación de un mito del emprendedor como una especie de héroe masculino. De esta manera, se afianza el discurso y la práctica en donde el emprendedor es por naturaleza masculino, siendo además apoyado por el silencio de la perspectiva feminista. Bourdieu (2007) observa que tanto en la percepción social como en el uso del lenguaje el sexo masculino aparece como no marcado o neutro, no sucede lo mismo con el sexo femenino el cual se encuentra explícitamente caracterizado, es así que desde la visión androcéntrica no se requiere de discursos para legitimar la dominación masculina y se muestra al orden social como un gran aparato que ayuda a validar dicha dominación. Es así que el mundo social se construye como una realidad sexuada que se aplica a todas las cosas del mundo, en donde se reconoce entre otros, la división del trabajo, el lugar para asignar a cada persona (los varones en el mercado y las mujeres en la casa), sus instrumentos, etc.

2. El emprendimiento como un instrumento de crecimiento económico. El emprendimiento implica innovación, cambio, toma de riesgos, reconocimiento de oportunidades, dirección de fuerzas y crecimiento económico. Shane y Venkataraman (2000). Según Castiblanco (2013), el emprendimiento y los empleos informales han

alcanzado gran importancia en los últimos años debido a que se presentan como alternativas para generar ingresos y promueven la dinámica empresarial, así mismo Formichella (2004) denota al emprendedor como alguien que empieza un nuevo proyecto aunque no necesariamente tenga fines económicos.

3. El hombre y la mujer son esencialmente diferentes. Según muchos de los estudios realizados con relación al emprendimiento y género, los hombres y las mujeres analizan de formas diferentes el comienzo de sus negocios, los negocios de las mujeres son más pequeños y sus resultados en términos económicos son inferiores. El hecho de que exista la creencia de las diferencias entre mujeres y hombres afecta las preguntas de investigación, métodos, hipótesis e interpretación de los resultados (Ahl, 2006). Cromie (1987) citado en Mirchandani (1999), explica algunas diferencias entre las mujeres y varones emprendedores encontradas en 13 criterios específicos sobre las razones para formar un negocio, en su estudio encuentra que las mujeres se preocupan menos por las ganancias económicas y más por la crianza de sus hijos y una de las razones para comenzar el negocio se debe a su descontento profesional. Esta misma autora enfatiza en que existe un perfil de la “típica mujer emprendedora” con tres características fundamentales: el hombre y la mujer socializan de manera diferente, la mujer tiene más barreras estructurales y la mujer tiene formas diferentes de conducir su negocio (existe un modelo de emprendimiento femenino paralelo al modelo masculino). Se enfatiza en que el emprendimiento ha sido asumido históricamente por hombres, y ha propuesto dos visiones útiles para observar las diferencias entre hombres y mujeres, en primer lugar enfatiza en la necesidad de construir una categoría de emprendimiento femenino y en segunda medida afirma en la importancia de comprender cómo las conexiones entre género, ocupación y

estructura organizacional afectan a hombres y a mujeres emprendedores (Mirchandani, 1999). En ese mismo sentido, Brush (1992) afirma sobre diferencias en las características organizacionales de mujeres y hombres con relación a los niveles de ventas, estilos de gestión, metas y severidad en los obstáculos financieros para iniciar un negocio. Además Brush (1992) cita a Aldrich (1989) para resaltar que las mujeres tienen menos acceso a cargos de dirección y emprendimientos, participan más en asociaciones para el cuidado de personas pero son excluidas de asociaciones profesionales y en general enfatizan más en las relaciones interpersonales lo que las lleva a tener una opinión diferente de la vida y de las estructuras de lo social (lugar de trabajo, núcleo familiar y vida social organizada).

Para Richard (2010) por ejemplo, las empresas propiedad de las mujeres muestran ingresos inferiores, más baja productividad y menor cantidad de trabajadores que las de propiedad de hombres, además se concentran en menor cantidad de sectores económicos que los de los varones.

Finalmente Carter, Shaw, Lam y Wilson (2007), estudiaron las razones por las que las mujeres comienzan y sostienen sus negocios usando una menor cantidad de deuda con tres causas principales: diferencias sustanciales entre las empresas de mujeres y de hombres, discriminación de género en la oferta financiera y mayor aversión a la deuda por parte de las mujeres. Finalmente Goel, Goktepe-Hulten y Ram (2015) invitan a que se amplíen los objetos de estudio ya que reconocen que hay poco conocimiento sobre los subgrupos, es decir categorías específicas de emprendedoras, pues se presentan los casos en donde las mujeres emprenden debido a que en los empleos tradicionalmente masculinos, las mujeres no tienen cabida y sienten perdidas sus capacidades empresariales.

4. La división entre trabajo y familia. Los autores consideran a la familia como un problema de las mujeres, ya que cuando se estudia el emprendimiento femenino ésta aparece como fundamental, en cambio cuando se estudia el emprendimiento en general la familia no existe, incluso en el caso del emprendedor Schumpetereano, Carrasco y Castaño (2008) por ejemplo explican, que el emprendedor tendrá que gastar sus energías físicas y psíquicas no sólo en innovar sino en abandonar la familia para poder cumplir con sus propósitos. Además Suárez (2011) explica que el mercado laboral posee una doble segmentación de género, por un lado sufre de una vertical que concentra a las mujeres en los niveles más bajos de la escala jerárquica y con una remuneración más baja aun realizando las mismas labores que sus colegas masculinos; por otro lado, sufre una segmentación horizontal que determina sectores de la economía feminizados y ubicados especialmente en el comercio y los servicios al realizar tareas como cuidado de otros (niños, ancianos, enfermos), labores de servicios generales, cuidado personal, lo que a su vez le concede remuneraciones más bajas y menor reconocimiento social del que perciben los hombres; se reconoce que en alguna medida los hombres han comenzado a participar en las tareas domésticas al reducir la carga de las mujeres en el cumplimiento del doble rol del trabajo y la casa, sin embargo se ha documentado que las tareas más duras como preparar la comida y cuidar los niños sigue siendo especialidad de las mujeres, mientras el hombre hace otras tareas más esporádicas.

Castiblanco (2013) afirma que en aquellos países en donde tradicionalmente las mujeres se han encargado del hogar, es aún más difícil que ésta logre hacer un emprendimiento, ya que aquellas que se arriesgan a tener un negocio sufren una presión social por romper el orden y además sus negocios por lo general se desarrollan en

actividades de cuidado de otros o de servicios sin mayor crecimiento debido a que no cuentan con fuentes de financiación y además no han recibido la capacitación para administrar sus empresas. Lo anterior se concreta en el hecho que la mujer debe dividir su tiempo entre el trabajo, las labores domésticas y el cuidado de su familia, lo que la lleva en muchas ocasiones a abandonar la búsqueda de su independencia económica para dedicarse al cuidado del hogar sin remuneración ni reconocimiento (Zambrano y Suárez, 2016).

5. Individualismo. No se hace análisis de emprendimiento como una construcción colectiva, sino que se mira al empresario como un individuo y no se revisa la legislación, la cultura o la política, no se discute la subordinación de las mujeres, se hacen invisibles las estructuras de poder sobre el género y no se comprende cómo se organiza el mundo social, es así que se han realizado innumerables investigaciones que comparan los emprendimientos de mujeres y hombres pero sobre todo desde variables sociodemográficas que dan una información pero que no explica realmente el porqué de los resultados encontrados, por tanto es que Brush (1992), ofrece una nueva perspectiva que argumenta la necesidad de enfocar los estudios desde una visión integrada que involucre los aspectos psicológicos y sociológicos de los emprendedores, que sugiere que las mujeres ven sus negocios como una red de relaciones en donde incluye además a la familia y a la comunidad.

6. Teorías que favorecen las explicaciones individuales. La mayoría de teorías tratan de explicar el comportamiento general, pero no tienen en cuenta los aspectos psicológicos del individuo. Para Mirchandani (1999) por ejemplo, las investigaciones hechas hasta el momento han tratado las relaciones entre la propiedad de una organización y el sexo de

su propietario/a como entidades separadas, en las que argumentan sus limitaciones por ser mujer o ser hombre y sin mirar otras variables como la estratificación social, la estructura organizacional y el sector de la industria.

7. Métodos de investigación que observan las diferencias significativas. Prevalen los métodos cuantitativos (regresión múltiple, Anova, análisis discriminante, modelos logarítmicos). Se evidencian grandes diferencias en el tamaño de una empresa o tasas de crecimiento Gicheva y Link (2015); Malach y Schwartz (2008); Banco Mundial (2010), Bonte y Piegeler (2013); Von (2010).

8. Una ontología objetivista. Es importante revisar el género como variable o como característica individual construida socialmente (Ahl, 2006).

9. Soporte institucional para la investigación en emprendimiento. En gran parte de las investigaciones el papel de la mujer es secundario. Prevalen los estudios de tipo cuantitativo, es necesario el uso de métodos cualitativos o métodos mixtos que utilicen más factores, y hagan estudios comparativos entre regiones y países teniendo en cuenta aspectos culturales y psicológicos de los individuos (Ahl, 2006).

10. Prácticas escritas y publicadas. Hay investigaciones que pretenden acabar con el mito de que la mujeres son menos que los hombres. En general las investigaciones que relacionan género/poder desde el emprendimiento han venido en crecimiento, desafortunadamente falta mucho por recorrer al ampliar los objetos de estudio, es decir que sean comparativos y analicen cómo el género es construido y reconstruido (Ahl, 2006).

2.5. Perspectiva Teórica Escogida para el Desarrollo de la Tesis Doctoral

El uso de la corriente postestructural feminista se ve respaldado por un debate que en parte se entiende superado, en primer lugar de considerar a las mujeres y hombres como esencialmente iguales y luego como esencialmente diferentes; por el contrario mira al género como una construcción social que se reproduce culturalmente, de igual forma el emprendimiento es una práctica social cuando se hacen negocios, pero el género se asocia más con lo corporal de las personas, lo que implica que se reconozca más a su ser que a su acción (Bruni, et al., 2004). Es por lo anterior que se decide escoger esa corriente de la teoría feminista expuesta por Harding (1987) y que sirve de fundamento teórico para esta tesis doctoral, debido a que el género es entendido como una construcción social. No se retoma la corriente liberal feminista ni la social feminista, la primera porque se considera que sus planteamientos no responden a los objetivos aquí planteados, debido a que en esta corriente tanto hombres como mujeres se consideran similares y con iguales capacidades, en donde se observa que la subordinación de las mujeres se debe a prácticas discriminatorias o la existencia de barreras estructurales. El análisis del emprendimiento en esa etapa ha destacado trabajos que desconocían esa inequidad de género, ya que si bien reconocían para las mujeres falta de acceso a diferentes recursos, el hecho de ver como iguales desconocía otras situaciones clave como la conciliación entre trabajo y familia. Por otro lado la corriente social feminista tampoco se utiliza, ya que define que tanto hombres como mujeres son diferentes. En su estudio del emprendimiento que considera hombres y mujeres diferentes, de hecho no se ha podido encontrar diferencias radicales, por ello, de estudiarla en esta investigación, se seguiría con un debate que en parte ha quedado superado. Finalmente, la corriente postestructural feminista permite

observar al emprendimiento con la óptica de género, con un objeto de estudio más amplio que el tradicional y que representa el soporte teórico para la presente tesis doctoral. De esta manera en primer lugar se analizan sus lineamientos raíz y luego el aporte que ha hecho desde el estudio del emprendimiento.

Tabla 7

Soportes teóricos del feminismo posestructuralista

Abordaje de la corriente postestructural feminista	Características (Autores)
Aportes generales del feminismo postestructural	<p>El Postestructuralismo feminista reconoce el poder del lenguaje para dar forma a nuestros pensamientos y realidades y afirma que una vez que el discurso se vuelve normal o natural, tiene el potencial de mantener las estructuras de inequidad (p.56) (Weedon (1997) citado en Quinlan y Bute (2013)).</p> <p>El objetivo del postestructuralismo es “conceptualizar la relación entre el lenguaje, las instituciones sociales y la conciencia individual” (p.1). El postestructuralismo feminista hace la suposición principal de que es el lenguaje el que permite pensar, hablar y dar sentido al mundo que nos rodea. Además atribuye la construcción de la “posición del sujeto” al “discurso”, dejando a la persona solo la opción de “insertarse” en la posición del sujeto. Una vez insertado, la “sujetividad” se convierte en una propiedad del cerebro individual, en lugar de una relación social (p.2) (Blunden, 2005).</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores citados

Tabla 7

Soportes teóricos del feminismo posestructuralista (Continuación)

Abordaje de la corriente postestructural feminista	Características (Autores)

Aportes generales del feminismo postestructural	Al grupo de la teoría feminista postestructuralista no le interesa lo que los hombres o mujeres son, sino “cómo se construye la masculinidad y la femineidad y qué efectos tiene esta construcción en el orden social. El género se refiere a lo que se considera como masculino o femenino y es independiente del sexo biológico de una persona. El género es el resultado de la crianza y la interacción social, y varía en tiempo y lugar” (Ahl, 2006, p. 597).
	La teoría postestructural feminista asume que surgen subjetividades para mujeres y hombres por igual y se reinscriben a través del discurso (Thompson, 2010, p.120).
	Los individuos, a través del aprendizaje de las prácticas discursivas de la sociedad, pueden posicionarse dentro de esas prácticas de múltiples maneras, y desarrollar subjetividades tanto en concordancia como en oposición a las formas en que otros eligen posicionarse. Al enfocarse en múltiples posiciones de sujeto que ocupa una persona y la frecuente naturaleza contradictoria de esos posicionamientos, y centrándose en el hecho de que el mundo social se está constituyendo constantemente a través de prácticas discursivas en las que participan los individuos, se puede ver los individuos no como los seres unitarios que la teoría humanista diría que ellos son, pero si, como las criaturas complejas, cambiantes y contradictorias que cada experiencia resulta ser, a pesar de nuestros mejores esfuerzos para producir un yo unificado, coherente y relativamente estático (p.26) (Davies (1989) citado en Ahl (2002)).
	El poder es un interés crítico de las feministas que examinan sus formas localizadas y las prácticas discursivas que las configuran y mantienen (p.34) (Williams y Mills, (2017)).

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores citados

Tabla 7

Soportes teóricos del feminismo posestructuralista (Continuación)

Abordaje de la corriente	Características (Autores)
---------------------------------	----------------------------------

postestructural feminista	
Aportes en el estudio del emprendimiento	<p>Se reconoce la existencia de suposiciones que se dan por sentadas sobre el emprendimiento como algo inequívocamente positivo, a hombres y mujeres como esencialmente diferentes, una cierta división por género de una esfera de vida pública y privada, y un enfoque individualista, excluyendo las discusiones sobre temas sociales y órdenes institucionales. Al imponer una norma de género masculino para las variables dependientes y las variables independientes, la investigación revisada construyó el espíritu empresarial de las mujeres como secundario y dicha norma no fue cuestionada. La investigación construyó las “deficiencias” de las mujeres y convirtió su enmienda en una responsabilidad individual. Además la discusión excluyó las perspectivas de igualdad y los problemas de las relaciones de poder entre hombres y mujeres en donde el estudio académico de la iniciativa empresarial de las mujeres se enmarcó de tal manera que recreó la posición de las mujeres como “el otro” (Ahl, 2002, p.170).</p> <p>Esta teoría se centra en ver cómo se construyen los conceptos de feminidad y masculinidad y cómo éstos afectan el orden social, así las acciones de un emprendedor no deben suponerse por el solo hecho de saber si es mujer o es hombre. Varios autores sostienen que la investigación sobre mujeres empresarias tiene una serie de deficiencias. Desafortunadamente la investigación en género sufre una falta de fundamentos teóricos, el descuido de los factores estructurales, históricos y culturales, el uso de instrumentos de medición de género masculinos, la ausencia de una perspectiva de poder y la falta de análisis feminista explícito (Ahl, 2006, p.595)</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores citados

Tabla 7

Soportes teóricos del feminismo posestructuralista (Continuación)

Abordaje de la corriente postestructural feminista	Características (Autores)
Aportes en el estudio del emprendimiento	Un análisis postestructuralista permite una contribución al desafío de representaciones incrustadas del discurso empresarial. Como tal, la contribución de esta discusión radica en la forma en que desafía los recuentos normativos de aventuras empresariales que refuerzan la esencia de un discurso masculinizado mientras niegan a las mujeres tanto una voz como su visibilidad (p.557).
	Se necesita el uso de métodos más apropiados de recopilación y análisis de datos. Esencialmente, los estudios cuantitativos a gran escala deben ser equilibrados con ideas cualitativas que realmente sólo se pueden obtener de manera significativa abandonando estudios comparativos entre hombres y mujeres e introduciendo exploraciones por sectores, regiones y países que involucran comparaciones dentro del grupo (Ahl y Malow, 2012, p.19).

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores citados

3. Marco Metodológico

Debido a que en el pasado los estudios sobre emprendimiento han sido más comparativos y cuantitativos, surge la intención de utilizar el enfoque subjetivista para analizar el proceso desde la perspectiva del emprendedor. Es así que se estima que tanto mujeres como hombres emprendedores construyen su realidad a partir de sus propias subjetividades, y de la realidad social que poseen, lo que es fruto de una forma de actuar como resultado de la construcción social del género.

La perspectiva teórica inicial a la que se acude, es la *perspectiva feminista*, para comprender el fenómeno del emprendimiento, dado que hay suficiente evidencia empírica que muestra que el género no puede ser abordado, solo desde lo demográfico ni desde la pura diferencia biológica de los sexos, de esta forma se llevará todo su análisis desde la construcción social de esa diferencia.

La presente investigación se desarrolla mediante un enfoque cualitativo. Se espera bajo esta óptica profundizar en el tema de investigación a partir de las técnicas de indagación, ya que por ser una investigación social requiere un análisis desde una perspectiva compleja y transdisciplinar (Espina, 2007). En cuanto al objeto de estudio de este trabajo, siguiendo a Marín (2012), quien explica que el estudio sobre emprendimiento con perspectiva de género se enmarca dentro de las teorías emergentes y el objeto de estudio es la organización – sujeto - proceso de modo integrado, se buscó llegar a comprender el proceso de emprendimiento desde el carácter individual de los participantes, mostrando las barreras y las oportunidades o los motivos que cada uno de los emprendedores ha tenido para lograr un proyecto exitoso, sin importar si se es mujer o si es hombre.

Con respecto a la posición epistemológica, se encuentra a Marín (2012) quien afirma que existen varias de ellas correspondientes a los paradigmas positivista, interpretativo y constructivista, que le ayudan al investigador a formular interrogantes epistemológicos, los cuales se convierten en los marcos de referencia propios de las ciencias de la gestión. Se encuentra que el paradigma positivista es el dominante en las ciencias naturales y que se ha utilizado en las ciencias sociales sin el mismo éxito que en las de la naturaleza, como lo afirma LeMoigne (1997) en donde sustenta la falta de identidad epistemológica que le dé un carácter científico a la administración; el paradigma interpretativo resulta más llamativo ya que defiende la particularidad de las ciencias de gestión y es un opositor del positivismo. Finalmente el constructivismo se constituye como el paradigma más aceptado en estos momentos dentro de las ciencias de la gestión ya que posee el estatus privilegiado de la construcción desde el entendimiento de cuáles son las finalidades del sujeto y debido a que puede ser enseñado, busca construir conocimiento a partir de las finalidades de los individuos para lograr su progreso a partir de actividades de emprendimiento.

Es así que se escoge el uso del paradigma interpretativista para esta tesis porque trata de comprender qué motiva a las personas a realizar un “algo”, en este caso, qué motiva a los emprendedores a empezar una actividad económica, bajo los supuestos de que la realidad no es necesariamente tangible y que la realidad existe por la experiencia subjetiva de las personas. Por otro lado Alvesoon y Deetz (2000) citados en Broussine (2008) explican las razones por las cuales debe usarse este paradigma, y en general se refieren a que la organización debe ser estudiada desde lo social más que desde lo económico, las personas no son consideradas como objetos sino como actores hacedores de la realidad y

el objetivo fundamental es ver cómo esas realidades se reproducen socialmente. De acuerdo con todo lo anterior, el paradigma más adecuado para la presente investigación es el “interpretativista” debido a que tiene las condiciones necesarias para poder abordar el problema, sobre todo en lo que hace referencia a la experiencia vivida por los actores. Finalmente, la perspectiva teórica analizada en la presente tesis doctoral se centra en la perspectiva feminista, en su corriente postestructural feminista.

3.1. La Fenomenología como Método para el Estudio del Emprendimiento

Según Berglund (2015), la fenomenología es un método que busca capturar de mejor forma la riqueza vivida por las personas, lo que lo hace adecuado para desarrollar nuevos conocimientos y agregar otros matices a las teorías ya existentes. En cuanto al estudio del espíritu empresarial, su uso es importante debido a la necesidad de creatividad y juicio frente a metas poco claras y alta incertidumbre, en tanto que el emprendimiento se presenta como una actividad intensamente emocional. De esta forma, el valor agregado de la fenomenología se centra en capturar la experiencia de vida de s emprendedores/as, buscando apreciar y entender los conflictos a los que se enfrentan (Trejo, 2012).

De igual forma Orrego (2009) explica que el emprendimiento es catalogado como emergente, el cual carece de un marco teórico sólido debido a que se ha presentado con un conjunto de metodologías y técnicas para formular y evaluar proyectos, perdiendo el sentido desde lo humano para su conceptualización, es así que hasta la fecha han primado los estudios estadísticos y cuantitativos y existe a su vez una carencia de estudios comparativos, longitudinales con un enfoque cualitativo y explicativos. Por tanto el emprendimiento debe ser entendido desde la realidad social y de la experticia de los individuos, que son dos acciones que deben ser analizadas de forma conjunta, “el hecho

social de emprender tiene que ver, no sólo con encontrar la esencia del emprendimiento sino con la realidad del mundo de la vida que aporta la acción de emprender” (p. 242).

La fenomenología se presenta como un método oportuno que le permite al individuo volver a la esencia de las cosas rehaciendo el discurso reflexivo a partir de la correlación entre la persona, su realidad y su contexto. La fenomenología, es entonces importante a la hora de comprender el emprendimiento, en donde la subjetividad y la intersubjetividad se convierten en dos variables importantes para ser analizadas (Orrego, 2009). De un lado la subjetividad que parte del supuesto de que el éxito en un emprendimiento es más que adquirir habilidades en la formulación de planes de negocio y de otro la intersubjetividad, la cual debe ser considerada en el emprendimiento como la idea de que una actividad empresarial se consolida a partir de esas sinergias que otras personas aportan (Orrego, 2008; Orrego, 2014).

Tabla 8

Comparativo entre enfoques para el estudio del emprendimiento

	Cognitivo	Fenomenológico	Discursivo
Enfoque metateórico,	Cogniciones intraindividuales.	Los individuos como seres en el mundo	Discursos extraindividuales

objetivo de la investigación	Desarrollo de la teoría general mediante el descubrimiento de esquemas cognitivos y guiones	describen las experiencias vividas por el sujeto de maneras ricas y matizadas	
Principal contribución a la comprensión del espíritu empresarial	Muestra cómo una gama de esquemas cognitivos y guiones puede influir en el comportamiento empresarial	Ofrece una rica comprensión de las experiencias vividas de los emprendedores, no menos frente a la incertidumbre. Puede proporcionar descripciones “más densas” tanto de conceptos cognitivos como de la forma en que los emprendedores participan en discursos influyentes	Produce cuentas plausibles que tengan sentido de las identidades y conductas individuales en términos de discursos influyentes. Muestra cómo una variedad de discursos y otros factores contextuales pueden influir en las identidades y conductas empresariales
Principal inconveniente para entender el emprendimiento	Tiende a minimizar al emprendedor como un sujeto activo y reflexivo	Idiosincrásicos y difíciles de generalizar.	Tiende a minimizar al emprendedor como un sujeto activo y reflexivo

Fuente: Berglund (2015)

3.2. Diseño de Investigación

Al hacer esta investigación doctoral se tuvieron en cuenta las siguientes etapas:

3.2.1. Definición del problema de investigación. Esta etapa describe la problemática existente resaltando la necesidad de la administración para abordar el enfoque de género

en las organizaciones. Después de revisar la literatura surgen tres ejes fundamentales a estudiar, como son: la influencia de la familia y la conformación de empresas familiares, el apoyo gubernamental a partir de las políticas públicas y el proceso de emprendimiento; los cuales de manera conjunta permiten comprender el fenómeno estudiado. Si bien existen muchos trabajos académicos sobre el proceso de emprendimiento, sobre las características del emprendedor o sobre los apoyos del gobierno hacia los emprendedores, en esta tesis, se parte de la idea de que los aspectos culturales de construcción de género inciden en el proceso de emprendimiento tanto en las familias como en las políticas públicas de asignación de recursos. Es evidente que existen algunos programas de apoyo hacia las mujeres en desigualdad de género, desafortunadamente el origen de esos programas ha sido la presión política que se ha tenido que hacer para que exista un verdadero reconocimiento hacia las diferencias entre mujeres y hombres.

3.2.2. Hecho social. Con el transcurrir de los años se ha visto como el emprendimiento se hace más importante para el desarrollo social y económico de las naciones. Sin embargo cuando se analizan variables clave como el género de los emprendedores, se reportan enormes diferencias en las que en su mayoría salen mal libradas las mujeres, no solo a nivel del número de emprendimientos, sino del sector donde se ubican y de los resultados empresariales obtenidos, de esta manera, se comprende la existencia de una disparidad que ha sido estudiada más desde lo cuantitativo en estudios comparativos, pero que deja abiertas muchas posibilidades para ser pensado desde lo cualitativo y en especial con el método fenomenológico para aproximarnos desde la óptica de los actores. Se pretende conocer las razones que llevan a una persona a emprender desde el hecho de ser mujer o de ser hombre, ya que se analiza al género como una

construcción social y que a su vez es producida dadas las características socioculturales y económicas específicas del municipio de Sogamoso. Es así que el hecho social que asume la autora de la tesis doctoral es el siguiente:

“La teoría feminista en su corriente postestructural feminista ofrece argumentos válidos, que pueden ser utilizados para comprender el género como determinante del emprendimiento en empresas familiares, el cual se manifiesta en la necesidad de respaldar a las mujeres para que sus emprendimientos aumenten y tengan mayor posibilidad de sostenerse apoyadas en una política pública real. Para ello se hace necesario ampliar el objeto de estudio y ayudarse de la metodología cualitativa a través del enfoque de la fenomenología, que nos permite entender el emprendimiento desde la percepción de los individuos sobre el fenómeno y sobre la comprensión que tienen del mundo, es decir del contexto en el que desarrollan sus emprendimientos”.

3.2.3. Estrategia metodológica. El estudio del género como determinante del emprendimiento requiere del análisis de diversas variables que ayuden a entender el fenómeno, así se decide utilizar el “concepto de totalidad” y su relación con el conocimiento referido por Zemelman (2012), asumiendo que se eliminan límites teóricos y se entiende la totalidad no como un objeto sino como una forma de razonamiento. En este plano epistemológico la totalidad exige una capacidad de apertura hacia lo real y cuestiona límites teóricos cerrados, por tanto la construcción del conocimiento que se funda en la categoría de la totalidad se corresponde con la comprensión de la realidad en forma dinámica y cuyo movimiento no se reconstruye sino que se capta en un momento

del desarrollo histórico. En la figura 6 se muestra de forma gráfica la forma como se abordará a través de ese concepto la investigación doctoral.

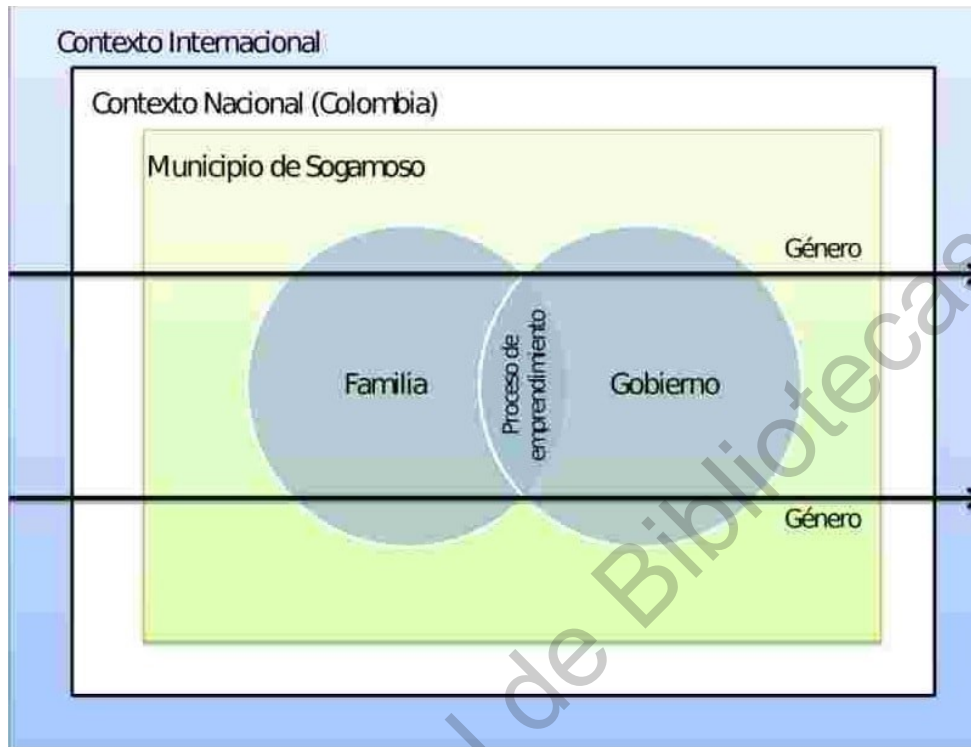


Figura 6. Dimensiones propuestas. Fuente: Elaboración propia a partir de Urbiola (2004)

El uso del concepto de totalidad lleva a analizar el fenómeno en su contexto internacional, al abordar los estudios del GEM y de otras entidades, así como los aportes teóricos de diferentes autores. En el contexto nacional se aborda la normatividad del emprendimiento en Colombia, así como su avance tanto para la nación como para Boyacá. Las tres dimensiones propuestas, dos de ellas tomadas por separado (emprendimiento y microempresas de manufactura de Sogamoso) y una tercera que se refiere a la intersección de las anteriores (género como determinante para emprender) se presentan como los ejes centrales que orientan la tesis doctoral.

3.2.4. Ángulo de investigación y dimensiones de análisis. A partir del concepto de totalidad se establecen como dimensiones de análisis con la óptica del género, las siguientes (ver figura 7):

- La familia, entendida desde su influencia a la hora de emprender y la conformación de empresas familiares.
- El proceso de emprendimiento, desde la perspectiva de género
- El gobierno, desde el apoyo que brinda a los emprendedores a partir de las políticas públicas.

Debido a la complejidad del fenómeno estudiado se requiere usar el paradigma subjetivo que incluye el análisis de las dimensiones con aspectos de la persona y del entorno que la rodea, con el fin de poder encontrar las interrelaciones entre las variables que han posibilitado el emprendimiento desde el hecho de ser hombre o ser mujer, entendida esa concepción del género como producto de una construcción social.

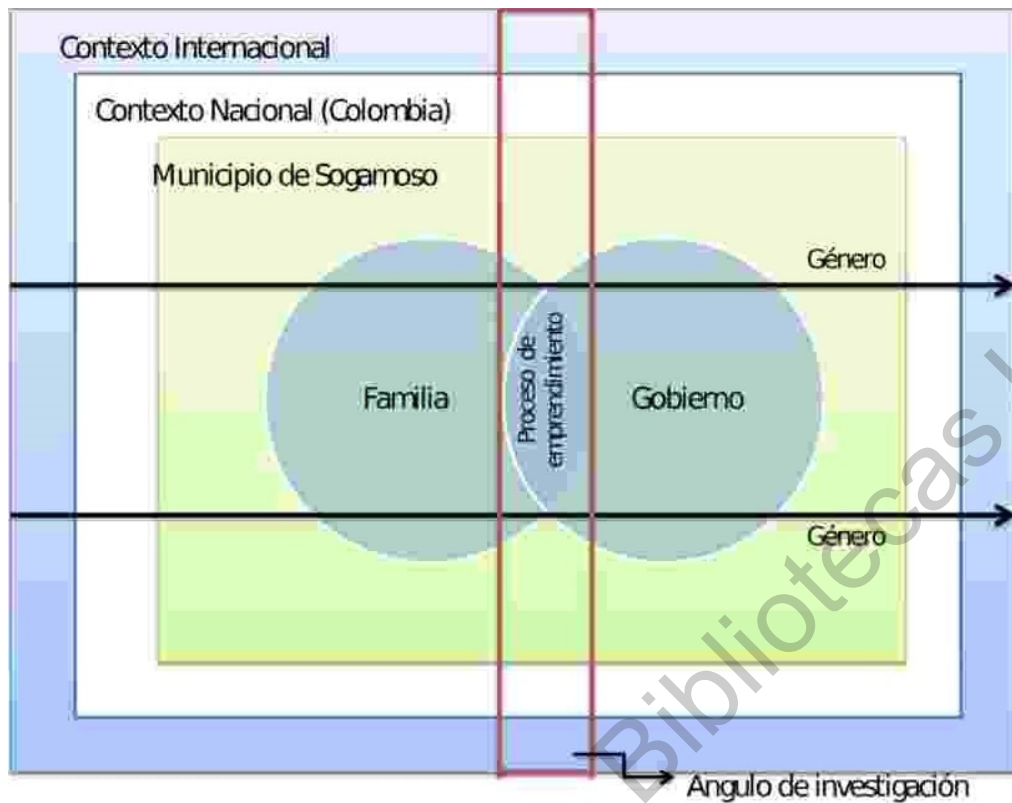


Figura 7. Determinación del ángulo de la investigación. Fuente: Elaboración propia a partir de Urbiola (2004)

3.2.5. Preguntas de investigación. Después de definir las dimensiones y el ángulo de investigación para la presente tesis doctoral, se define una pregunta central y por supuesto unas preguntas secundarias correspondientes a cada dimensión, las cuales son el insumo para la construcción de los instrumentos de recolección de información (ver figura 8).

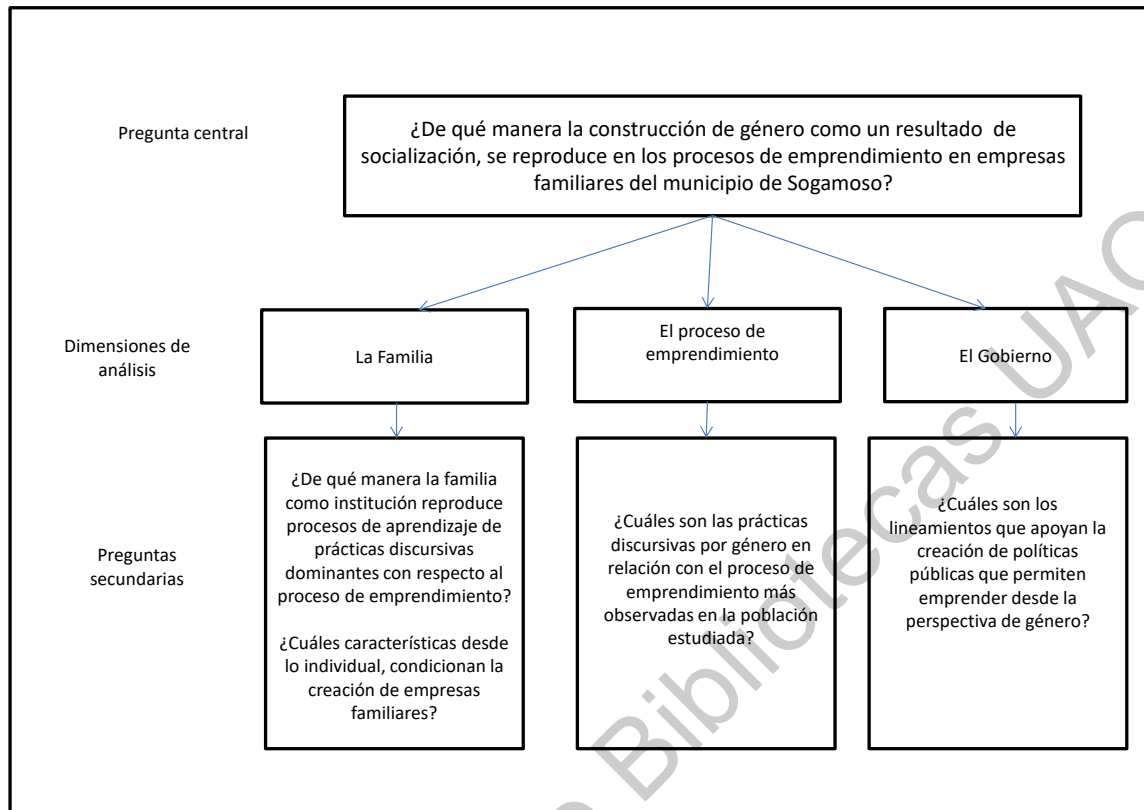


Figura 8. Dimensiones de análisis y preguntas de investigación. Fuente: Elaboración propia

3.2.6. Conceptos de investigación. A partir de las dimensiones y las preguntas de investigación, se determinan cuáles son las definiciones básicas que se deben tener en este estudio, tal como se muestra en la figura 9.

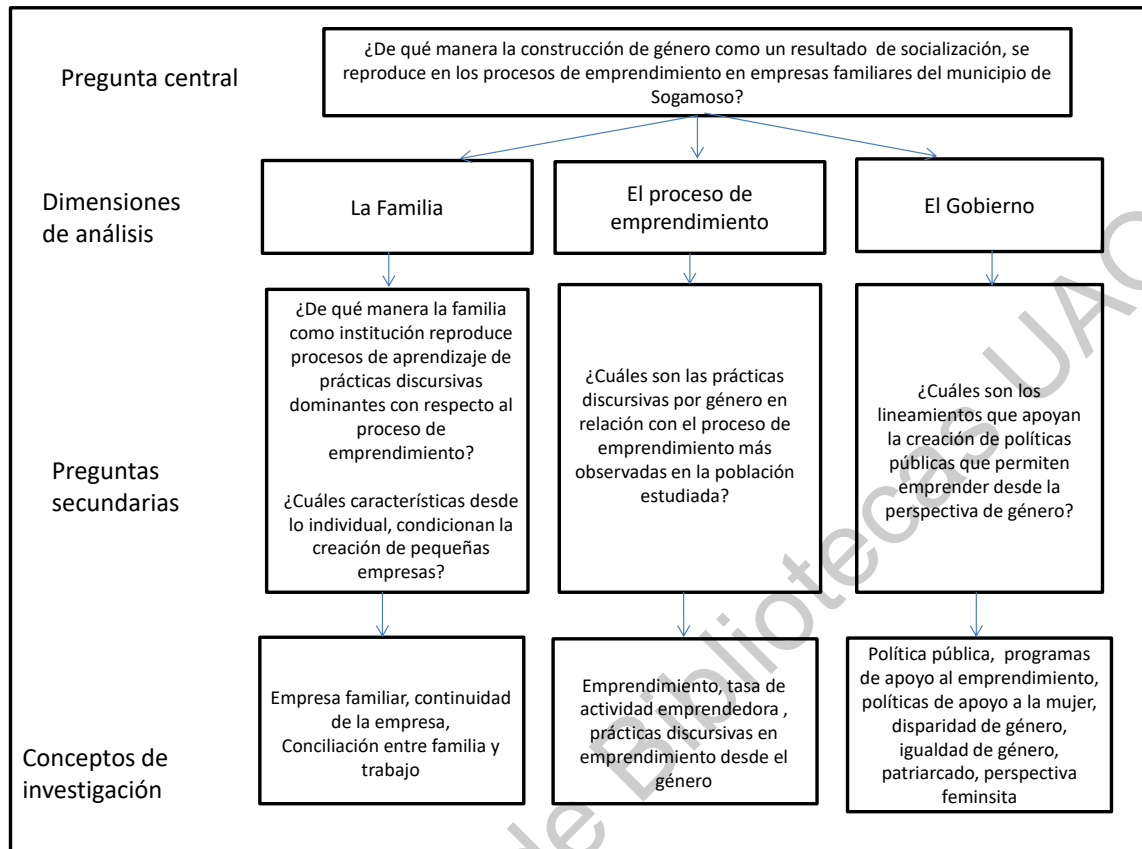


Figura 9. Conceptos de investigación para cada dimensión. Fuente: Elaboración propia

Dimensión 1. La familia

- *Empresa familiar.* Es aquella empresa en la que existe un nexo importante y permanente de unión entre empresa y familia. Nexos que trasciende lo puramente económico a otros valores y supuestos compartidos. Es decir, aquella empresa en la que familia y organización comparten la cultura y tradiciones parcial o totalmente y voluntariamente (Gallo, 1992; citado en Sabater, et.al., s.f, p. 4)
- *Continuidad de la empresa.* "La continuidad de la empresa familiar es vista como un proceso que comienza desde que se crea, cuando arranca el compromiso de la familia con el negocio; a su vez, este proceso implica una suerte de "educación" o adiestramiento de los integrantes de la familia en los quehaceres del negocio, y por

lo tanto se requiere tomar decisiones” (Ginebra, 2001, p. 23 citado en De la Rosa, Lozano y Ramírez, 2009).

Dimensión 2. El proceso de emprendimiento

- *Emprendimiento*. “Es el examen académico de cómo, por quién y con qué efectos se descubren, evalúan y explotan las oportunidades de crear bienes y servicios futuros” (p. 218), involucrando por tanto, procesos de “descubrimiento, evaluación y explotación de diferentes oportunidades”, en conjunto con las personas que los descubren, evalúan y explotan (Shane y Venkataraman, 2000).

“El emprendimiento constituye un fenómeno cultural que encierra conductas, valores, creencias y modos de actuación, con la intencionalidad de generar bienestar social en una comunidad; a su vez, la cultura constituye una variable importante, tanto para el proceso de desarrollo de la idea emprendedora como para la acción o puesta en marcha” (Orrego, 2009, p. 241).

- *Tasa de actividad emprendedora (TEA)*. Indica el porcentaje de individuos de la población en grupos de edad entre los 18 y 64 años involucrados en el proceso de crear y/o administrar un nuevo negocio y que ha estado pagando salarios por un tiempo inferior a 3½ años (GEM, 2012).
- *Prácticas discursivas en emprendimiento desde el género*. Según Ahl (2006) hacen referencia a las prácticas investigativas comunes que se han encontrado al examinar una gran cantidad de textos académicos que analizan de forma conjunta el emprendimiento y el género.

Dimensión 3. El gobierno

- *Política pública.* “Fenómeno social, administrativo y político específico, resultado de un proceso de sucesivas tomas de posición, que se concretan en un conjunto de decisiones, acciones u omisiones asumidas fundamentalmente por los gobiernos, mismas que se traducen, en un lugar y período determinado, la respuesta preponderante del mismo frente a los problemas públicos vividos por la sociedad civil” (Cardozo, 2006, p. 25).
- *Disparidad de género.* Distancia y/o asimetría social entre mujeres y hombres. Históricamente las mujeres han estado relegadas a la esfera privada y los hombres, a la esfera pública. Esta situación ha derivado a que las mujeres tengan un acceso limitado a la riqueza, a los cargos de toma de decisión, a un empleo remunerado en igualdad a los hombres y que sean tratadas en forma discriminatoria. La desigualdad de género se relaciona con los factores económicos, sociales, políticos y culturales cuya evidencia y magnitud puede captarse a través de las brechas de género (Inmujeres, 2007, p.51). También se puede retomar el concepto de brecha de género “que son las desigualdades que existen entre hombres y mujeres en el acceso a los recursos y servicios, el ejercicio de derechos, la participación pública y la igualdad de oportunidades” (PNUD Perú, 2012).
- *Igualdad de género.* Se basa en el principio de que todas las personas, hombres y mujeres, tienen la posibilidad de desarrollar sus habilidades y su libertad para tomar sus decisiones, no se trata de que hombres y mujeres *sean* iguales, sino que sus derechos, responsabilidades y oportunidades no dependan de haber nacido con un sexo u otro (PNUD Perú, 2012).

- *Patriarcado*. Es la manifestación y la institucionalización del dominio masculino sobre las mujeres y los niños de la familia, y la ampliación de ese dominio masculino sobre las mujeres a la sociedad en general. Ello implica que los varones tienen el poder en todas las instituciones importantes de la sociedad y que se priva a las mujeres de acceder a él (Lerner, 1990; citada en Trimiño, 2013, p. 329).
- *Perspectiva feminista*. Según Oelsen (2000) citado en Creswell (2009), se refiere a los temas de investigación que pueden incluir aspectos relacionados con la justicia social para las mujeres o en contextos específicos o conocimiento de situaciones opresivas contra la mujer, así como diferentes problemáticas que viven y las instituciones que se enmarcan en esas situaciones.

3.2.7. Proposiciones, variables e indicadores. Cicourel (1982) estudia los problemas asociados a la medición en las investigaciones sociales, debido a que las teorías son implícitas y en muchas ocasiones sus conceptos no están claros en los estudios, es así que las mediciones se convierten en arbitrarias y no reflejan de buena manera la realidad, ni mucho menos pueden servir para ser replicados. Es por ello que propone la necesidad de definir los conceptos (basados en la teoría), los elementos, aspectos o dimensiones y finalmente determinar los indicadores de la investigación y las interrelaciones que se derivan de los mismos. Para la presente investigación doctoral tal como ya se explicó se establecieron tres dimensiones: la familia, el proceso del emprendimiento y el gobierno; de ahí se desprenden las preguntas de investigación, las proposiciones, variables e indicadores que se pueden ver en la tabla 9.

Tabla 9

Construcción de proposiciones, variables e indicadores

Pregunta	Proposición	Variables	Indicadores
¿De qué manera la familia como institución reproduce procesos de aprendizaje de prácticas discursivas dominantes con respecto al proceso de emprendimiento?	Dentro de la familia se producen prácticas discursivas que son determinantes a la hora de emprender para una persona	<p>Independiente</p> <p>Prácticas discursivas comunes en las familias</p> <p>Dependiente</p> <p>Emprendimientos realizados en cada familia</p>	<p>Frases comunes que se repiten en el discurso de los emprendedores</p> <p>Número de emprendimientos en la familia</p>
¿Cuáles características desde lo individual condicionan la creación de micro y pequeñas empresas en el municipio de Sogamoso?	Existen unos condicionantes que predisponen a una persona desde sus rasgos individuales a emprender y a la consolidación de una empresa familiar en el municipio de Sogamoso	<p>Independientes</p> <p>Edad, género, formación académica, estrato socio-económico, visión del negocio, red de contactos, estilos de gestión.</p> <p>Dependiente</p> <p>Característica común para los emprendedores en empresas familiares</p>	<p>Rango de edades, porcentaje de mujeres y de hombres, porcentaje de emprendedores en cada nivel de formación académica</p> <p>Conjunto de características individuales que pueden identificar a un emprendedor o emprendedora</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

Construcción de proposiciones, variables e indicadores (Continuación)

Pregunta	Proposición	Variables	Indicadores
¿Cuáles son las prácticas discursivas por género en relación con el proceso de emprendimiento más observadas en la población estudiada?	Algunas de las prácticas discursivas encontradas en el emprendimiento desde el género se replican en la realidad de los emprendedores y se hacen visibles en su diálogo y en la forma como abordan sus responsabilidades como empresarios	Independiente Prácticas discursivas comunes por género Dependiente Éxito en el emprendimiento	Número de prácticas discursivas identificadas en la teoría y que se replican en la práctica del emprendimiento
¿Cuáles son los lineamientos que apoyan la creación de políticas públicas que permiten emprender desde la perspectiva de género?	A pesar de la existencia de alguna normatividad de equidad de género, sigue siendo casi invisible el apoyo decidido a las mujeres para emprender por parte del gobierno nacional y local.	Independiente Políticas públicas existentes en el tema Dependiente Apoyos reales recibidos por los emprendedores entrevistados.	Conjunto de normas colombianas que apoyan y favorecen el emprendimiento femenino

Fuente: Elaboración propia

3.2.8. Unidades de observación. Para la presente investigación doctoral, las unidades de observación son todo el conjunto de donde se obtuvieron datos, los cuales son:

- Las personas que se encuentran en la categoría de emprendedor-empresario dada por Orrego (2014), que son propietarios y gerentes de empresas familiares del municipio de Sogamoso y que hayan superado más de cinco años de existencia de su empresa.
- Los documentos como los periódicos (uno local y varios nacionales) y las leyes sobre emprendimiento y equidad de género en Colombia.
- Expertos en el tema y personas relacionadas con el emprendimiento en la región

3.2.9. Validez interna y externa de la investigación. Por su parte Sandín (2000) afirma que los problemas afrontados por la investigación cualitativa se debe a la dificultad que le implica demostrar la validez, ya que se refiere a la calidad de la investigación y a su rigor científico, lo que ha hecho que en las ciencias sociales se haya reformulado constantemente en términos de construcción social del conocimiento y otorgándole a su vez un nuevo énfasis a la interpretación. Sin embargo, el paso del tiempo y múltiples aportaciones desde las ciencias sociales han llevado a pensar que no pueden haber verdades absolutas respecto a la validez de estos estudios, sino que más bien desde la visión pos-estructuralista deben elaborarse nuevos criterios divorciados de las corrientes positivistas y pos-positivistas para escuchar otras voces que han sido olvidadas y que constituyen nuevas epistemologías con una visión particular acerca de la representatividad y legitimidad de la investigación cualitativa, como es el caso de estudios de clase, raza, género, etnicidad.

Al encontrarse abierto el debate sobre la validez de las investigaciones cualitativas, se llama la atención sobre la gran responsabilidad de los investigadores de ciencias sociales desde lo político, ético y social. Para la realización de ésta tesis doctoral se resalta el hecho de tener certeza sobre la teoría a utilizar, el uso de la triangulación y la

explicación detallada de la muestra y de las unidades a observar, con el fin de brindar el criterio de validez interna del estudio.

3.3. Herramientas para la Recopilación de la información

La recopilación de datos según Creswell (2009) requiere en primer lugar del establecimiento de unos límites para el estudio, el uso de observaciones, entrevistas, documentos y materiales visuales, además de definir los protocolos para el registro de la información. Como ya se explicó, en esta investigación se utilizó la metodología cualitativa y como método la fenomenología, a partir del uso de tres instrumentos de recolección de información como son: la observación no participante, el análisis documental y las entrevistas semiestructuradas, los cuales se detallan a continuación.

3.3.1. Observación no participante. Es un elemento importante en la investigación; que ayuda al investigador a recolectar gran cantidad de información. Se reconocen dos tipos de observación: “la científica que significa observar un objetivo claro, definido y preciso en el que el investigador sabe que es lo que desea y para qué quiere hacerlo, que implica preparar cuidadosamente la observación” y también existe una observación considerada como no científica que implica “observar sin intención, sin objetivo definido y por tanto, sin preparación previa” (Díaz, 2011, p.7). De igual forma para Creswell (2009) “las observaciones cualitativas son aquellas en las que el investigador escribe acerca del comportamiento y las actividades de las personas en el sitio de investigación” (p. 181).

La observación participante es un método y técnica de la investigación social con enfoque cualitativo, ya que es una estrategia con la que cuenta el investigador para mirar, acercarse e interpretar la realidad investigada, y es a la vez una táctica de campo, por lo que se analiza desde dos dimensiones: epistemológica y técnica (Bluhm, Harman, Lee, y

Mitchell (2011); Licona y García, 2017), esta observación, como ya se dijo, es la aceptada en el paradigma cualitativo, pues el solo hecho de interpretar un vídeo sin tener contacto con los participantes ya convierte al investigador en participante, por tanto la observación no participante es más exclusiva del paradigma cuantitativo (Álvarez y Jurgenson, 2009).

Tal como ya se explicó, la investigación cualitativa reconoce una observación participante, por tanto, para la presente investigación doctoral, esta se lleva a cabo cuando se realizaron las entrevistas semiestructuradas para los emprendedores-empresarios.

3.3.2. Análisis documental. Clauso (1993) afirma que el análisis documental “ha sido considerado como el conjunto de operaciones destinadas a representar el contenido y la forma de un documento para facilitar su consulta o recuperación, o incluso para generar un producto que le sirva de sustituto” (p. 11). Es así que existen dos tendencias actuales, una que considera la revisión bibliográfica y otra que considera la descripción de contenido. Además se puede observar desde dos puntos, el externo y el interno. Para Creswell (2009) los documentos pueden ser de dos clases, los documentos públicos como periódicos, minutas de reuniones, informes oficiales y los documentos privados como, diarios personales, cartas, correos electrónicos, etc.

En la presente tesis doctoral el análisis de documentos se utiliza para revisar los avances gubernamentales en apoyo a los emprendedores o relativos a los lineamientos necesarios para poner en funcionamiento un negocio, así como la revisión de documentos e informes institucionales que dan cuenta del número de emprendimientos y las características inherentes a los mismos de acuerdo con el género que se conocen en el mundo, en Colombia y en el contexto del departamento de Boyacá.

3.3.3. Entrevistas. Para Álvarez y Jurgenson (2009), la entrevista es “una conversación que tiene una estructura y un propósito. En la investigación cualitativa, la entrevista busca entender el mundo desde la perspectiva del entrevistado, y desmenuzar los significados de sus experiencias” (p.109).

Para el presente estudio, la entrevista semiestructurada es fundamental ya que recoge el sentir de los individuos emprendedores-empresarios respecto de su realidad, en lo que se refiere al proceso emprendedor, a la influencia de la familia y de las políticas gubernamentales a la hora de emprender y sostener una empresa.

Para la realización del trabajo de campo del presente trabajo, se resalta que antes de realizar las entrevistas se les explicó a los participantes que la investigación no constituía ningún riesgo para ellos de manera individual ni para su empresa, debido a que no se pregunta por información confidencial que pueda afectarlos, sólo se pregunta sobre sus experiencias y expectativas alrededor del emprendimiento. Se les pidió llenar una encuesta con información sociodemográfica y que leyeran y firmaran el consentimiento informado (ver Apéndice A), además se les explicó que parte de sus respuestas estarían incluidas en el informe escrito pero usando un seudónimo. A lo anterior, los entrevistados no tuvieron inconveniente en firmar y permitir la grabación de las entrevistas.

3.4. El Trabajo de Campo

Se realizó de junio a octubre de 2018, en el municipio de Sogamoso-Colombia. Su desarrollo se hizo en tres etapas. Resulta importante explicar que en una etapa previa se definió el problema de investigación y la corriente teórica a seguir, siendo la teoría feminista en su corriente postestructural feminista la escogida, de allí se determinó estudiar a los emprendedores desde la perspectiva de género. Luego se definió la estrategia

metodológica de la investigación cualitativa, ya que era la que respondía al paradigma subjetivo que se precisó en la primera etapa. El método elegido fue el de la fenomenología, debido a que se esperaba conocer y capturar las experiencias vividas por las personas ante un fenómeno particular, que en este caso es el emprendimiento. Con este método según Hernández (2014) se facilita el uso y análisis de entrevistas. Además se establecieron las dimensiones de análisis de la tesis, las cuales son: la dimensión familiar, la dimensión gubernamental y la dimensión procesos de emprendimiento. Finalmente, se diseñó y validó una encuesta de caracterización y una entrevista semiestructurada (ver apéndice A y apéndice B), las cuales contienen preguntas correspondientes a cada una de las dimensiones propuestas. Como unidad de observación se determinó la categoría emprendedor-empresario, la cual según Orrego (2014) presenta una combinación ideal de las personas que comienzan con una idea de negocio y logran sostenerla en el tiempo.

Es así que el trabajo de campo comienza en una primera etapa cuando se acude a la Cámara de Comercio de Sogamoso para acceder a la información relacionada con las empresas existentes en la ciudad y el tiempo de funcionamiento de las mismas, y también se acude al Sena (Servicio Nacional de Aprendizaje) sede Sogamoso el cual proporcionó una base de datos de todos los emprendedores-empresarios que recibieron apoyos de capital semilla desde la puesta en marcha del Fondo Emprender. De ahí se procede a hacer llamadas telefónicas en donde se explica a las personas el alcance de la investigación y luego se concreta una cita con cada una de las personas que acepta participar en la misma.

Al final del trabajo se logran 19 entrevistas, que se distribuyen de la siguiente manera: 16 corresponden a emprendedores-empresarios activos (ocho mujeres y ocho hombres de la categoría emprendedor-empresario), de los cuales cinco recibieron capital semilla (dos en

sus comienzos y tres durante la consolidación de su empresa) y los restantes comenzaron su emprendimiento con recursos propios, las otras tres entrevistas corresponden una al director del Fondo Emprender para Boyacá, otra a una mujer que ayudó a montar programas de emprendimiento para dos instituciones en el municipio y una final para una emprendedora que en este momento ya se jubiló. En una tercera etapa del trabajo de campo se hace una identificación de los periódicos locales y se hace un análisis de los últimos tres años, es decir desde el 2015 hasta el primer trimestre de 2018 y en total se encuentran 58 noticias relacionadas con actividades de emprendimiento, también se hace un barrido de algunas lecturas de emprendimiento en periódicos nacionales, escogiéndose un total de 15 de ellas, relativas al año 2018. En esta última etapa también se hace un análisis documental de la normatividad en Colombia sobre emprendimiento, equidad de género y de las condiciones necesarias para la formulación de las políticas públicas. En la figura 10 se muestra de forma gráfica el proceso de realización del trabajo de campo.

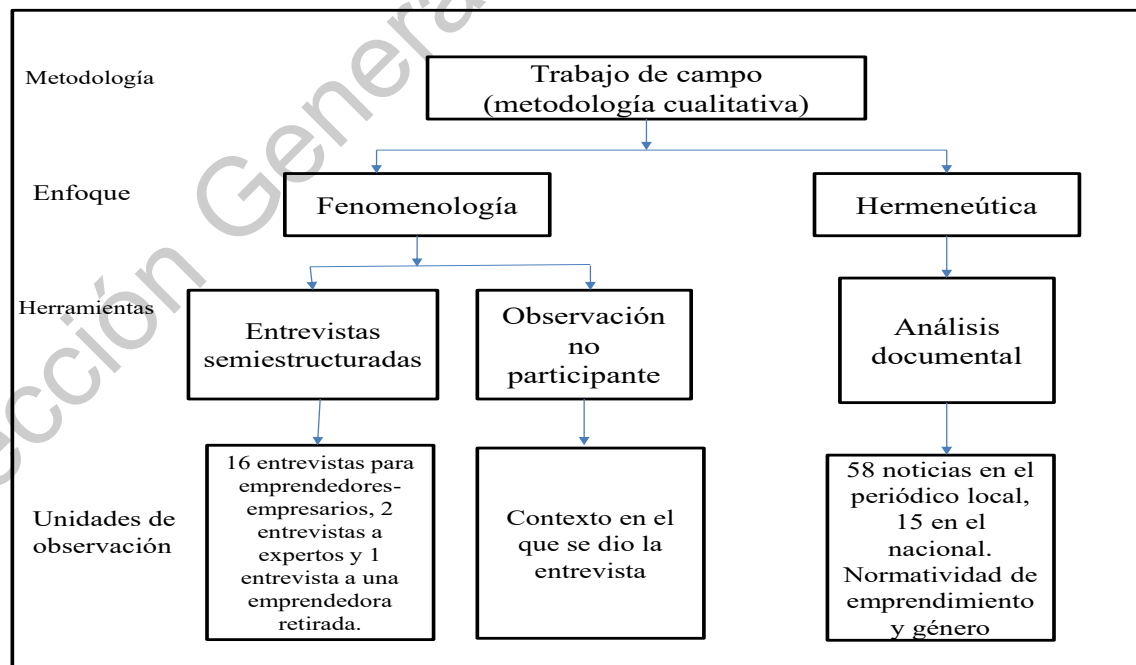


Figura 10. Esquema del trabajo de campo. Fuente: Elaboración propia

La categoría emprendedor-empresario. Como ya se mencionó, la entrevista semiestructurada se realizó a 16 personas considerados dentro de esta categoría, de los cuales ocho son mujeres y ocho hombres, quienes fueron contactados de forma telefónica debido a que figuran como representantes legales ante la cámara de comercio o recibieron el capital semilla en el Fondo Emprender del Sena. Sin embargo, de forma natural surgió dentro de esas dos categorías una tercera, que fue el hecho de recibir la entrevista de la pareja de esposos, pues cuando se llegaba al sitio pactado para la entrevista era la pareja quien entregaba la información. Por tanto se hace una clasificación teniendo en cuenta esa característica. En la tabla 10 se hace una breve descripción de cada uno de los entrevistados/as, teniendo en cuenta que para proteger su identidad se les ha puesto un seudónimo.

Tabla 10

Distribución de empresas vigentes en Sogamoso

Seudónimo	Tipo de empresa	Breve reseña de la hoja de vida	Recursos para iniciar la empresa
Sofía	Empresa pequeña, que fabrica materiales de construcción, 28 años de funcionamiento.	Tiene una carrera profesional en administración, es casada con 3 hijos, trabaja medio tiempo debido a sus restricciones en el hogar por el cuidado de sus pequeños. Con tres familiares trabajando en la empresa	Hereda el liderazgo de su padre quien inició la empresa con recursos propios.
Rosalba	Microempresa de chocolatería artesanal, con siete años de funcionamiento	Es bachiller con cursos de chocolatería, es divorciada desde antes de montar su empresa. Sus dos hijas trabajan con ella en la empresa	Obtuvo capital semilla del Fondo Emprender, pero ya llevaba varios años haciendo sus

			productos y vendiéndolos en ferias. Tuvo que presentar el proyecto cuatro veces hasta lograr su aprobación.
Alicia	Microempresa de confecciones, con ocho años de funcionamiento	Es bachiller, con el oficio aprendido de forma empírica. Es casada y tiene una hija. Tiene tres familiares trabajando en la empresa y dos personas más.	Empezó su empresa con recursos propios, gracias a la ayuda de sus antiguos empleadores, cuando éstos se trasladaron de ciudad.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

Distribución de empresas vigentes en Sogamoso (Continuación)

Seudónimo	Tipo de empresa	Breve reseña de la hoja de vida	Recursos para iniciar la empresa
Olga	Pequeña empresa de producción de alimentos, con 43 años de funcionamiento.	Es viuda y tiene cuatro hijos, en este momento ya dejó como reemplazo generacional a su única hija que es administradora de profesión. Tiene 10 familiares trabajando en la empresa y tres personas más que no son familiares.	Hace 43 años empezó su negocio con muy pocos recursos y fue creciendo poco a poco. Sus productos tienen amplio reconocimiento en el municipio.
Camila	Pequeña empresa de servicios, con 17 años de funcionamiento.	Es profesional en administración, su carrera la hizo después de tener la empresa, su esposo la acompaña en el emprendimiento, tienen dos hijos quienes trabajan	Su emprendimiento surgió con muy pocos recursos propios y han ido creciendo con el

		con ellos, así como sus dos nueras, además tienen 15 empleados más que no son familiares.	tiempo, la idea surgió de la empresa en donde los dos trabajaban.
Yaneth	Pequeña empresa de ingeniería, con 15 años de funcionamiento.	Es ingeniera electromecánica con especialización, su esposo es administrador con especialización, son casados con dos hijos, Yaneth realizó el emprendimiento junto con su esposo y los dos concedieron la entrevista. En la empresa trabaja ella con su esposo y los demás trabajadores no son familiares.	Iniciaron la empresa con recursos propios, aprovechando la experiencia laboral de Yaneth en el sector.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

Distribución de empresas vigentes en Sogamoso (Continuación)

Seudónimo	Tipo de empresa	Breve reseña de la hoja de vida	Recursos para iniciar la empresa
Paulina	Pequeña empresa de alimentos, con 30 años de funcionamiento.	Es técnica en alimentos, su emprendimiento se hizo conjuntamente con su esposo. Tienen cinco hijos y en la empresa trabajan ellos dos, un hijo, una hija y diez trabajadores más.	Iniciaron su empresa con recursos propios, aprovechando el conocimiento heredado de los suegros de Paulina en la elaboración de alimentos.
Laura	Pequeña empresa que fabrica materiales de construcción. Llevan más de 40	Es contadora pública, soltera y sin hijos, fue líder ante el Fondo Emprender que les otorgó recursos para automatizar parte del proceso a su empresa familiar,	La empresa lleva muchos años en la familia, ya que es una labor que se ha pasado de generación en

	años de funcionamiento.	no se considera emprendedora. Trabajan los ocho hermanos y cinco trabajadores que no son familiares.	generación. Empezó con recursos propios se fortaleció al recibir recursos del Fondo Emprender.
Julián	Microempresa de procesamiento de alimentos, con 12 años de funcionamiento	Julián es bachiller, su esposa es técnico en alimentos, los dos comenzaron el emprendimiento y han sostenido su empresa. En la empresa trabajan tres familiares.	La empresa empezó con recursos propios, después recibió capital semilla de la Fundación Destapa Futuro de Bavaria. Sin embargo han enfrentado grandes retos para su sostenimiento.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

Distribución de empresas vigentes en Sogamoso (Continuación)

Seudónimo	Tipo de empresa	Breve reseña de la hoja de vida	Recursos para iniciar la empresa
Jorge	Microempresa metalmecánica, con cinco años de funcionamiento.	Es profesional en ingeniería y su esposa en administración, los dos comenzaron su emprendimiento, están casados y tienen tres hijos.	La empresa comenzó con apoyo de capital semilla del Fondo Emprender, debido a que se detectó una oportunidad en el mercado.
Marcos	Microempresa de manufactura en cuero, con cinco años de funcionamiento	Es profesional en ingeniería, casado con dos hijos, tiene dos familiares en la empresa, su esposa no lo apoya con su	La empresa comenzó con apoyo de capital semilla del Fondo Emprender, debido a

		emprendimiento y ella es asalariada.	la necesidad existente en el mercado.
Antonio	Microempresa procesadora de alimentos y restaurante, con 30 años de funcionamiento	Bachiller, casado con tres hijos, su esposa siempre lo ha apoyado en sus emprendimientos pero no ha colaborado mucho con él ya que es asalariada. En su empresa trabaja con dos familiares y otras seis personas.	Nunca ha recibido ningún apoyo por parte del gobierno.
Simón	Pequeña empresa de manufactura de cerámica industrial, con 18 años de funcionamiento.	Tiene formación académica técnica, es casado con tres hijos, en un principio su esposa era asalariada, ahora trabaja con él, así como sus tres hijos.	Empezó su empresa con recursos propios y nunca ha recibido ningún apoyo del gobierno.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

Distribución de empresas vigentes en Sogamoso (Continuación)

Seudónimo	Tipo de empresa	Breve reseña de la hoja de vida	Recursos para iniciar la empresa
Roberto	Microempresa de mantenimiento metalmecánico, tiene 11 años de funcionamiento.	Tiene formación académica técnica, es casado con dos hijos, su esposa es asalariada, su idea empresarial la comenzó con su papá y además una hermana también trabaja con él.	Su emprendimiento lo empezó con recursos propios, aunque se encuentra formulando un proyecto para solicitar capital semilla del Fondo Emprender.
Ernesto	Microempresa de producción y comercialización	Es un emprendimiento conjunto realizado con otras cinco personas. Ernesto es profesional	La empresa inició con recursos propios y hasta ahora empezó a

	de condimentos, con 10 años de funcionamiento.	en el área agrícola y por ahora tienen vinculados apenas dos familiares.	recibir algún tipo de apoyo del gobierno local y departamental.
Fabián	Pequeña empresa de manufactura de parques infantiles, con 16 años de funcionamiento.	Es profesional en ingeniería con posgrado, en la empresa trabaja su esposa y ocho empleados más. Fabián no se considera a sí mismo como emprendedor.	La empresa empezó con recursos propios, no ha recibido capital semilla.

Fuente: Elaboración propia

3.5. Análisis de la Información

3.5.1. Análisis de entrevistas. Luego de tomadas las 16 entrevistas se procede a realizar la transcripción de las mismas con el fin de clasificar la respuesta de cada una de las preguntas dentro de las dimensiones analizadas (ver apéndice D). También se tienen en cuenta las otras tres entrevistas realizadas para la triangulación de la información. Las preguntas por dimensiones se muestran en la tabla 11. Posteriormente se organizan los resultados en los capítulos cuatro, cinco y seis con las dimensiones familia, procesos de emprendimiento y gobierno y el capítulo siete con los resultados de las prácticas discursivas de emprendimiento y género que se replican en los emprendedores-empresarios del municipio de Sogamoso. Todo lo anterior con miras a definir el cumplimiento o no de las diferentes proposiciones.

Tabla 11

Preguntas por dimensión

Dimensión	Preguntas
Familia	En su familia en general cómo ven a un hombre/mujer emprendedor/a De qué manera ha conciliado la vida familiar y laboral? Cuénteme cómo es un día en su empresa, haciendo referencia a los roles laborales y familiares.

	En su empresa hay oficios específicos que se asignan a cada persona dependiendo si es hombre o es mujer?
Procesos de emprendimiento	<p>Dígame para usted qué es ser emprendedor/a</p> <p>Me podría hacer un gráfico o dibujo explicando para usted qué es el emprendimiento</p> <p>Cuénteme cómo llegó a ser emprendedor/a</p> <p>Cuáles cree que son los rasgos de personalidad que usted tiene y que lo han impulsado a ser emprendedor/a?</p> <p>Cree que hay alguna diferencia en el emprendimiento realizado por un hombre y el realizado por una mujer?</p> <p>Para usted el emprendedor colombiano tiene rasgos específicos, cuáles serían?</p> <p>Qué consejos le daría a una persona que quiera emprender y consolidarse como empresario?</p>
Gobierno	<p>Cuál ha sido el papel del gobierno nacional y municipal durante la ejecución de su emprendimiento y la consolidación de su empresa</p> <p>A su juicio que podría hacer el gobierno para facilitar la consecución de nuevos emprendimientos</p>

Fuente: Elaboración propia

3.5.2. Análisis de contenido. Mediante este análisis se hace la revisión de 58 noticias del periódico local de la ciudad (periódico Entérese) y de 15 noticias nacionales de diferentes periódicos (El Tiempo, Portafolio, Revista Semana, El Colombiano), en donde se presenta el tema de emprendimiento y género (ver apéndice E). El ejercicio se realiza definiendo la fecha de la noticia, un resumen de la misma, las ideas que sobresalen, los actores y una observación por parte del investigador frente al contenido en lo que hace referencia al emprendimiento y el género, sobre todo se mira cómo las entidades involucradas interactúan y qué es lo que el medio de comunicación aborda. Los hallazgos de esta técnica sirven para complementar el capítulo seis que analiza la dimensión gobierno.

4. Resultados y Discusión

4.1. La Influencia de la Familia en la Formación para Emprender

La familia es la primera dimensión propuesta para la presente tesis. Su importancia radica en la necesidad de analizar su relación con el emprendimiento desde la perspectiva de género, dado que un individuo requiere del acompañamiento de las personas cercanas, en especial la familia y la pareja para lograr sus propósitos emprendedores. Sin embargo, para las mujeres existen barreras adicionales desde su contexto sociocultural y desde el propio núcleo de su familia, que las ayudan o no a empezar un emprendimiento, tal como lo afirma Knight (2013) quien explica que en varios estudios las mujeres han atribuido razones familiares para comenzar un negocio, debido a que siguen sintiendo el estigma de

ser consideradas como una “buena madre”, de ahí la decisión de emprender a pequeña escala. Al respecto, algunos autores comentan que esta situación no es más que una elección involuntaria como resultado de la relación desigual del trabajo no pago llevando a que las mujeres dependan de los hombres. Para el caso de los varones es diferente, pues la evidencia empírica muestra que cuando empiezan sus empresas, por lo general lo hacen con la ayuda de sus familiares (esposa e hijos), muchas veces sin un pago por su trabajo y con muy poca o ninguna experiencia (De La Rosa, Lozano y Ramírez, 2009).

En los dos casos, tanto de hombres como de mujeres, poseer una empresa familiar los puede llevar a tener diversos conflictos bien conocidos en este tipo de organizaciones. Desafortunadamente para una mujer como propietaria y jefe, la situación pareciera que es más compleja con relación a la autoridad y a la forma como dirigen el negocio, todo debido a su carácter maternal (Anderson, 2008).

Se han identificado algunos de los problemas asociados a ser propietario/a y directivo de una empresa familiar, tal como se muestra a continuación.

4.1.1 El ejemplo de los padres y otros familiares para ser emprendedor/a.

Dentro de la literatura de intención emprendedora, hay un aspecto que suele ser debatido con mucha frecuencia y es el de analizar la influencia del ejemplo de los padres para las personas que desean emprender o que ya son emprendedores-empresarios. En algunos estudios en efecto, se ha encontrado una relación directa cuando hay antecedentes por parte de padres o abuelos, ya que se reconoce una influencia positiva gracias al aprendizaje desde el hogar (Duran y Arias, 2015).

“Mi papá y mi mamá toda la vida fueron independientes, mi papá tiene una fábrica de muebles, él siempre pensó en crear negocios e intentó con muchos negocios,

intentó con una taberna, intentó con restaurantes, bueno en donde más estuvo realmente más tiempo fue con los muebles, todavía tiene la fábrica de producción de muebles, entonces mi papá siempre ha sido curioso, con esa idea de crear negocios de mirar, luchó y aún sigue luchando con esa idea pero yo creo que mi deseo de emprender viene de él” (Julián, microempresa de alimentos).

En otros casos el ejemplo no viene directamente de los padres sino de los abuelos:

“...ninguno de mis hermanos trabaja para alguna empresa, todos son emprendedores, así como mi abuelo que también fue emprendedor, mientras que mis papás fueron asalariados, mi mamá era docente, mi papá trabajador de Acerías Paz del Rio, pero entonces mi abuelo, sí fue muy emprendedor, él tenía muchas actividades y nosotros nos preguntábamos por qué mi papá y mis tíos no lo siguieron, de pronto fue la presión, porque mi abuelo tenía varias fincas y enviaba a mi papá y a mis tíos a cuidar ganado y a hacer labores muy duras. Desafortunadamente cuando mi abuelo murió, lo que hicieron fue repartirse lo que dejó y acabaron con todos sus negocios. Mis hermanos y yo somos independientes, de manera que ellos me entienden...” (Marcos, empresa de manufactura).

Para una emprendedora con una empresa de servicios, el ejemplo para emprender viene de sus padres y de sus suegros, por tanto atribuye ese deseo de ser independientes de ella y de su esposo de lo recibido en sus casas y que en conjunto les ha permitido tener su propia empresa.

“... bueno mi Papá si fue asalariado y mi mamita era emprendedora, solo que ella no tuvo la oportunidad de crecer más porque no tenía el apoyo y uno debe tener el apoyo, porque acá el apoyo mío es mi esposo, que si los dos nos lanzamos, lo

hacemos los dos, mi mamá ella siempre tuvo su negocio y ella trabajó todo el tiempo, ella era la que nos daba todo, siempre estuvo trabajando, era una cafetería y un mercatodo donde venden víveres y abastos, entonces de ahí de mi casa está el emprendimiento, de parte de mi esposo, su papá tiene su empresa donde hacen todo lo de estufas industriales, él hace hornos de panadería, él tiene un mundo de cosas que hace con láminas y todo eso, él es emprendedor y ha trabajado su empresa nunca ha dependido de nadie, entonces mi esposo tiene ese mismo pensamiento de no depender, que uno tiene que crear lo de uno, que se trabaje para uno, los dos teníamos el mismo pensamiento y las mismas proyecciones” (Camila, empresa de servicios).

También se encuentran algunos casos en que los entrevistados reconocen que su deseo de emprender no es ejemplo de sus padres, sino que más bien hubo algún detonante que los hizo tomar la decisión, como el deseo de independencia o de más tiempo para la familia, que en el caso de sus padres no fue el mejor para ellos como hijos, de ahí el deseo de hacer las cosas diferentes:

“Mis papás eran asalariados y yo veía que, pues la verdad el tiempo se lo dedicaban mucho al trabajo y veía muchas personas que eran independientes y dice uno pero es que la vida de los independientes lleva mucho más trabajo pero tienen más tiempo, sí tengo que trabajar más, pero les queda mucho más tiempo y más que ser emprendedor yo lo veía como ser independiente, (Jorge, empresa metalmecánica).

En otro caso, se observa que un emprendedor-empresario viendo a su papá como asalariado y a quién no consideraba un buen ejemplo para él, decide hacer lo contrario que

es emprender y no tomar en cuenta los consejos que le daba, es decir como una forma de rebelarse ante el deseo de su padre:

“La verdad, es que mi papá me tenía un trabajo, pero yo no le quise creer porque me parece que no llevaba una vida decente ósea una vida como para seguirle el ejemplo, por eso le dije que iba a tener mi propia empresa y la monté, no la monté de una vez sino de a poquitos” (Fabián, empresa manufacturera).

La familia como institución representa en los emprendedores el primer contacto con lo organizacional. Se reconoce por parte de ellos una influencia importante desde el ejemplo que es ratificado a través del lenguaje que se maneja al interior del hogar. Sin embargo los resultados son múltiples, ya que se analizaron situaciones en donde los padres representan una enseñanza positiva, pero otros donde generan una imagen negativa, pues los hijos no ven reflejado su futuro con las mismas condiciones que vivieron sus padres. Existen por tanto detonantes para emprender que si bien están relacionados con el contexto familiar y el ejemplo de padres y amigos, no necesariamente hacen que una persona comience un negocio, así mismo no se observa relación con el género de la persona.

4.1.2. La falta de apoyo de la familia a los emprendedores. Este apoyo es fundamental para cualquier persona y dentro de cualquier contexto. En el emprendimiento se ha evidenciado que con un apoyo desde el hogar, es posible que se pueda alcanzar de mejor forma los resultados esperados. Aunque para las mujeres la situación se torna más difícil debido al cumplimiento del doble rol (familia y trabajo) que históricamente le ha sido asignado, no se descarta que para los hombres también sea complejo, pues la sociedad lo ha ubicado en espacios públicos, ajeno a lo emocional y alejado de su papel como hijo, hermano, padre y esposo, sin medir las consecuencias que este “alejamiento” le causa en

su parte psíquica, tal como lo afirman Gatrell y Cooper (2008) quienes en su estudio hacen un paralelo de la masculinidad, con la capacidad de un hombre de pasar largas jornadas en su trabajo y por tanto fuera del hogar.

En cuanto a las personas que se quejan por no recibir ayuda y apoyo de la familia, se observa en ellos un sentimiento de soledad, el cual les resulta difícil de expresar, ya sea por vergüenza o por el hecho de no reconocer ese faltante. Lo anterior se puede entender como los silencios significativos, ya que no se expresan directamente pero se nota cierta melancolía en los entrevistados cuando reconocen la falta de acompañamiento ante las dificultades que les supone ser emprendedores.

“Yo siempre me he hecho sola, no ha sido con la compañía de un esposo, inclusive cuando vimos que ésta era una realidad de la empresa, entonces ahí si mis hijas empezaron ayudarme, pero antes yo era totalmente sola, de pronto ellas en sus estudios, en sus ocupaciones, yo no sentía el apoyo de nadie, pero yo quise hacer eso sola y siempre insistía en lo del Fondo Emprender, en realidad yo tenía mucha perseverancia” (Rosalba, empresa de chocolatería artesanal).

Para la emprendedora-empresaria, según su relato, no ha sido fácil lograr crecimiento cuando no hay apoyo de la familia, pues para cada cosa que se hace se multiplica el esfuerzo, no solo físico sino emocional, porque no se puede contar con alguien a quién compartir las ideas y las preocupaciones.

“...entonces me presenté a ingeniería industrial porque consideré que era una carrera con más campo de acción y yo siempre quería desarrollar mi propia empresa, crear mis propios proyectos y pensé que esa carrera era perfecta para mí, entonces siempre tengo inconvenientes con mi esposa porque siempre ella me dice

vaya y busque un trabajo, pero es que yo estoy haciendo mi propia empresa...”
(Marcos, empresa de manufactura).

El discurso de Marcos se torna tranquilo y natural al comentar que la esposa lo presiona para que consiga un trabajo cuando las cosas no van bien en la empresa, pero como él lo reitera, en realidad tiene alma de emprendedor y quiere su independencia, lo que puede mostrar una falencia que sufre el emprendedor-empresario debido a la oposición de su esposa sobre su vida como empresario.

Para las personas que reciben el apoyo de sus familias, la situación es muy diferente y se sienten con mayor fortaleza para afrontar las situaciones adversas en sus empresas, lo cual se puede observar en su lenguaje, pues aunque no siempre se expresa de forma literal, se puede leer una necesidad de acompañamiento natural en los seres humanos. Lo anterior es muy común en las parejas que han decidido emprender juntas ya que poseen dos proyectos en común: su hogar y su empresa.

“...entonces la empresa se vuelve un punto de reunión familiar por lo menos en el caso nuestro, para nosotros aquí la familia es primero, aquí en la empresa estamos con mi esposa los dos todo el tiempo, incluso nos dicen pero ustedes todo el tiempo?, le decimos sí, con la diferencia que en la empresa estamos trabajando y en la casa compartiendo en familia, o sea aquí es trabajo” (Jorge, empresa metalmecánica).

La opinión de Yaneth concuerda con la de Jorge

“...y la parte ya netamente familiar no es el esquema normal de la mamá entregada a la casa y el esposo viendo televisión, viendo futbol sino que los dos trabajamos en ciertas actividades que no necesariamente por mi condición de mujer o él de hombre sino que las compartimos” (Yaneth, empresa de ingeniería).

En resumen se puede precisar que ni para hombres ni para mujeres la situación es fácil cuando no existe un apoyo decidido de la familia para iniciar un negocio. Sin embargo, para las mujeres puede ser más complejo debido a que ser empresaria no le quita las obligaciones del hogar y su carga puede incrementarse trayéndole enormes consecuencias a nivel físico y emocional.

“...yo pienso que si una mujer es sola digamos, o un hombre solo, sí creo que a esa mujer le toque más pesado por la carga de los hijos, si una mujer por decir algo fuera soltera o empresaria sola pues no sé, me parecería como más complicado porque el solo hecho de la casa, los hijos y tener su empresa me parece muy duro”
(Paulina, empresa de alimentos).

Paulina es una empresaria que trabajó hombro a hombro con su esposo y a pesar de responder por los dos roles (hogar y empresa) opina sobre la dificultad de hacer su empresa sola, lo que demuestra que en sus esquemas mentales asumió esos compromisos como parte de su responsabilidad como mujer.

4.1.3. Falta de separación de los problemas de la familia con los del negocio.

La existencia de conflictos emanados de las relaciones de la familia se puede fácilmente trasladar a la empresa o viceversa, lo que le añade otros factores a la ya compleja relación existente, haciendo que se confunda lo personal con lo laboral y los lleve a tener problemas relacionados directamente con el desempeño de la empresa.

“La verdad, separar la parte empresarial de la familia es bien complejo, porque casi todo el tiempo estamos hablando qué se va a hacer, cómo se hizo, cómo estuvieron las ventas, cómo nos fue con ese cliente, cómo podemos mejorar, todo el tiempo estamos enrolados todos como en esa rueda que va girando todos los días,

todos sabemos todo el tiempo qué pasa y cómo podemos ayudar” (Sofía, empresa de materiales de construcción).

Cuando se le pregunta a Sofía si en el trabajo se habla de la familia, la respuesta es negativa, por tanto se observa una invasión de lo público en la vida privada, pues la mayoría de los temas de conversación y a los que la familia les concede importancia se orientan a lo que sucede en la empresa.

También puede ocurrir que al no poner límites claros frente a lo que se puede y no se puede hacer en una empresa, los empleados-familiares se pueden extralimitar en su papel dentro de la organización, tal como lo comenta una emprendedora-empresaria que lleva muchos años con su negocio:

“Un negocio familiar tiene muchos más tropiezos debido a que cada persona hace lo que quiere, por ejemplo la tía dice “me llevo esto porque lo necesito”, entonces se vuelve todo muy paternalista, entonces cualquiera necesita para algo y ya lo tiene, entonces en el caso de otra persona que la empresa no es familiar, tiene sus trabajadores y les paga y hasta luego y si ya le están robando, pues los despide, pero uno que hace con un familiar, que se lleven una cosa y otra y ahí uno deja de estar ganando” (Olga, empresa de alimentos).

En otros casos, cuando se delegan responsabilidades a los hijos se observa una menor inconformidad con el trabajo, ya que no se labora con miembros de la familia extendida y se suponen menos problemas debido a que es más cercana la autoridad de los padres-emprendedores, tal como se muestra en el siguiente ejemplo:

“Sí, de hecho son mis hijos los que están direccionando la empresa, entonces mi hijo está encargado de todo lo que está en el área de ventas y mi hija en el área

gerencial, entonces lo que mi esposo y yo estamos haciendo es darles apoyo a cada uno de ellos. Ellos ya conocen el trabajo, porque ellos desde pequeños han estado trabajando y en la época de vacaciones han trabajado, cuando estuvieron en la universidad en vacaciones siempre han trabajado, antes de ellos entrar a la universidad han estado trabajando en la empresa mínimo 6 meses de tiempo completo, entonces para nosotros eso es bueno porque antes de que salgan para la universidad ellos conocen como es la empresa, cómo se gana el dinero y que lo valoren también, entonces ellos ya lo saben hacer y en este momento pues estamos es de apoyo a ellos” (Paulina, empresa de alimentos).

En este discurso, Paulina no habla de inconvenientes o falta de autoridad, en primer lugar porque ella y su esposo de forma conjunta ejercen el control, en segundo lugar porque sus hijos son jóvenes profesionales que crecieron a la par con la empresa y finalmente porque no hay presencia de familia extendida.

En general se observa que las mujeres demuestran falta de autoridad que los hombres, lo que refuerza la idea que las mujeres tienen más control sobre los espacios privados que sobre los públicos (Bourdieu, 2007) y que el lenguaje utilizado en todos los contextos, ha perpetuado un imaginario en donde su trabajo y su poder en la toma de decisiones siempre está por debajo de los estándares alcanzados por los varones.

Lo anterior se puede ilustrar con el siguiente ejemplo:

“Ya las cosas se encuentran definidas y yo ya sé en que me puede ayudar cada uno y qué es lo que a mí me corresponde, porque yo soy el gerente pero también soy el de compras, también conductor del vehículo, también soy el que asigna el trabajo al trabajador, el que va y manda fabricar las cosas que debo traer para poder

reparar los equipos o ir a la empresa donde se hizo el trabajo y hacerle seguimiento al trabajador de lo que se hizo. Entonces para mi es una actividad bastante compleja ya que tengo que atacar varios frentes, la mente debe estar trabajando en diferentes cosas y no me puedo quedar en una sola, por ejemplo yo tengo en mente mi esposa que va a hacer hoy, así como mi hija y mi hijo, tengo pleno conocimiento de cada uno de la familia... Entonces de esa manera pasan los días (Simón, empresa de materiales de construcción).

Se evidencia que los hombres, por lo menos en su discurso denotan tener el control, no sólo sobre sus actividades sino sobre las que realizan cada uno de sus familiares y trabajadores.

4.1.4. La Sucesión de las empresas y el relevo generacional. Tal como lo afirman Macías y Ramírez (2011), la sucesión de la empresa, representa un evento de mucha tensión entre la familia, en muchas ocasiones porque la compañía no está preparada para esta situación y porque cuando son varios hijos, puede haber desacuerdo entre ellos ante la decisión del padre, de la madre o de los dos, frente a quién debe tomar la dirección de la misma. Cuando en la empresa hay presencia de familia extendida, la situación es peor, tal como lo afirman Quejada y Ávila (2016) debido a los conflictos internos.

“Aquí todo el mundo se tomó la confianza de hacer lo que quiere, gracias a Dios yo aún estoy aquí, hasta para los hijos y todo, pero mi hija es la encargada, la que está pendiente aquí, ella le ha entregado su vida a esto, algo material que ha recogido para ella, pero entonces aquí nadie respeta ni entiende que el negocio es de ella, porque ya lo he delegado para ella, eso es uno de los problemas” (Olga, empresa de alimentos).

Para la mayoría de los emprendedores-empresarios su sueño es poder trascender en el tiempo con su empresa y que sus hijos y sus nietos en el futuro puedan continuar con esos anhelos.

“Me gustaría que trascendiera porque veo a mis hijos proyectarse, entonces el anhelo de uno y más en este tiempo que es tan difícil conseguir empleo y que se logran contratos a un año y estar cambiando me parece muy complicado. El hecho de ellos continuar una empresa eso les ayuda a sostenerse en el tiempo y ser ejemplo para su siguiente generación. Entonces no solamente pensar aquí lo nuestro lo que vamos a hacer y ya, sino proyectarse para hacer las cosas de la mejor manera y poder trascender en el tiempo” (Paulina, empresa de alimentos).

Las mujeres tienen más tendencia a pensar en el futuro, tal como lo expresa Paulina y como lo dice Camila.

“Al día de hoy con mi esposo tenemos claro que esta empresa es el futuro de nuestros hijos y nietos y demás generaciones, han sido muchos sacrificios que se han hecho y....” (Camila, empresa de servicios).

Rosalba tiene una opinión muy parecida.

“Para el futuro me gustaría que mis hijas continúen manejando la empresa y poderles dejar algo grande y de la mano de Dios verlas ahí y que ganen su buena plata y se sientan bien y que sea todo exitoso” (Rosalba, empresa de chocolatería artesanal).

Entre tanto, los hombres no hablan mucho del tema, se observan más cortoplacistas en cuanto al deseo de continuidad de la empresa, es decir que se interesan más en lo que está ocurriendo en el ahora, que en lo que puede pasar en el futuro. Lo anterior, se observó

en las entrevistas, pues en las que se hicieron a los hombres en ningún momento comentan algo sobre el futuro de la empresa o sobre el deseo de que sus hijos puedan continuar con el negocio.

También hay familias que llevan tanto tiempo trabajando juntos, que para ellos es más fácil continuar su labor sin preocuparse si haya alguien que ejerza autoridad, sino que siguen trabajando cada uno en un cargo que se le facilite y le guste, tal como lo comenta Laura:

“Lo que pasa es que nosotros no nos enfocamos tanto en quién ejerce el liderazgo, sino que miramos las capacidades de cada uno, o sea que le gusta hacer y lo hace bien simplemente es así, por ejemplo hay algunos que la parte administrativa no es lo de ellos, pero les gusta estar pendiente de la producción y lo hacen bien entonces como que cada quien se enfocó en su fuerte y eso es como que lo que ha llevado a mantenernos, sostenernos y seguir adelante. Y la otra es también por la falta de oportunidades laborales, entonces nosotros generamos nuestro propio empleo y damos empleo a más personas” (Laura, empresa de materiales de construcción).

4.1.5. Discusión sobre la dimensión familia. Se observa un salto generacional en la categoría familia, analizada para los hombres y para las mujeres. Los varones con más edad y con más tiempo en sus empresas evidencian más control sobre la misma y sobre las labores de sus familiares y otros empleados, con una autoridad firme sobre todas las tareas a realizar. En contraposición las mujeres demuestran debilidad pues se quejan de mayor soledad, denotan mayor sacrificio y además se observan con menor autoridad para mandar sobre sus familiares y demás subalternos. No se debe olvidar que en el municipio de Sogamoso, así como en otros de la región, las mujeres comenzaron a salir a trabajar

después de la década de 1980 después de una larga tradición como amas de casa, cuando sus esposos no pudieron seguir sosteniendo solos el hogar, pero sus empleos o sus negocios se orientaban hacia los oficios tradicionales como la costura, la comida, el cuidado de otros, el apoyo como auxiliares o secretarias y en general en cualquier actividad relacionada con las manualidades. Es el caso de la señora Maria Antonia, creadora de la Academia Patricia, reconocida en el municipio por su compromiso con las mujeres a quienes se les enseñó por décadas el diseño de modas y por el cual su creadora recibió en el año 2008 el Premio Cafam a la Mujer. Aunque el estigma de las mujeres en su rol exclusivo del hogar se ha reducido considerablemente, aún en la región se evoca la situación caótica de la sociedad y de los jóvenes debido a que las mujeres salieron a trabajar y dejaron de lado sus obligaciones, como lo son la crianza de los hijos.

En el caso de los empresarios más jóvenes por tener empresas de pocos años hablan del liderazgo de forma más natural y hablan del futuro, las mujeres comentan situaciones de sus hijos pero no enfatizan tanto en el tema del cuidado pues han encontrado soluciones para esas tareas y además afirman que sus parejas tienen una mayor apropiación sobre sus obligaciones en el hogar, lo que es confirmado por los emprendedores-empresarios varones quienes expresan en sus respuestas algunas de las tareas que realizan como cocinar, hacer aseo y principalmente sobre el cuidado de los hijos.

En cuanto al tema de la continuidad de la empresa, los hombres se muestran más cortoplacistas pues piensan en que a la empresa le vaya bien pero no hablan del futuro ni del deseo de que sus hijos y nietos puedan continuar con su legado. Mientras tanto, las mujeres sí son enfáticas en ese anhelo y ven en el futuro a hijos y nietos recogiendo los frutos de sus esfuerzos.

Frente al apoyo de la familia a los emprendedores-empresarios, se observa una mayor vulnerabilidad en las mujeres (con más edad) quienes expresan soledad, una sobrecarga de trabajo en los dos roles y se lamentan por aquello que no pudieron hacer por sus hijos (no piensan en ellas) y que no lograron por la falta de apoyo de su pareja o de sus familiares. En cambio los hombres que comentaron sobre no tener mucho acompañamiento de la familia, tratan a través de su discurso de no mostrar una mayor debilidad, sin embargo durante la entrevista expresan de diferentes formas un vacío al respecto. Lo anterior permite comprender que aunque para mujeres y hombres sea difícil emprender sin el apoyo de la familia, para las mujeres es aún más complejo porque no pueden abandonar sus obligaciones en el hogar. Desafortunadamente, en el municipio de Sogamoso aún se percibe al hombre como proveedor y cuando no se cumple, hay una presión social desde la familia y la comunidad, quienes siguen aceptando que las mujeres se dediquen al hogar pero no aceptan que sea al contrario o que los hombres perciban menos ingresos que ellas.

Desde lo teórico se recalca que debido a que el modelo patriarcal de la sociedad ha sesgado a las mujeres en su papel de cuidadoras, la mayoría de los estudios académicos han puesto su atención en la conciliación de la vida laboral y familiar de las mujeres, sin embargo, en los últimos años, los diversos cambios han llevado a que los hombres poco a poco se apropien de su rol como padres y cuidadores y quieran permanecer más tiempo en el hogar para ejercer sus responsabilidades cuidando los niños y realizando las tareas del hogar (Ladge, Huberd, Baskerville y Harrington, 2015; Nuño, 2005), además se deja claro que los hombres también pueden experimentar presiones en el trabajo y en el hogar,

por tanto se observa la necesidad de seguir avanzando en el tema para comprender cómo la paternidad afecta a los individuos en el lugar de trabajo.

4.2. Los Procesos de Emprendimiento

En esta dimensión se analizan las expectativas de las personas frente al fenómeno de emprender, para ellos se hicieron diversas preguntas como: Dígame para usted qué es ser emprendedor/a?, Cuénteme cómo llegó a ser emprendedor/a, Cree que hay alguna diferencia en el emprendimiento realizado por un hombre y el realizado por una mujer?. Con las respuestas y su contraste con la teoría postestructural feminista, se hace un análisis de lo que significa el emprendimiento, visto desde lo subjetivo a través del análisis del discurso, para el caso específico de los emprendedores-empresarios del municipio de Sogamoso, Colombia.

4.2.1. La formación para el emprendimiento. El debate en torno al impulso del emprendimiento, ha generado la realización de múltiples acciones encaminadas sobre todo en la formación de las personas para provocar la iniciativa empresarial, sin embargo se ha caído en un encasillamiento de creer y hacer creer a otros que el emprendimiento se reduce sólo a la formulación de un plan de negocio (Orrego, 2014), sin tener en cuenta aspectos relativos a las subjetividades de cada individuo. De esta forma se observa que las instituciones de educación superior privilegian la orientación hacia el mercado, olvidando el propósito básico de la formación de las personas, principalmente porque se enseñan formas de pensar, hablar y comportarse, y se olvida la reflexión sobre lo que significa emprender y cómo las comunidades deben estar presentes, lejos del pensamiento individualista que se termina promulgando en dicha formación (Knight, 2013).

Como ya se explicó, los emprendedores/as-empresarios/as analizados en el presente trabajo doctoral con menores tiempos de funcionamiento de sus empresas, tienen en su mayoría una carrera profesional y por tanto, de acuerdo con la orientación disciplinar de su pregrado recibieron en mayor o menor medida una formación para emprender. Sin embargo, en sus respuestas se siente un sentimiento de frustración frente a muchos temas que consideran se debieron estudiar en la universidad pero que se aprendieron a la fuerza en la práctica, aquí unos ejemplos:

“En la universidad lo preparan a uno como ingeniero para qué? Para trabajar en la EBSA?, para que vaya a trabajar en estructuras metalmecánicas de cualquier empresa del sector, en una cementera o en las petroleras y pare de contar, emprendimiento cero, y compañeros de estudio que tengan empresa en estos momentos dos o tres, muy pocos” (Jorge, empresa metalmecánica).

“Si a ti te forman desde la universidad para ser empresario, entonces de pronto tú tendrías una base más fundamentada y arrancarías con más fuerza tu proyecto, pero es que si lo miramos en la parte de la academia es sola academia, y uno sale con la mentalidad de que solamente puede ser empleado y hacer unas funciones y ya, digamos que lo que se admira de un emprendedor es el de ser soñador, creerse capaz de que lo puede hacer, pero que ojalá hubiera apoyo para desarrollarlo y ese apoyo no tanto en lo económico, sino también en formalizar su estructura y mirar que antes de hacer emprendimiento, hay que mirar si va a ser acertado es decir hay que darle herramientas para evaluar lo que va a hacer, con eso no hay tanta perdida de dinero en ensayos” (Yaneth, Empresa de ingeniería).

La opinión de Jorge concuerda con la de Yaneth, los dos como ingenieros expresan que en su carrera no hubo formación para emprender, lo que plantea una enorme pérdida, debido a que en estas disciplinas existen grandes oportunidades para la innovación y creación de nuevos productos, sin embargo los egresados quedan cortos en sus conocimientos a la hora de pensar en tener su propia empresa. La formación en general se encamina en ser empleados (en el plan de estudios de su carrera no hay asignaturas enfocadas al emprendimiento). Por otro lado, en el caso de Yaneth la situación pudo haber sido peor para ella, ya que al ser una carrera tan masculinizada se corre el riesgo de recibir discriminación desde el lenguaje usado por sus profesores (en su mayoría hombres para el caso de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia), así como en las prácticas en laboratorios y en general, en la mirada de la sociedad que de hecho percibe a las mujeres ingenieras con una dificultad adicional a la hora de ejercer su carrera, este punto lo confirma Fabián cuando explica que su esposa es ingeniera industrial y que el papel de ella en la empresa es más administrativo y sólo hace parte de la producción cuando él no se encuentra en la ciudad.

“...pienso que todo lleva un sacrificio y otra de las claves que hay que tomar es, tomar decisiones, si tú ves que eres capaz hay que hacerlo y si no pues lo mejor es no tomarlo, el medio si es muy duro, es complicado pero directamente discriminación no, y le doy gracias a Dios porque sería para mí un golpe durísimo”
(Yaneth, Empresa de ingeniería).

En opinión de Yaneth, ella no ha percibido discriminación, pero resalta que para abrirse paso en un campo tan masculinizado ha tenido que trabajar duro y prepararse muy bien para demostrar que tiene las capacidades para estar ahí, lo que concuerda con los

hallazgos de Lerner y Almor (2002), para quienes las mujeres con emprendimientos exitosos poseen recursos intangibles valiosos antes de empezar sus empresas como la experiencia y un amplio conocimiento del sector, que para el caso de Yaneth concuerda pues ella fue contratista varios años antes de decidirse a conformar su propia empresa.

Entre tanto, en carreras más enfocadas en la administración, los emprendedores/as afirman haber recibido formación para emprender, pero se quejan de que faltaron muchos aspectos que nunca se les enseñaron y que en la práctica como empresarios/as, sin duda les ha causado traumatismos, lo que es confirmado por Saldarriaga y Guzmán (2018) y por Orrego (2014) cuando afirman que uno de los problemas de las universidades es que se han dedicado a enseñar el emprendimiento desde el plan de negocios para uno o varios productos, pero desconociendo que el emprendimiento es una cultura y que en palabras de los primeros, debe enseñarse desde una metodología más que desde un modelo, generando confusión en los estudiantes y futuros profesionales.

“Pues yo creo que como uno en la universidad empieza a recibir cátedras que lo direccionan con diferentes asignaturas, por ejemplo mercadotecnia donde le piden a uno que se invente un producto y le haga todo, cómo se produce, como lo va a vender, cuántas unidades va a vender, a qué precio y como que uno empieza a apasionarse con esas cosas, y yo siempre encadené la empresa de mi papá con mis materias, siempre, entonces mis trabajos y exposiciones eran sobre la empresa, sin embargo, reconozco que siguen habiendo muchas falencias en la formación”
(Sofía, empresa de materiales de construcción).

Para el caso de los/las emprendedores/as-empresarios/as que no tuvieron una formación profesional al comienzo de sus emprendimientos, como lo fueron aquellos que

tienen empresas con más de 20 años de funcionamiento, expresan una queja debido a que su trabajo fue empírico y vivieron muchas dificultades debido al desconocimiento de aspectos tan importantes como el estudio del mercado, las formas para hacer más eficiente la producción y en general la parte administrativa, que a juicio de algunos es el aspecto de mayor debilidad y que puede hacer que una empresa fracase. Esta situación tiene su origen en la falta de acceso a la educación superior, que aunque después de la Ley 30 de 1992 amplía la cobertura a través de nuevos cupos para las carreras universitarias, en Sogamoso no es suficiente para atender el volumen de población y muchas de las carreras técnicas ofrecidas por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) no tienen el componente administrativo, sin contar con que también existía un sesgo de género que desde el comienzo impulsó a las mujeres a estudiar secretariados o auxiliares contables y a los hombres a formarse en técnicos de minas a cielo abierto o bajo tierra y mantenimientos automotriz, industrial y mecánico. Este contexto muestra una tendencia de formación para el trabajo sin ninguna orientación para el emprendimiento, confirmando la opinión de los entrevistados.

“y en el tema administrativo sí muy crudos, pero no hay capacidad para pagar, pero si claro la parte administrativa se necesita, falta mucho porque uno no sabe mucho de eso, yo averiguo y pregunto temas legales, pero si falta y mucho y todo es por falta de dinero” (Julián, microempresa de alimentos).

Otro entrevistado también comenta que ha tenido algunos fracasos y que en parte se lo atribuye a la falta de conocimientos en administración, pues se aduce que los emprendimientos comenzaban por necesidad con solo un poco de conocimiento sobre el

producto, pero no se tenían en cuenta todas las variables que influyen para la puesta en marcha y consolidación de una empresa (Warnecke, 2013).

4.2.2. La importancia del capital semilla en nuevos emprendimientos. Existe una situación que se ha hecho evidente en las respuestas de los y las participantes de esta investigación doctoral y es la gran diferencia existente cuando se ha empezado la empresa con un apoyo de capital semilla, debido a que son unos recursos económicos importantes que le pueden significar a una persona, el empezar sin deudas, mientras que quienes empiezan con recursos propios pueden haber tardado años ahorrando para lograrlo o haber adquirido deudas, poniéndolos en desventaja sobre los primeros. De otro lado, el apoyo del gobierno no solo se da en dinero sino en asesoría y fortalecimiento, lo que implica que las empresas nuevas empiezan su vida con un nivel de formalización y una estructura sólida, diferente a los emprendimientos hechos en el pasado que tenían que a prueba y error consolidar una estructura empresarial a la que se costaba llegar

“De pronto aquí en Colombia, pienso yo, que el emprendedor en años pasados arrancaba de ceros, pues entonces en el caso de nosotros iniciaba sin ningún capital, eso hace que la diferencia sea muy grande porque mientras arranca desde ceros se sabe el valor del esfuerzo y el sacrificio y se valora mucho más y lucha porque trascienda, sin embargo cuando hay un capital anterior surgen y crecen muy rápido, en menos de nada tienen empresas supremamente grandes, mientras que cuando se empieza desde abajo, el esfuerzo es mucho mayor y ya vienen las segundas y terceras generaciones para verse el resultado y el fruto del trabajo”
(Paulina, empresa de alimentos).

La opinión de algunas personas que no han recibido apoyo del gobierno pero que tienen sus empresas consolidadas se orienta a reflexionar que no es tan bueno como parece, ya que el dinero es entregado a proveedores y si no existen las condiciones, al final esas empresas van a fracasar.

“Pues la gente que está creyendo que con eso va a formar empresa, está equivocada pues es muy difícil ya que ese dinero es el que se gasta en la nómina de unas pocas personas en un año además que ese dinero no se lo dan directamente sino que se lo giran a proveedores o se lo consignan a otras empresas, para maquinaria, materiales, y eso no es productivo ni funcional para el país que a la gente le den lo del fondo de emprender, porque finalmente las empresas que tienen éxito son muy pocas, si uno analiza no es muy bueno porque las empresas terminan haciendo otra cosa diferente a lo que empezaron a hacer” (Fabián, empresa manufacturera)..

En el caso de los que recibieron capital semilla, la opinión es diferente en cuanto al comienzo de la empresa y al apoyo en el fortalecimiento de la empresa, ya que el Fondo Emprender ofrece un programa de acompañamiento para los emprendedores beneficiados, con lo cual se incrementa la probabilidad de sobrevivir por los menos los primeros años mientras completa su compromiso legal con la entidad antes de ser condonada la deuda.

En otros casos, los entrevistados a pesar de que reconocen la ayuda recibida, se quejan de la falta de un mayor acompañamiento del gobierno en el camino, pues los deja solos en temas tan complejos como el manejo del mercado:

“Pues el gobierno nacional da lo que es lo del apoyo inicial con el Fondo Emprender con capital semilla para montar la empresa, pero después dejan al emprendedor solo, no le aseguran por ejemplo mercado para el producto, es decir

que la empresa ya camine, sino lo botan a uno a la deriva, y de la parte municipal prácticamente nada, algunas veces capacitaciones a través de la cámara de comercio pero hasta ahí” (Marcos, empresa de manufactura).

No debe desconocerse la importancia de apoyar a emprendedores y empresarios con el fin de dinamizar la economía, sin embargo como ya se dijo en este trabajo, no hay una política clara que permita que los recursos lleguen a quien en verdad los necesita en cuanto a capital semilla, y a pesar de que Gómez y Mitchell (2014) muestran las diferentes maneras para acceder a recursos, en su mayoría las personas deben financiarse con métodos informales debido a que se les dificulta llegar a los mercados financieros formales, en donde las mujeres son las más perjudicadas (Mirchandani, 1999).

4.2.3. Representaciones mentales acerca del emprendimiento. Dentro de la presente investigación doctoral se consideró importante pedirle a cada uno de los emprendedores-empresarios que dibujara un gráfico de lo que para ellos es el emprendimiento. Los resultados muestran sus sueños, sus fracasos y su cotidianidad. Además, mientras dibujan hacen relatos interesantes sobre sus ideas respecto a emprender. A continuación se clasifican los resultados más repetidos por ellos.

- Camila y Julián coinciden en explicar que un emprendimiento es como una casa que poco a poco se va construyendo y que cada persona va decidiendo como la quiere, de cuántos pisos, cómo van a ser su techo, sus ventanas y sus puertas y que es necesario darle mantenimiento para que siempre esté bonita.
- Para Jorge, un emprendimiento es como una semillita que se va regando y se va cuidando, luego empieza a crecer hasta dar sus frutos.

- Laura y Ernesto cada uno por aparte, hablan de una idea de negocio y la asemejan a un signo de pregunta y luego a un bombillo que se enciende, en los dos casos también hablan de arriesgarse y la necesidad de empezar el negocio en algún momento. Marcos también habla de una idea que se debe ir innovando y renovando, la cual nunca es constante.
- Sofía y Antonio también coinciden al dibujar una línea recta que sube y que baja en zic zac. Para ellos, la línea subiendo indica que la empresa crece y tiene buenas ventas, por el contrario cuando baja significa una situación compleja en la compañía en especial en lo financiero. Además Antonio enfatiza que muchas veces se baja aún más de la posición inicial y que para ello deben tenerse colchones que se hayan guardado durante las épocas de abundancia.
- Olga, Roberto y Rosalba hablan de una montaña o un camino en ascenso, que se está escalando con mucho esfuerzo, en donde para Olga al final hay un sol que todos los días lo ilumina y que significa los logros diarios para la empresa.
- Para Yaneth en su pensamiento de ingeniera, el emprendimiento es como una rueda dentada en donde se conjugan diferentes elementos tanto internos como externos que le permiten a la empresa funcionar.

4.2.4. Diferencias en el emprendimiento de mujeres y hombres. La teoría feminista en su evolución histórica explica en su corriente liberal a hombres y mujeres como iguales, en su corriente social a hombres y mujeres diferentes y finalmente en su corriente postestructural la existencia del género como una construcción social (Harding, 1987). Los trabajos académicos en cada etapa han mostrado sesgos de género y llegado a conclusiones no concluyentes. En la corriente social feminista se encontraron estudios que

revisan diferencias de los emprendimientos de mujeres y varones pero desde lo cuantitativo, muy poco se ha buscado interpretar las opiniones de cada uno de ellos para saber si consideran que los emprendimientos de mujeres y varones son diferentes y en qué radican esas diferencias (Brush, 1992). A partir del análisis del lenguaje que considera la formación de masculinidades y feminidades que retoma la corriente postestructural feminista se revisan sus experiencias vividas y lo que piensan frente a ello.

Los resultados muestran que en el imaginario popular sigue la creencia de que los trabajos que conllevan el uso de la fuerza física deben ser exclusivos de los hombres, mientras que en habilidades y destrezas no hay diferencias. Sofía, Paulina y Simón coinciden en dicha afirmación puesto que sus empresas son de manufactura y la experiencia les demuestra que existe un mayor esfuerzo para sostener este tipo de organizaciones. Lo anterior es ratificado desde lo teórico por Suárez (2011) quien confirma que las mujeres se encuentran menos en manufactura y más en el sector servicios y con resultados económicos inferiores. Otros de los entrevistados como Julián y Roberto, explican que no consideran que haya una diferencia entre los emprendimientos, pero si resaltan el doble rol de las mujeres para adelantar un emprendimiento.

“Pues yo creo que no hay, lo que pasa es que haber... no, yo no creo, yo conozco algunas mujeres emprendedoras que les va muy bien pero yo no creo que haya diferencia, de pronto por el tiempo, porque una mujer siempre está más pendiente de más cosas que uno como hombre. Mi esposa está pendiente de la casa, de nuestro hijo, pendiente de mis suegros, entonces de pronto por el tiempo, le queda menos tiempo digo yo, pero no, no veo diferencia sea hombre o mujer” (Julián, microempresa de alimentos).

En su relato Julián titubea para explicar que no ve diferencias, sin embargo se contradice cuando acepta que en efecto las mujeres tienen una mayor carga, por los múltiples roles que debe atender su esposa quien se encarga del área de producción de su empresa. Entre tanto Roberto, también afirma la existencia de una mayor dificultad para las mujeres y resalta la valentía de ellas, frase recurrente que se ha convertido en parte del argot popular como una manera de perpetuar la dominación hacia las mujeres y al mismo tiempo de desconocer su función como padres y esposos en las labores del hogar.

“Pues de todos modos yo pienso que la mujer está más ligada a la familia, yo creo que para la mujer no existe la palabra cansancio, así llegue cansada pero tiene que ver a sus hijos, a su esposo, ver de su hogar, son tantas cosas que yo digo que sí es más difícil para ellas, hay veces, hay muchos hombres que son más machistas y que no les permiten y les ponen trabas para que ellas salgan a trabajar (Roberto, empresa de metalmecánica).”

En otra entrevista realizada a Rosalba, se ve que ella es enfática en afirmar que no hay diferencias en los emprendimientos de mujeres y hombres, pero en toda la conversación se observa la existencia de una mayor vulnerabilidad como mujer.

“No, no, no hay diferencia, he visto casos de hombres emprendedores muy admirables, pues ellos realizan muchas cosas y es muy admirable tanto en hombres como mujeres y no veo barreras que limiten los emprendimientos de las mujeres” (Rosalba, empresa de chocolatería artesanal).

De manera generalizada las respuestas de hombres y mujeres se orientan en afirmar que no existen diferencias en los emprendimientos, aunque la mayoría de ellos después de dar su respuesta, exaltaron el papel complejo de la mujer para atender el hogar (hijos,

esposo, tareas domésticas) y para atender sus obligaciones en la empresa. Estos resultados muestran que a pesar de que el discurso va por un lado, la realidad va por otro y que dentro del hogar siguen existiendo asimetrías de poder que ratifican el dominio patriarcal de los esposos y perpetúan en las mujeres un pensamiento de subordinación frente a la forma como construyen su realidad, tal como lo afirma Trimiño (2013).

4.2.5. Motivaciones para emprender. Mucho se ha debatido sobre el tema de si las personas comienzan su emprendimiento por oportunidad o por necesidad, el Monitor Global de Emprendimiento (GEM) viene realizando hace algunos años un estudio a nivel mundial para hacer un aproximado de esos porcentajes. Entre los principales hallazgos se destaca que las mujeres en todos los años afirman que sus emprendimientos son más por necesidad, mientras que para los hombres su mayor motivación es por oportunidad. Para Colombia, los niveles de emprendimiento por oportunidad de los hombres duplica la de mujeres, demostrando una de las mayores desigualdades de América Latina: En el apéndice C se explican de forma más detallada los resultados de diferentes estudios que miden la disparidad de género en el emprendimiento. Los reportes entregados por el GEM tienen la particularidad que son análisis cuantitativos en donde los encuestados responden específicamente si su emprendimiento comenzó por oportunidad o por necesidad. Mientras tanto, en el presente trabajo de investigación no se les preguntó explícitamente cómo fue su comienzo, sin embargo en el transcurso de la entrevista se logra interpretar las razones que los llevaron a empezar su negocio. En la tabla 12 se muestran los resultados de algunos entrevistados sobre sus motivaciones.

Tabla 12

Razones para emprender

Entrevistado	Respuesta
Marcos	“Pues lo que nosotros hemos notado es que el gobierno da apoyos de capital semilla para formar empresa, entonces hay oportunidades...”
Julián	“Mi suegro viajó a México, él es ingeniero forestal y una familia que visitó le regaló semillas de jalapeño, entonces él las trajo y las sembró en la finca de mi cuñada. Luego mi esposa pensó que lo podíamos procesar y así empezamos, ofreciendo el producto a la familia y a los amigos...”
Yaneth	“...nosotros empezamos como contratistas y luego nos abrimos hacia el espacio de hacer empresa y darle más trabajo a otras personas. Vimos que eso funcionaba y que teníamos tiempo para asuntos personales...”
Rosalba	“Hubo necesidad de ver qué iba a hacer después de que me encontraba desempleada y eso también influyó mucho”.
Paulina	“Antes de casarnos mi esposo invirtió su dinero para hacer y vender góndolas porque su anhelo era irse a estudiar a la universidad en Tunja. Después nosotros continuamos el negocio de forma muy casera y haciendo las cosas de la mejor manera, pues de ahí derivábamos nuestro sustento.”
Roberto	“Yo inicié con el apoyo de mi papá, él me vio estancado donde yo estaba y me dijo “retírese y armemos algo”, entonces empezamos a buscar, a abrir puertas, empezamos de cero, con un torno a crédito...”

Fuente: Elaboración propia

Muchos de los entrevistados de alguna manera esperan demostrarle al investigador que su comienzo fue por oportunidad y aunque algunos de ellos hayan recibido capital semilla, el hecho de aplicar al apoyo del gobierno tenía una razón de necesidad, ya fuera por estar desempleado o porque estaba inconforme con su empleo. En otros casos, en especial para las mujeres, también se debe a que la idea de negocio que empezaron, no competía con su labor como madres o amas de casa pero si se tenía la intención de lograr algún ingreso adicional para el hogar. Esta conclusión se respalda con los planteamientos

de Warnecke (2013) al explicar que las personas que comienzan por oportunidad tienen unas características claras como son empleos bien remunerados, una formación académica sólida, con experiencia previa y con red de contactos. Lo que da a entender que ninguno de los entrevistados en este estudio cumpliría con haber empezado su empresa por oportunidad, más bien todos ellos por necesidad. Estos últimos, por el contrario, no tienen experiencia previa gerencial, pocas o ninguna red de contactos y aunque sus esfuerzos ayudan en el sustento de sus familias, no les es posible tener un crecimiento rápido en donde se aprovechen todas sus capacidades (Warnecke, 2013).

4.2.6. Discusión sobre la dimensión procesos de emprendimiento. En la mayoría de personas se observa el deseo de independencia y manejo de su tiempo. Los emprendedores/as de mayor cantidad de años con sus empresas llegaron empíricamente a serlo, sin una formación como tal, entre tanto los más jóvenes que tienen una carrera universitaria, tienen en su discurso, más apropiado el término emprendimiento, sobre todo desde lo que implica la “idea de negocio” desde su idea inicial hasta su creación y sostenimiento. Ahí se observa un importante cambio generacional debido a que emprender se ha vuelto parte de nuestro vocabulario y diario vivir, mientras que los emprendedores con más años evocan las oportunidades que no tuvieron y cómo crecieron desde el ensayo y error. La parte administrativa también se considera como algo que no tuvieron y comparan lo que se hace hoy con las empresas que reciben apoyos de capital semilla, que desde el principio nacen con todos sus aspectos tanto legales como organizacionales bien estructurados.

Es importante resaltar que Sogamoso tiene una vocación minera (carbón y caliza) y que en su mayoría los empleos que históricamente ha generado se enfocan en la industria

metalmecánica, del acero, industrias cementeras e industrias mineras, las cuales son consideradas de hombres, no solo por las condiciones laborales y ambientales, sino que por el uso de la fuerza, prefiriendo por tanto a los varones para esos oficios. Ese imaginario se ratifica en las señales que se envían a la sociedad cuando la formación en esos campos se orienta a hombres y las pocas mujeres que son aceptadas para estudiar estas carreras deben aguantar discursos dentro del aula y afuera en el ámbito laboral, que las relega en sus propósitos. Es así que cuando las mujeres se vieron en necesidad de salir a trabajar o de emprender pequeñas ideas de negocio, lo hicieron en labores que no competían con lo que la sociedad les había impuesto, dejando el liderazgo político y económico en manos de los hombres. Esto se puede ratificar porque a lo largo de la historia en la ciudad nunca ha habido una alcaldesa y en los cargos públicos de dirección, las cuotas de mujeres siguen siendo bajas.

Se recalca la importancia del liderazgo dentro del municipio para las mujeres, desde los colegios y las universidades se deben propiciar espacios libres de discriminación que los formen en emprendimiento sin distinciones de género y se espera que colegios y universidades cumplan con este propósito desde la exaltación de las cualidades más que desde el énfasis en las debilidades.

4.3. El Apoyo del Gobierno para Emprender en Colombia

La medición de esta dimensión tiene un carácter fundamental para este trabajo doctoral desde el análisis de la estructura estatal en cuanto al apoyo del emprendimiento, ya que se estima que el emprendimiento se da de acuerdo con unas condiciones contextuales que le facilitan o que inhiben a las personas al comenzar una idea de negocio. En Colombia las políticas públicas que fomentan el emprendimiento se reflejan como

carentes de un sentido práctico que se acerquen a la realidad del país, ya que además de no ofrecer un alivio tributario a los nuevos empresarios, tampoco ayuda en el fortalecimiento del tejido empresarial. Para el caso de los emprendedores que buscan capital semilla, la entidad más conocida es el Fondo Emprender del Sena, pero los recursos son tan bajos en todo el país, que resulta imposible atender los requerimientos de las regiones.

Para este apartado se retoman las respuestas a los interrogantes formulados en la entrevista a emprendedores-empresarios sobre la dimensión gobierno mostradas en la tabla 12, también se analizan las respuestas dadas por el director del Fondo Emprender del Sena en Boyacá, se revisan estadísticas sobre emprendimiento en Colombia y por último se analiza contenido de las noticias de un periódico local y algunos periódicos nacionales sobre emprendimiento y género.

4.3.1. Situación del emprendimiento en Colombia. Para el caso de Colombia, el reporte del GEM publicado en 2014, analiza la dinámica empresarial de los colombianos y sus posibilidades para comenzar negocios, en el caso especial de las mujeres se resaltan algunos resultados: el apoyo hacia la mujer para que pueda continuar su vida laboral después de haber formado una familia es de solo 2,79 en una escala de 1 a 5, el acceso de oportunidades para crear empresa de las mujeres fue calificado con 3,14 y el fomento del autoempleo de la mujer es de 3,28 lo que demuestra alta desigualdad entre los dos géneros. Por otro lado, el TEA (Tasa de Actividad Emprendedora) en el 2013 de los hombres se calculó en 30,5% mientras que el de la mujer fue del 17,3% con una razón hombre/mujer de 1,76 que indica que por cada emprendimiento de la mujer el hombre realiza 1,76 emprendimientos. En cuanto a los empresarios establecidos se tiene para los hombres un

valor del 7,9% y para las mujeres del 3,9% indicando que por una mujer empresaria hay dos varones con empresas ya establecidas, adicionalmente se observa que en los últimos cuatro años la brecha de disparidad de género se ha incrementado pasando de 1.23 en (2010) a 1.76 (2013), y sigue siendo una de las más altas de la región. En lo que hace referencia al cruce de variables entre género y edad la mayor disparidad se encuentra entre los adultos jóvenes de un rango de 25 a 34 años con un índice de 1,95 y en el grupo entre 55 y 64 años con un indicador de 2,08 (Global Entrepreneurship Monitor Colombia, 2014). En la figura 11 se muestra el índice de disparidad de género de acuerdo con los grupos de edad.

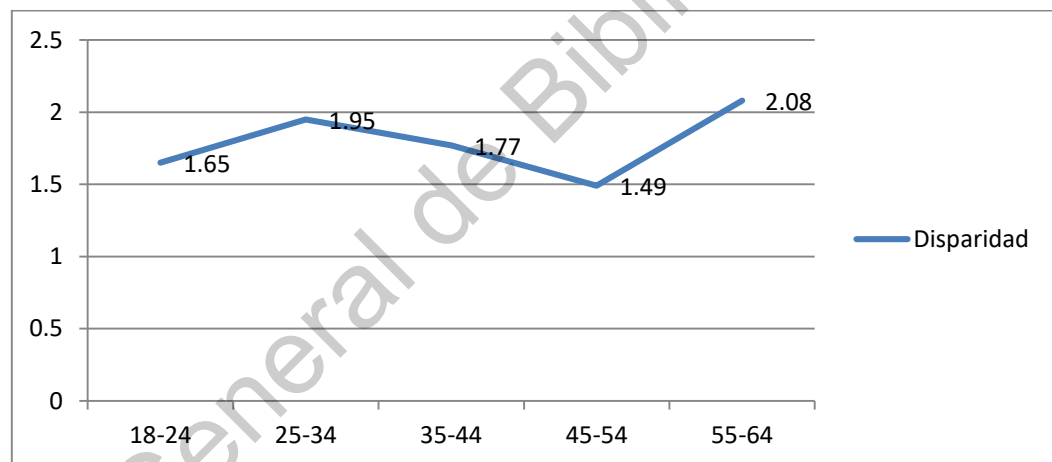


Figura 11. Disparidad de género de acuerdo con los grupos de edad en Colombia.

Fuente: GEM (2014)

Dadas las condiciones anteriores se podría suponer que existe inequidad de género en lo referente a los niveles de emprendimiento de las mujeres. Lo que se demuestra en las tasas de actividad emprendedora analizadas por el GEM para Colombia y en general para América Latina, observándose que la relación entre los emprendimientos de los hombres y de las mujeres es mayor en Colombia que en el promedio de la región y que según los autores de este reporte para el 2012, se explica debido a la escasez de oportunidades para

las personas en el acceso a un empleo formal en países con menores niveles de desarrollo (Castiblanco, 2013).

Otras entidades en Colombia han realizado algunos estudios para comprender de mejor forma el fenómeno, es el caso de la Alta consejería presidencial para la equidad de la mujer (2012), quien a partir de un diagnóstico en donde revisa algunos indicadores, observa que del total de hogares del país para ese año, el 32% tienen jefatura femenina, de los cuales el 85,8% son de la zona urbana y el 14,2% rural, así mismo el 76% de esas cabezas de hogar no tienen esposo, son divorciadas o viudas. En Colombia, el 51,6% de las personas pobres son mujeres, de las cuales el 69,4% habita en zonas urbanas y el 30,6% en zonas rurales. En cuanto al trabajo por edades, se observa que las mujeres en los diferentes estratos socioeconómicos dedican una buena parte de su tiempo a la realización de labores de la casa, al cuidado de niños y adultos mayores. E la medida que se incrementa el nivel socioeconómico, estas mujeres hacen menos labores de la casa, pero tienen a su cargo ancianos, y otras mujeres más jóvenes les ayudan con estas labores, pero con alguna remuneración. En contraste, con los hombres adultos mayores, las mujeres dedican el 80% del total de su tiempo a labores del hogar mientras solo el 47% de los hombres lo hacen, dedicando más tiempo al ocio. También se observa una feminización de la pobreza,

“Las mujeres que viven en la pobreza a menudo se ven privadas del acceso a recursos de importancia crítica, como los préstamos, la tierra y la herencia. No se recompensa ni se reconoce su trabajo. Sus necesidades en materia de atención de la salud y nutrición no son prioritarias, carecen de acceso adecuado a la educación y a los servicios de apoyo, y su participación en la adopción de decisiones en el hogar y en

la comunidad es mínima. Atrapada en el ciclo de la pobreza, la mujer carece de acceso a los recursos y los servicios para cambiar su situación” (Alta consejería presidencial para la equidad de la mujer, 2012).

En el informe del World Economic Forum (2017) se afirma que Colombia por fin logra cerrar la brecha en salud y supervivencia y muestra un aumento de mujeres en cargos ministeriales, pero una caída en la percepción de las diferencias salariales entre mujeres y varones en cargos iguales. En este informe Colombia ocupa el puesto 36 entre 144 países medidos, con una puntuación total de 0,731 de 0 a 1, lo que demuestra la falta de mayores esfuerzos para el cierre de brechas sobre todo en las dimensiones económica y política.

En cuanto a los resultados de Sogamoso, se observa la inexistencia de estudios que confirmen los niveles de emprendimiento en el municipio, tampoco se encuentra mayor información sobre los rasgos socio-culturales de sus habitantes, que pueda dar paso a análisis cualitativos más completos. Se conocen sólo informes institucionales del gobierno local que no enfatizan en el tejido empresarial ni en las características del mismo, lo que deja abiertas muchas oportunidades para estudios futuros. Desafortunadamente este desconocimiento de la región impide la creación de nuevos negocios con vocación regional.

Normatividad sobre el emprendimiento en Colombia. Colombia ha venido creciendo en el apoyo al emprendimiento. En la siguiente tabla se muestran algunas de las disposiciones en normatividad que en los últimos años se han dictado en el país para el apoyo a la actividad emprendedora.

Tabla 13

Normas que regulan el emprendimiento en Colombia

Norma	Descripción breve de la norma
Ley 79 de 1988	Establece el marco normativo general del sector cooperativo: características, constitución, etc.
Ley 590 de 2000	Introduce el término PyME como tal. Señala los parámetros y características requeridos para clasificar las empresas en micro, pequeñas o medianas de acuerdo con el número de empleados y activos totales. De igual forma busca fortalecer este sector incentivando el surgimiento y sostenimiento través de instrumentos de apoyo.
Ley 905 de 2004	Modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y dicta otras disposiciones como la de otorgar beneficios fiscales en materia de impuestos territoriales con el fin de estimular la creación y subsistencia de las PyMEs
Ley 1014 de 2006	Llamada Ley de fomento a la cultura del emprendimiento.
Leyes de reformas tributarias (863 de 2003, 1111 de 2006)	Contemplan incentivos fiscales para las PyMEs: acceso a contratos de arrendamiento financiero, bajo la modalidad de leasing operativo.
Decreto 1780 de 2003 y 734 de 2004	Crea el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las MiPyMEs.
Decreto 4233 de 2004	Otorga el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las MiPyMEs en el 2004.

Fuente: Giraldo, Bedoya y Vargas (2009)

Tabla 13

Disposiciones normativas que regulan la actividad emprendedora en Colombia (Continuación)

Norma	Descripción breve de la norma
Decreto 4484 de 2005	Otorga el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las MiPyMEs en el 2005.
Resolución 1021 de 2004	Establece el Comité Técnico para el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las MiPyMEs
Decreto 4375 de 2008	Otorga el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las MiPyMEs en el 2008.

Fuente: Giraldo, Bedoya y Vargas (2009)

Otros adelantos a la normatividad del emprendimiento en Colombia son: para la Ley 1014 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento “la educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo” (Ley 1014, p. 1).

La Alta Consejería para la equidad de la mujer (2012) manifiesta en los lineamientos de la política pública, que existe en el país una desigualdad para cumplir los derechos de las mujeres, sobretudo quienes enfrentan condiciones de vulnerabilidad o también quienes son discriminadas, generando daños por razón de estas disparidades. Es así que el Gobierno Nacional busca regular a partir de acciones que ayuden al avance para superar dicha discriminación garantizando el ejercicio de los derechos de las mujeres, y así poder generar beneficios para la población colombiana que redunden en una sociedad más equitativa, incluyente, próspera, democrática y en paz.

A través del Artículo 40 de la Ley 789 del 27 de Diciembre de 2002, el gobierno nacional crea el Fondo Emprender, el cual es un fondo de capital semilla que tiene como objetivo principal financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales. Su propósito es el de ofrecer un monto de capital semilla para ciudadanos que cumplan unas condiciones y se les brinda toda la asesoría y acompañamiento para que puedan acceder a los recursos y consolidar una empresa sostenible.

Gómez y Mitchell (2014) en su estudio muestran las entidades que fomentan el emprendimiento en Colombia como son las incubadoras, que apoyan la creación y la consolidación de empresas de base tecnológica a partir de la innovación; por ejemplo las cámaras de comercio prestan asesoría en la creación de empresa; en las universidades se busca asesorar y brindar capacitación para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, en temas jurídicos, mercados y demás, otras entidades como Finamerica, Banco Caja Social y el fondo nacional de garantías facilitan el acceso a las operaciones activas de crédito; el instituto de fomento industrial da asesoría para acceder a créditos de acuerdo con las necesidades de los emprendedores y empresarios; Finagro otorga asesoría para la formulación e implementación de proyectos dirigidos para el fortalecimiento y crecimiento del sector agropecuario; el Ministerio de comercio de industria y Turismo que orienta y capacita a los microempresarios y empresarios de las pymes en desarrollo de la cultura empresarial y exportadora, de igual forma existen otros medios de apoyo al emprendimiento en las diferentes regiones de Colombia.

Normatividad para la equidad de género. Colombia también ha avanzado en la normatividad para la igualdad de género, en la tabla 14 se muestra una lista de lo logrado en los últimos años a este respecto.

Tabla 14

Normatividad para Colombia

Listado de normas para la igualdad de género	
Artículo 13 Constitución Política de Colombia	Derecho a la igualdad
Artículo 10 Código Sustantivo del Trabajo	Igualdad de los trabajadores y trabajadoras
Convenio 100 de la OIT	Convenio relativo a la igualdad de remuneración entre la mano de obra masculina y la mano de obra femenina por un trabajo de igual valor (Entrada en vigor: 23 mayo 1953)
Convenio 111 de la OIT	Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación)” Convenio relativo a la discriminación en materia de empleo y ocupación (Entrada en vigor: 15 junio 1960)
Ley 1413 de 2010	Por medio de la cual se regula la inclusión de la economía del cuidado en el Sistema de Cuentas Nacionales con el objetivo de medir la contribución de la mujer al desarrollo económico y social del país
Ley 1753 de 2015	Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país” – Artículo 129. Evaluación de la política pública nacional de equidad de género para las mujeres y de la política pública para la prevención de riesgos, la protección y garantía de los derechos de las mujeres víctimas del conflicto armado.

Fuente: Elaboración propia a partir de la normatividad vigente

Tabla 14

Normatividad para Colombia (Continuación)

Listado de normas para la igualdad de género	
Ley 1257 de 2008	Por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la Ley 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones.
Decreto 4463 de 2011	Por medio del cual se reglamenta parcialmente la Ley 1257 de 2008
Decreto 2733 de 2012	Por medio del cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 1257 de 2008
Ley 1496 de 2011	Por medio de la cual se garantiza la igualdad salarial y de retribución laboral entre mujeres y hombres, se establecen mecanismos para erradicar cualquier forma de discriminación y se dictan otras disposiciones
Ley 1482 de 2011	Por medio de la cual se modifica el Código Penal y se establecen otras disposiciones
Conpes 161 de 2013	Política Pública Nacional de equidad de género para las mujeres y del Plan integral para garantizar una vida libre de violencias.

Fuente: Elaboración propia a partir de la normatividad vigente

En el año 2013 para Colombia se lanza política pública “equidad de género para las mujeres” cuyo propósito es reducir la inequidad, desigualdad, el patriarcalismo cultural y la violencia contra la mujer, sin embargo no realiza una clasificación en mujeres rurales (campesinas, indígenas y afrodescendientes) y urbanas, ni tampoco hace énfasis en las brechas de edades y diferencias sociales existentes, lo que de hecho muestra vacíos estructurales en la misma. Además se precisa la existencia de unas tendencias a nivel internacional en el esfuerzo para lograr esa equidad, como son: “el género en el desarrollo” y “la economía del cuidado” (Marín, 2013). Se hace énfasis también en la falta de un equilibrio entre los grupos rurales y urbanos, cuyas diferencias también deberían tenerse

en cuenta dentro de la política con miras al desarrollo socioeconómico, ya que las mujeres rurales se encuentran sometidas a tres tipos de discriminación: el hecho de vivir en la ruralidad, el hecho de ser mujeres, y la violencia tanto intrafamiliar como del conflicto armado, llevándolas a mayores desventajas, tal como lo afirma el PNUD (2011), el cual también encuentra que los papeles que tradicionalmente les han sido asignados dentro del hogar retroalimentan la discriminación y limitan su participación política y sus posibilidades de organización dentro y fuera del hogar. En general, las reflexiones hechas por Marín (2013) deja abierto el debate de siempre, la existencias de políticas públicas interesantes en el papel pero con pocas opciones de ser llevadas a la práctica.

4.3.2. Apoyo del capital semilla a emprendedores de Sogamoso. En el municipio de Sogamoso desde el año 2005 hasta el primer semestre del 2018 se han apoyado 46 planes de negocio, de los cuales el porcentaje de los hombres es ligeramente mayor al promedio en Boyacá, es decir un 63% son hombres y un 37% mujeres. El total del dinero que se ha quedado en este municipio es de 3.742 millones de pesos y principalmente las empresas se ubican en los sectores de manufactura (15 hombres y 9 mujeres), actividades agrícolas (tres hombres y una mujer) y empresas de servicios (11 hombres y 7 mujeres). De los 16 entrevistados en este trabajo cinco de ellos recibieron capital semilla, dos en los comienzos de su empresa y tres en algún punto de su trayectoria.

En entrevista realizada al director del Fondo Emprender en Boyacá, el funcionario comenta que ha habido un mayor apoyo para mujeres que para hombres debido a que favorece a mujeres cabeza de familia, pero las cifras anteriores muestran que no es cierta tal afirmación, mostrando que tal vez existe en el entendido popular que hay un mayor apoyo hacia las mujeres pero en la práctica eso no se cumple.

“...pero creo que en este momento sin tener las estadísticas a la mano, creo que en un alto porcentaje supera a los hombres en que las mujeres han sido beneficiadas por los recursos de capital semilla del Fondo Emprender” (Director del Fondo Emprender para Boyacá).

Por otro lado, en la entrevista también se habla sobre la escasez de recursos asignados desde el gobierno nacional para Boyacá, pues según las estadísticas del total de proyectos que en cada convocatoria son viabilizados, sólo entre el 20 y 30% recibe los recursos y el restante debe quedarse esperando para presentarse en otras convocatorias.

Para quienes han recibido recursos de capital semilla la opinión hacia el gobierno suele ser favorable desde ese aspecto, aunque en su lenguaje denotan que esa es una responsabilidad del gobierno por los impuestos que pagan por todos los ciudadanos, afirmando que el dinero que el Fondo Emprender les dio como capital semilla sale de sus mismos impuestos.

Para otros como Laura, el capital semilla significó una forma de industrializar su empresa y de no seguir manejándola como se había hecho durante varias generaciones.

“...nuestra actividad la conocemos de mis abuelos y ellos de sus abuelos, eso es una tradición. Se aprendió el arte de forma rústica, de manera que mis hermanos y yo la aprendimos de nuestros padres y no quisimos seguir manejándola de esa forma, sino industrializarla, ahí nació la idea de poder solicitar recursos al Fondo Emprender” (Laura, empresa de materiales de construcción).

Según Fracica, Matíz, Hernández, y Mogollón (2011) , el apoyo con capital semilla se convierte en fundamental en el momento de aumentar la tasa de generación de nuevas empresas así como de mejorar sus posibilidades de sostenibilidad en el tiempo, ya que

para Colombia relativamente es fácil crear nuevas empresas pero es más complejo hacerlas crecer, principalmente porque las personas conocen el oficio pero les falta más preparación gerencial lo que les impide competir de forma más eficiente.

4.3.3. La Percepción de los emprendedores-empresarios sobre el gobierno nacional. Existe una convergencia en la opinión de todos los entrevistados en cuanto a la carga impositiva de Colombia, muchos afirman que el gobierno no tiene políticas serias de impulso a la industria y que por el contrario trata de exprimir a los empresarios con duros impuestos. Sus anhelos están orientados a que se generen alivios para poder garantizar el crecimiento a sus empresas en todos los niveles.

“...yo digo que desafortunadamente cuando la empresa se fundó no habían políticas que apoyaran al emprendedor y sí, lo único que han venido aumentando son los impuestos, ósea cada vez es mayor el control, no podemos vender 100 pesos sin a ellos devolverles 85, entonces es duro, es muy pesada esa carga financiera” (Sofía, empresa manufacturera).

En otra opinión de un emprendedor que recibió capital semilla se tiene:

“Realmente está en la cuestión de los impuestos, nosotros lo único que somos como empresarios es generar dinero para la nación porque nosotros somos generadores de riqueza.....” (Jorge, empresa metalmecánica).

Los emprendedores-empresarios también se quejan porque dicen nunca haber recibido nada del gobierno diferente de pagar los impuestos.

“No ninguno.... lo único es que el año pasado para el día de la mujer el alcalde me condecoró con un diploma y una medallita sí, de tantos años que por mujer

empresadora, mejor dicho dar trabajo a la gente, me reconocen como algo social como servir a la gente, pero de resto nunca nada de nada, ni una ayuda. Nada, nosotros no hemos ido por allá, en la lucha de uno, el gobierno no nos ha dado nada solo es pagar para que me dieran licencias, para el gobierno es solo pague y pague” (Olga, empresa de alimentos).

En ese mismo sentido Simón afirma:

“Cero, porque a mi nunca me dieron ninguna bonificación o me dejaron exento de pagar algo, nunca, los tributos siempre todo lo de ley. Toca es estar ahí con la contadora que no se vaya omitir ningún pago, porque donde no se pague algo viene es la multa a través de la Dian porque no le cumplió al gobierno, entonces no, ni la alcaldía, ni el departamento, nunca nada, ellos no se acercan a nosotros. Solamente a través de la cámara de comercio lo invitan a uno a reuniones y capacitaciones y si uno cree que necesita una capacitación va a la Dian y entonces la Dian dice tenemos esta capacitación tal día en tal parte entonces uno asiste” (Simón, empresa de materiales de construcción).

Antonio termina por confirmar lo dicho por sus pares

“Nulo, al gobierno no lo vemos sino para cobrarnos los impuestos, para amargarnos la vida y aplicarnos la norma, nunca lo llaman a capacitación sobre normatividad jamás, dicen que como las han publicado dan por entendido que uno la conoce, y hay cosas que uno desconoce totalmente, entonces cuando llegan, llegan es a sancionarlo, ese es el gobierno, ese es el estado, y nunca ningún apoyo ni nada, ni en los momentos difíciles ni nunca, no existen para el emprendedor” (Antonio, empresa de alimentos).

Como ya se explicó, en Colombia resulta difícil hacer empresa. Los emprendedores se encuentran expuestos a múltiples presiones del contexto que terminan impidiendo que muchos de ellos sobrevivan. Factores como el contrabando, la competencia desleal y la carga tributaria y laboral también contribuyen a la muerte de miles de empresas al año. Existe una deuda por parte del Estado frente al acompañamiento que debe hacer a su tejido empresarial como eje de desarrollo social y económico.

4.3.4. El Discurso de los gobiernos nacional y local sobre emprendimiento. El discurso del gobierno nacional y local se ha orientado en resaltar pequeños logros para demostrarle a la opinión pública los avances en el fomento del emprendimiento, demostrando que al no existir unos resultados de impacto sobre la economía y la sociedad en general, el gobierno ayudado por los medios de comunicación pretende motivar a los individuos para emprender resaltando la entrega de algunos recursos y realizando ferias sin mayor trascendencia. Es importante recalcar que el contenido de las noticias repite el discurso de opresión de las mujeres resaltando la violencia, la mayor mortandad de sus empresas, los resultados inferiores en términos de desempeño y el apoyo en actividades feminizadas, lo que en palabras de Weedon (1997) citado en Quinlan y Bute (2013) puede ayudar a mantener las estructuras de inequidad en el hogar y en la sociedad en general. Para el presente análisis se hizo una revisión de noticias sobre emprendimiento y género (ver apéndice E), para lo cual se destacan los aspectos más importantes y que se muestran como sigue:

De las noticias presentadas en el periódico local (Enterese) se pueden subrayar las siguientes convergencias:

- La mayoría de los artículos se orientan a mostrar pequeños avances realizados por la Alcaldía municipal de Sogamoso, la Gobernación de Boyacá, las Cámaras de Comercio de Sogamoso o de Duitama, que evidencia principalmente las alianzas interinstitucionales.
- Los recursos financieros para apoyar a los emprendedores son casi nulos. Se hace fomento de la iniciativa para emprender en estudiantes de los colegios y las universidades que se quedan en el papel sin resultados palpables.
- Nunca se muestran avances reales de empresas apoyadas en el pasado y que se han sostenido en el tiempo. El discurso se orienta a mostrar pequeños logros del gobierno de turno.
- Cuando se nombra a las mujeres siempre se recurre a su victimización, resaltando la violencia contra ellas, las brechas salariales y la inequidad de género y además se les pone en oficios históricamente feminizados, lo que puede contribuir a aumentar y perpetuar la percepción de la ciudadanía sobre las mujeres como el sexo débil. Nunca se habla de emprendimiento femenino o masculino, cuando hay componente de mujeres siempre se relaciona con violencia contra ellas.

Los periódicos nacionales tienen una visión diferente (El Tiempo, El Espectador, Portafolio, Revista Semana).

- La teoría va por un lado y la práctica por otra, las investigaciones académicas dicen que el emprendimiento no está en buena situación en Colombia, mientras que el gobierno y las instituciones encargadas de impulsarlo, resaltan al máximo las pequeñas acciones sin ninguna trascendencia que realizan de forma aislada.

- Se reitera que la Ley de Financiamiento en Colombia da condiciones para que más emprendedores se animen a comenzar sus negocios, ya que se ofrecen exenciones de impuestos.
- No se muestran ejemplos de emprendimientos apoyados por el gobierno en años pasados y que se sostienen en el tiempo.
- Cuando se habla de género y de emprendimientos femeninos se dice que son inferiores a los de los varones, que mueren más rápidamente y se ubican en las labores que les han sido asignadas históricamente a las mujeres, como son las manualidades y las tareas de cuidado (Ver apéndice E).

4.3.5. Discusión sobre la dimensión gobierno. Las diversas estadísticas surgidas tanto de entidades de reconocimiento internacional, como de instituciones nacionales, muestran que el emprendimiento en Colombia es complicado, en parte porque las políticas públicas no se han cumplido de forma correcta, por ejemplo en la formación para emprender desde el sistema educativo y tampoco desde el apoyo económico para el emprendedor. Por otro lado, la política de equidad de género se queda sólo en el papel y apenas hay pocos avances en aspectos de prevención hacia la violencia de género. Por tal razón son esas estadísticas las que reiteran una disparidad de género en Colombia para emprender, lo que se replica en los esquemas mentales de las mujeres y que las podrían llevar a continuar en ese círculo vicioso.

Se observa una gran diferencia en cuanto al concepto que tienen del gobierno los emprendedores que recibieron algún tipo de capital semilla (Fondo Emprender y Destapa Futuro), frente a los emprendedores que comenzaron sus negocios con recursos propios. En los primeros prevalece una opinión muy favorable y se observan entusiastas no sólo

ante los recursos financieros recibidos sino que además aceptan que el empezar una empresa con toda la normatividad y con una estructura organizacional sólida, les ha permitido avanzar con éxito en su actividad empresarial. Por el contrario, los emprendedores con más años de sus empresas reconocen y se quejan porque nunca tuvieron algún apoyo del gobierno y sólo lo veían cuando deben pagar impuestos. Reconocen que sus falencias en lo administrativo han sido la causa de muchos tropiezos a nivel laboral, de producción, de mercados y de acceso a recursos financieros.

Existe un punto en el que los emprendedores-empresarios que han recibido capital semilla, como los que no lo han hecho, están de acuerdo y es en la excesiva carga tributaria para las empresas en Colombia. Los emprendedores más jóvenes piensan que por los menos en años pasados las empresas pasaban algún tiempo sin formalizarse y que esa situación los ayudaba a crecer, pero que ahora desde el comienzo la carga es tan fuerte que muchas empresas no resisten y mueren.

El gobierno colombiano a través del Fondo Emprender ha hecho un gran esfuerzo por apoyar un número importante de emprendedores a quienes les proporciona capital semilla y luego les hace un acompañamiento hasta que logran superar el tiempo reglamentario y le es condonada su deuda con el Estado. Desafortunadamente al ser los recursos asignados tan bajos a nivel nacional, sólo un pequeño número de emprendimientos son aprobados y los resultados en impacto sobre el tejido empresarial son mínimos. Aunque la iniciativa es viable y muchos han recibido los recursos, tanto para hombres como para mujeres, la opinión hacia el gobierno es desfavorable en cuanto a la política de apoyo para emprender.

4.4. Las Prácticas Discursivas en el Emprendimiento y Género

Una práctica discursiva en esencia, tiene por objeto formar el discurso alrededor de algún fenómeno. Un discurso que por ejemplo ponga a las mujeres como encargadas de los hijos o que las ubique en determinadas carreras laborales, influye en que persista un acuerdo social que favorezca a los hombres. Precisamente, en ese punto se basa la tesis de Ahl (2006) quien hace un esfuerzo por estudiar muchos textos que analizan el emprendimiento, concluyendo que es necesario hacer más análisis con la crítica feminista, utilizando la corriente postestructural que entiende al género como una construcción social, y dándole alto nivel de importancia al lenguaje y al análisis del discurso, para poder entender las razones de las personas para emprender desde la óptica del género. A continuación se muestran algunos hallazgos del trabajo de campo, siguiendo la lógica de las prácticas discursivas propuestas por dicha autora.

4.4.1. El Emprendimiento es un Término Masculino. Bruni et al. (2004), afirman que el emprendimiento ha sido asumido históricamente con características masculinizadas, por ello el emprendimiento femenino debe ser explicado y justificado debido a que no se concibe como un valor social compartido, es así que en el orden simbólico del género, al hombre se le asume como activo mientras que a la mujer se le deja el papel pasivo, usando para ello arquetipos de masculinidad y feminidad que encuentran una diferencia desde el lenguaje. Al respecto Bruni et al. (2004) opinan que:

El significado simbólico de la empresa está encapsulado por la figura mitológica de Mercurio y por la personalidad voluble: astuto, pragmático, creativo, de mente abierta y aventurero. Las características del emprendimiento habitan en el dominio simbólico de la toma de iniciativa, el logro y riesgo relativo. Por lo tanto, residen

en el dominio simbólico del hombre y es así que características se transponen al dominio simbólico de la mujer, se vuelven inciertas (p. 407).

De esta forma se afirma que el emprendimiento no se escapa de esa concepción, en la cual se le asignan a los emprendedores las mismas cualidades de los hombres, relegando el papel de las mujeres y dejándolas como “el otro”, error en el que ha caído la teoría feminista que en su intento por explicar la discriminación hacia las mujeres, termina invisibilizando el carácter masculino del modelo emprendedor universalmente aceptado.

De la misma forma Jones (2012) retoma el concepto de masculinización del discurso emprendedor para explicar el riesgo que corren los estudiantes al recibir formación en emprendimiento y más aún las estudiantes quienes según la autora, tienen un doble riesgo de discriminación, debido a que les es más difícil convertir capital simbólico y cultural, en capital económico. Por otro lado, se reconoce que al no existir un concepto único sobre lo que es “ser emprendedor” ha desfilado un gran número de teóricos masculinos que han orientado el concepto como indistinto al género pero con un marcado discurso masculino.

Siguiendo a Ogbor (2000), quien afirma que a pesar de que se ha hecho una crítica sobre la forma en que los discursos empresariales han silenciado la perspectiva feminista, aún no se ha prestado suficiente atención a la base ideológica desde donde se perpetúa la dominación, a partir de la creación y sostenimiento de la figura masculina como un modelo heroico de emprendedor, que a su vez es el resultado de una estructura de poder en la sociedad occidental que se perpetúa a través del discurso, conllevando a diferentes efectos desde la teoría hasta la práctica. De igual forma cita a Schumpeter (1934) quien denota al emprendedor con cualidades supernormales de intelecto y voluntad, que a su vez se

representan como más masculinas que femeninas, sobre todo cuando desde el discurso se habla que “el” tiene esas habilidades especiales.

Para Lewis (2015), tanto el liderazgo como el emprendimiento son construcciones de género, que se evidencia en un discurso dominante con orientación masculina, mostrado en el exceso de estudios cuantitativos que miden cosas como las barreras para las mujeres y las diferencias en resultados con respecto a los hombres, en lugar de medir capacidades, habilidades o experiencia, ahondando además en las tensiones que tienen origen en los roles asignados para mujeres y hombres desde las normas de género. Lo anterior se ratifica en el relato de una entrevistada.

“Mi mamá quería estudiar, quería salir adelante pero era difícil con esa cultura de antes y como decía mi abuelito, las mujeres están es para cocinar, lavar y planchar, entonces esa cultura ya es obsoleta, mi mamá ya es pensionada y verla a ella en ese rol que llegaba con trabajo a la casa, entonces es como un ejemplo a seguir, inclusive con ella trabajamos en la parte administrativa de la empresa en conjunto”
(Sofía, empresa de materiales de construcción).

Cuando en la presente investigación doctoral se les preguntó a las mujeres y hombres de la categoría emprendedor-empresario, para ellos ¿qué es ser emprendedora o qué es ser emprendedor? se obtienen diversas respuestas, en donde sin lugar a duda se observa que las mujeres tienen dentro de su discurso características y términos muy masculinos, los cuales son el resultado del lenguaje que comúnmente utilizan; para el caso de los varones, contrariamente su lenguaje se observa como natural, conforme con lo argumentado por Jones (2012), Knight (2013) y Lewis (2015). En la tabla 15 se exponen algunas de las respuestas obtenidas.

Tabla 15

Análisis del emprendimiento como término masculino

Seudónimo (emprededor/a- empresario/ a)	Respuesta	Inferencia
Rosalba	“Emprendedor es crear su propio negocio y con muchas ideas mostrar cosas nuevas, innovadoras, ese es ser emprendedor”.	A pesar de que se le pregunta, qué es ser emprendedora, ella contesta refiriéndose a términos masculinos.
Yaneth	“La experiencia que tengo como emprendedora, es haber concebido una idea, planearla, vivir lo bueno, lo malo, pero llegar a un objetivo, también bueno o malo el resultado pero siempre con la actitud de que se es capaz de hacerlo bajo un método o alguna circunstancia y finalmente poderlo medir en resultados tanto estratégicos como económicos”.	La respuesta muestra que la entrevistada tiene una idea del emprendimiento más enfocada al logro de resultados, tal como afirma Knight (2013) cuando explica que la formación en emprendimiento en las universidades o instituciones de formación se orienta más a replicar el papel del empresario y el logro del éxito.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

Análisis del emprendimiento como término masculino (Continuación)

Seudónimo (emprededor/a- empresario/ a)	Respuesta	Inferencia
--	------------------	-------------------

empresario/ a)		
Ana	“Ser emprendedora es como mirar siempre para adelante, siempre sentir que todo se puede, que se es capaz de lograr las cosas, de luchar por nuestros sueños, así sea uno solo, salir adelante por los hijos, como que Dios le da a uno ese impulso para salir adelante y no mirar para atrás”	En su concepto nombra a Dios y a sus hijos, reafirmando desde el lenguaje el deber ser de la mujer como empresaria, pero ante todo como madre.
Camilo	Para mí realmente ser emprendedor es tomar una idea, fortalecerla, formarla y después hacerla realidad y que también sea innovadora, porque eso es bueno en el mercado.	Se mantiene el concepto masculinizado de la idea de negocio innovadora promulgada en los centros de formación, tal como lo exponen Jones (2012) y Knight (2013)
Ernesto	Emprender es una bendición es perderle el miedo y tomar una decisión, arrancar y llevar sus ideas adelante.	Define el emprendimiento como un modo de vida, de una forma muy natural y neutral.

Fuente: Elaboración propia

Infortunadamente las normas de género tradicionalmente asignadas tanto a mujeres como a varones, ven al hombre como el de la fortaleza, aventurero y proveedor; y a la mujer como la débil, emocional y maternal. Lo anterior se nota en las respuestas dadas al concepto de ser emprendedora o emprendedor, lo que puede mostrar las barreras invisibles existentes en la sociedad que siguen visibilizando al emprendedor como un concepto masculino, por tanto la respuesta de los hombres es más neutral e individualista, mientras en las de las mujeres es más común encontrar a Dios y a la familia.

4.4.2. El Emprendimiento como un instrumento de crecimiento económico.

Ogbor (2000) afirma que “la teoría del espíritu empresarial convencional se justifica en términos de su atractivo para un sistema de libre mercado, el estado capitalista y una

especie de meta utópica de libertad económica para todos” (p. 614). Durante las últimas décadas el emprendimiento ha sido denotado como un motor de innovación tecnológica y de crecimiento económico, lo que representa unos de los principales motivadores de las personas para iniciar una actividad económica.

En las diferentes respuestas de las entrevistas se observa que la orientación del emprendimiento como una forma de crecimiento económico es recurrente:

“Yo empecé la empresa por necesidad, yo quería mejorar más, más cosas para mí y para mis hijos porque a raíz de tener la empresa los beneficiados somos todos porque aquí por ejemplo mi hermana menor es contadora y ella es la que me lleva la contabilidad de la empresa, entonces ha sido un beneficio para todos” (Roberto, empresa de metalmecánica).

“Ser emprendedor es iniciar alguna actividad de la cual pretendemos tener una esperanza de sobrevivir, sostener la familia y tener un mejor nivel de vida” (Simón, empresa de materiales de construcción).

Aunque en el discurso sólo algunos de los entrevistados reconocieron el comienzo de la empresa por necesidad, en otros aunque no lo dicen explícitamente, se percibe que además del deseo de independencia, también significa una manera de mejorar su estilo de vida y la de sus familias.

4.4.3. La División entre trabajo y familia. En la literatura sobre género hay un tema recurrente que ha sido analizado desde diferentes ópticas y se trata de la conciliación entre el trabajo y la familia, que en un principio era estudiado sólo en mujeres pero que poco a poco ha empezado a tener en cuenta a los hombres al reconocer que ellos están participando activamente en las labores domésticas y en la atención a los hijos en una

proporción más amplia (Ladge et. al, 2015), comparados con tiempos atrás cuando esas labores históricamente, les habían sido asignadas exclusivamente a las mujeres. Se ha mostrado que esa conciliación resulta crucial para entender las diferentes barreras que deben enfrentar las mujeres cuando son madres y son trabajadoras o cuando son emprendedoras-empesarias, que es la categoría estudiada en el presente trabajo doctoral. Trabajar con la familia es una estrategia que han utilizado muchas personas para lograr conciliar los dos roles, debido a que se puede tener un mayor control sobre los hijos y mayor acompañamiento de la pareja no solo en el cuidado de la familia sino como un apoyo para los problemas que a diario enfrentan las empresas. Es posible estudiar la situación de mujeres y hombres analizando algunos aspectos que se hacen visibles cuando se cumplen los dos roles.

Prácticas de maternidad que pasan de lo privado a lo público. En el estudio realizado por Anderson (2008), se concluye para el caso de dos mujeres emprendedoras con un negocio de comida, que ambas construyen el restaurante como un espacio de límites borrosos al extender el cuidado y la maternidad ejercida en la esfera privada a la esfera pública, en donde en parte siguen ejerciendo el rol que habían aprendido por años para hacer de su negocio un lugar familiar y rentable.

En la presente investigación doctoral se muestra el caso de una emprendedora que empezó hace 43 años en el negocio de los alimentos y que a través de un ambiente muy familiar, tanto en el trato como en la comida que sirven, ha hecho que sus productos sean conocidos en el municipio con una marca propia. En su relato la emprendedora-empesaria narra como las personas llegan a su negocio, sobre todo en el mes de diciembre y la saludan con mucho cariño y le cuentan sus historias de cuando eran estudiantes de colegio

e iban a su negocio a comer, esos recuerdos la llenan de mucha nostalgia pero a la vez la fortalecen pues considera que ha valido la pena tanto esfuerzo, así:

“Un día llegó una familia que hacía muchos años no venía a Sogamoso y como vieron el negocio tan cambiado pensaron que yo no estaba, que lo había vendido y se iban a ir pero yo salí al mostrador y uno de ellos dijo, mire aquí está la señora y se alegraron mucho de que siguiéramos y después de darme un abrazo recordaron los tiempos en que venían a comer. Yo me sentí muy feliz porque pienso que sí he causado un impacto en las personas, que todo el esfuerzo ha valido la pena” (Olga, empresa de alimentos).

De otro lado, también se nota que Olga tiene un trato muy especial con los clientes, que le ha infundido a su hija, que es su sucesora, y a las otras personas que atienden a los clientes, al respecto afirma:

“Por ejemplo aquí a todos los tratamos con mucho cariño, yo les digo amor que se te ofrece, o quieres un dulcecito y los señores saben que es con respeto, incluso las esposas saben que yo siempre les digo así, porque es con respeto” (Olga, empresa de alimentos)

Para el caso de Olga se observa que en la empresa se replica su papel como mamá, en primer lugar por ser un negocio de comida que históricamente se asignaba a las mujeres y en segundo lugar porque su familia pasaba el tiempo entre la empresa y la casa para poder cumplir con sus obligaciones de un lado y de otro, lo que no dejó unos límites claros entre el tiempo y el espacio de cada uno, es así que se refuerza el argumento de Anderson (2008) que afirma que las mujeres escogen ciertas actividades que no compiten con la maternidad sino que le ayuda con ambas tareas, recurriendo a los recursos que tenía a su

disposición como sus saberes en la cocina, sin que ello le implicara dejar de cumplir su papel en el hogar y a su vez logrando consolidarse como empresaria, lo que puede concluir la coexistencia de nuevas prácticas de emprendimiento y género dentro del espacio de la empresa familiar.

Lo anterior no ocurre en la situación de Antonio, un hombre con 30 años de experiencia en un negocio de comida, quien durante su relato en ningún momento nombra a los clientes como muy importantes dentro del negocio, ni hace referencia a su trato hacia ellos, lo que refuerza el concepto de la mujer dentro de la maternidad y el cuidado, mientras que para el hombre, el objetivo se centra más en obtener resultados desde lo económico y su satisfacción principal está en su crecimiento personal y como empresario.

Las dificultades que presenta el trabajo no remunerado. Según la Cepal (2016) muchas mujeres no necesariamente ven un trabajo remunerado como una ventaja, ya que la carga que tienen de trabajo no remunerado es tan fuerte dentro del hogar, que prefieren ser amas de casa y no incursionar como trabajadoras asalariadas o como emprendedoras. Para el caso de los hombres no ocurre lo mismo, ya que debido a la división sexual del trabajo, poseen mayores facilidades de acceder al mercado laboral y se alejan de la esfera privada que les implica el control de las emociones, lo que les da también la posibilidad de hacer emprendimientos sin la carga adicional del hogar.

“Para mí trabajar de medio tiempo me ha facilitado mi labor, porque puedo yo estar en ambas partes, mi familia sabe que cuando estoy con mis hijos tengo que dedicarme a ellos, entonces tengo labores menos exigentes, porque tengo que estar pendiente de los niños, de sus tareas, de sus lúdicas, de sus refuerzos, y todo eso.

*“Pero si mis hijos saben que mientras ellos están en el colegio, yo estoy trabajando”
(Sofía, empresa de materiales de construcción).*

En el mismo sentido, Paulina explica como era su situación al cumplir los dos roles en el principio de la empresa y de su matrimonio.

“Al comienzo de la empresa, quizá mientras yo hacía labores del hogar él adelantaba su trabajo y yo terminaba lo mío y seguía apoyándole el trabajo de mi esposo, ya cuando los niños crecieron como es lógico ya tocaba mirar a una persona quien apoyara con los oficios de la casa. (Paulina, empresa de alimentos)

En el relato se observa que el esposo no apoyaba las tareas del hogar, por el contrario Paulina además de cumplir su oficio como madre, debía realizar todas las demás tareas relativas a la preparación de alimentos y de aseo, que suelen ser las más pesadas e históricamente asignadas a las mujeres; cuando terminaba debía seguir trabajando en la empresa. Con el paso del tiempo y la consolidación de la misma, se contrata a una persona para que realice esas labores, lo que deja claro que la mujer es quien debe asumir los dos roles con todas sus implicaciones, como son la falta de una remuneración por el trabajo del hogar no reconocido y el exceso de esfuerzo físico y emocional que puede dejar graves consecuencias con el paso del tiempo.

El caso de Olga es similar, pues debe trasladar su papel como madre al negocio para poder atender sus dos roles sin que entren en conflicto, perpetuando así que las mujeres que lograban emprender lo hacían en negocios relacionados con el cuidado y con lo aprendido en el hogar en cuanto al papel de la fémina en la sociedad.

“Los niños llegaban del colegio era acá, yo les tenía el almuerzo y ahí luce y luce con ellos y luego vámonos para la casa que era en el barrio Magdalena y

todas las noches ese trasteo y vaya a terminar las tareas en la casa” (Olga, empresa de alimentos).

Olga tenía un esposo trabajador de una empresa manufacturera, quien hacía presencia en los tiempos diferentes a sus turnos, pero quien según el relato de la entrevistada ejercía un débil apoyo a su empresa, y finalmente la responsabilidad la cargaba casi por completo ella sobre sus hombros, como era el cuidado de los hijos y el sostenimiento de la compañía.

Para el caso de los hombres el discurso es diferente, ya que para ellos las labores del hogar más que una obligación como individuos son una “ayuda” o “colaboración” que ellos prestan a sus mujeres, lo que puede hacerlos sentir como el esposo y padre “ideal” más que como un coequipero de un proyecto conjunto.

“Nosotros no tenemos empleada de servicio y nosotros tratamos de llevar una vida cómoda sin excesos y entonces es primordial el estudio de mis hijos, yo trato de pagarles un buen colegio, las labores de la casa son compartidas y por tanto yo le apoyo mucho a ella, ya por decir algo de los desayunos ella se encarga y ya lo que son los arreglos de la casa yo le colaboro” (Roberto, empresa metalmecánica).

Roberto cuya esposa es asalariada, a pesar de que reconoce su papel como padre y esposo y su rol en el hogar, en dos oportunidades nombra el hecho de ayudar y colaborar, lo que indica que aún considera que realizar esas labores no hace parte de su papel como hombre.

“Yo conozco de cerca el caso de mi socia, el esposo trabajaba en una empresa, tenía su horario y llegaba a su casa, pero ella por atender las situaciones de nuestra empresa a veces se demoraba y entonces se notaba una presión de parte del esposo porque ella no estaba en la casa y no tenía la comida lista, entonces ella tenía que abandonar su labor en la empresa y salir corriendo. Mientras él estaba en el

trabajo, ella tenía libertad de muchas cosas, por lo menos ella me contaba que le tocaba levantarse bien temprano y tener todo listo para su esposo y para el niño, porque ese esposo no compartía las tareas del hogar” (Marcos, empresa de manufactura).

Los relatos anteriores refuerzan la idea de que la formación desde el hogar que tienen tanto las mujeres como los hombres a diario se refuerza con el lenguaje. A pesar de que los hombres en este momento se han apersonado más de su responsabilidad en pareja con la formación de los hijos y los asuntos de la casa, aún se considera que cuando ellos realizan este tipo de labores es porque están “ayudando” a su pareja y no cumpliendo con sus obligaciones como esposos y papás. Lo que sin duda es un compromiso cooperado de la familia y la sociedad, permitiendo el surgimiento de las nuevas masculinidades en donde los hombres apropien su rol como padres y cuidadores y participen en las tareas del hogar (Ladge et.al, 2015)

Los problemas asociados a la falta de tiempo para la familia. A pesar de que la mayoría de estudios académicos se orientan a revisar el papel de la mujer como encargada del hogar y trabajadora y las implicaciones para ellas y sus familias cuando cumple esos dos roles, también han surgido otros estudios que resaltan la importancia de los hombres dentro del hogar (Ladge et al., 2015), en parte porque la masculinidad se asocia con pasar largas jornadas en el trabajo (Gatrell y Cooper, 2008), con unas graves consecuencias no solo como individuos, sino con los resultados que las personas puedan alcanzar en los proyectos conjuntos de familia y empresa.

Desafortunadamente, con el pasar de los años, las personas muchas veces se arrepienten de lo que dejaron de dar a sus hijos por esa falta de tiempo y por el escaso soporte o apoyo de su pareja.

“Yo si toda una vida me he sentido defraudada con la cosa de no haber apoyado a mis hijos para que se hubieran ido a estudiar lejos, sino que aquí no hicieron nada prácticamente, se dedicaron fue a meterse en el negocio y uno contento porque no tenía empleados, pero era con ellos y eso si me quedó en toda mi vida ese remordimiento. Yo hubiera querido más que se hubieran ido a estudiar lejos, pero también fui como miedosa y sobreprotectora con ellos, entonces por ejemplo no dejamos que la niña se fuera para Bogotá o Bucaramanga y esa vez mi marido ni fue, ni sacó permiso y yo no tuve con quien dejar el negocio, porque ella tenía 17 años para irse a presentar a bacteriología, ella quería estudiar eso, entonces eso sí me defraudó mucho, pues tanto trabajar uno y son muy juiciosos pero así universitarios solo la tengo a ella y a otro tecnólogo en mantenimiento de redes del SENA, pero entonces uno hubiera querido haberlos sacado y hubiese sido diferente. Tal vez me faltó más apoyo de mi esposo que frustraba las ilusiones para que ellos estudiaran” (Olga, empresa de alimentos).

Camila tiene una opinión en el mismo sentido:

“ser empresario genera poco tiempo para la familia y mucho sacrificio, el hecho de no estar pendiente de la familia y darlo todo por el trabajo, uno no es consciente de qué tanto afecta esa falta de tiempo a sus hijos” (Camila, empresa de servicios).

En otros casos también se ve que los hombres se quejan por falta de tiempo para sus hijos, pero como saben que tienen una responsabilidad compartida con sus esposas, superan de mejor manera esas dificultades.

“Si claro que he tenido problemas con mi esposa, que a veces me dice que tenemos ahorita una empresa, pero que ella ya no tiene esposo. Tengo además una niña de 6 años y un niño de 12 años, de ellos he recibido la queja de que no tengo tiempo para ellos, por lo general celebran la llegada del domingo que es el día que cuando puedo descanso, pero mi hija menor espera el domingo y mi hijo también, por ejemplo en este momento está jugando futbol, pero ellos si se quejan bastante, a mí me duele mucho esa situación porque uno como papá y esposo y amigo de ellos, uno quisiera estar mucho más tiempo con ellos, pero es un sacrificio que tenemos que hacer, porque nada es fácil y nada se consigue, ni nada llega por añadidura y hay que esforzarse para conseguir las cosas y pues igual tienen que entender que para conseguir algo hay que sacrificar otras cosas” (Roberto, empresa metalmecánica).

Se encuentra tanto en el discurso de hombres como en el de mujeres un sentimiento de frustración por la falta de tiempo para sus hijos, ninguno nombra a la pareja, es decir que las personas en el hogar sólo sienten responsabilidad hacia sus hijos.

Por el contrario, para otro entrevistado el emprender es una forma de acercarse a la familia lo que demuestra que las motivaciones de las personas dependen mucho de las condiciones de cada uno.

“Por ejemplo en mi caso tengo 4 niños, por ello emprender fue una de las razones que me trajo de nuevo a Sogamoso porque yo llevaba 9 años viajando cada 20 días

por 2 o tres días, estaba abandonando mi familia, el proyecto solamente me apoyaba en lo económico, prácticamente mi acompañamiento hacia mi familia era casi nulo, estaba hablando de que casi un 10% de mi tiempo se lo dedicaba a mi familia y el resto de tiempo trabajando y viajando, entonces para empezar este emprendimiento la razón principal fue mi familia” (Ernesto, producción y comercialización de alimentos).

El rol asignado históricamente a las mujeres. Resulta importante no solo resaltar el papel de la mujer históricamente en todos los ámbitos de la vida, sino específicamente dentro del espíritu empresarial, en donde las mujeres resultan ser las oprimidas, las dominadas, el sexo débil. Desafortunadamente la dominación patriarcal ha llevado a que tanto hombres como mujeres tengan un discurso que ahonda la disparidad de género. Se muestran unos ejemplos a continuación:

“Lo que pasa es que la labor de la mujer en la empresa es complicada cuando recién inicia su matrimonio porque tiene los hijos, tiene el hogar, tiene el esposo y tiene el trabajo, entonces son 4 cosas difíciles de atender, porque no puede estar al mismo tiempo supliendo o cumpliendo con la labor que debe hacer como madre y debe hacer como trabajadora y debe hacer como esposa y ama de hogar” (Simón, empresa de cerámica industrial).

Los hombres de mayor edad, en parte hablan de lo que conocieron en el hogar de sus padres y luego con su esposa e hijos, lo que confirma la existencia de una disparidad de género, que relegaba a las mujeres a atender solamente los espacios privados, por tanto cuando alguna de ellas salía a trabajar era algo muy difícil precisamente por los diferentes frentes que debía atender.

“Las mujeres son felices con los niños y de pronto sí las limita un poco, pero esa es la naturaleza, a ellas Dios les dio el don de ser mujeres para poder engendrar y eso les quita tiempo, porque ellas piensan mucho en los hijos en cambio un hombre es más desprendido un poco” (Fabián, empresa manufacturera).

En la opinión del emprendedor-empresario, las mujeres ya tienen un papel asignado no sólo por Dios y la naturaleza, sino por la misma sociedad, lo que las perjudica en sus intenciones de ser emprendedoras y sacar una empresa adelante.

“Pues de todos modos yo pienso que la mujer está más ligada a la familia, yo creo que para la mujer no existe la palabra cansancio, así llegue cansada pero tiene que ver a sus hijos, a su esposo, ver de su hogar, son tantas cosas que yo digo que sí es más difícil para ellas, hay veces hay muchos hombres que son más machistas que no les permiten y les ponen trabas para que ellas salgan a trabajar” (Roberto, empresa metalmecánica).

La visión de dominación patriarcal es muy parecida a la de Olga, quien por su edad da a entender que fue criada y se casó y tuvo sus hijos en unas condiciones diferentes a las actuales.

“Uno es más constante y más resignado, la mujer requiere de más esfuerzo y por historia también nos han tenido en que nosotras no podíamos, pero eso es por historia, pero uno es más fuerte para sostener las cosas y también por los roles que nos daban tanto a hombres como a mujeres, sobre todo por el rol de la mujer como madre, esposa, hermana es más difícil” (Olga, empresa de alimentos).

La entrevistada responde reconociendo que históricamente las mujeres tienen unos roles asignados y eso hace que la carga para ellas sea más dura, pero que al mismo tiempo

tienen mayores fortalezas para enfrentar todas las situaciones. Desafortunadamente ese exceso de trabajo las termina perjudicando tanto física como emocionalmente y su discurso denota sufrimiento y sacrificio.

4.4.4. Individualismo. En las entidades en donde se apoya el emprendimiento, se reconoce que a pesar de que no hay barreras adicionales para los emprendimientos femeninos, si existen condiciones que hacen que las mujeres lleguen en menor proporción a solicitar apoyos, muchas veces por la falta de experiencia en los espacios públicos, ya que como resalta Ortiz (2017) hasta hace algunos años, las mujeres tenían el dominio sobre espacios privados, por tanto esas conquistas de hoy en día son el resultado de grandes esfuerzos de los movimientos feministas.

Entre las principales razones para que no se conozca con claridad los múltiples retos que los emprendedores enfrentan a diario, se encuentra que no se hace análisis de emprendimiento como una construcción colectiva, sino que se mira al empresario como un individuo y no se revisa la legislación, la cultura o la política, no se discute el sometimiento de las mujeres a los hombres, se hacen invisibles las estructuras de poder de género y no se comprende cómo se organiza el mundo social. Las investigaciones realizadas, solo comparan los emprendimientos de mujeres y hombres desde variables sociodemográficas que dan una información pero que no explica realmente el porqué de los resultados encontrados. Para el caso de Sogamoso, la situación no es diferente, pues no se han conocido estudios que pretendan medir el emprendimiento ni tampoco revisarlo en forma conjunta con el género, de la mano de las condiciones socioculturales del municipio. Al no existir información al respecto, es muy difícil que el gobierno local

pueda poner en marcha ningún programa, además porque no hace parte de su plan de desarrollo.

4.4.5. Soporte institucional para la investigación en emprendimiento. Cuando se habla de emprendimiento hay que tener en cuenta varios actores involucrados, entre ellos las instituciones del Estado que apoyan la causa emprendedora como una forma de promover desarrollo socio económico en las regiones, las universidades que se encargan de la formación para emprender y de hacer investigaciones académicas en varias líneas de investigación alrededor del emprendimiento, y finalmente los emprendedores como tal, quienes se constituyen como el objetivo de todos los estudios, pero que difícilmente resultan beneficiados con los hallazgos de dichas investigaciones y de los acercamientos incipientes de las instituciones para apoyar el espíritu emprendedor.

En el caso del departamento de Boyacá y específicamente del municipio de Sogamoso, son muy pocos los avances logrados. La gobernación de Boyacá, la alcaldía de Sogamoso y la Cámara de Comercio de esta ciudad adelantan pequeñas acciones como eventos en donde invitan emprendedores a exponer sus empresas, capacitaciones y algunas convocatorias que ofrecen apoyos en dinero, sin embargo, la triple hélice que se espera, permita una unión entre la universidad- Estado- empresa, difícilmente tiene un terreno fértil para concretarse y los esfuerzos resultan ser mínimos comparados con todas las necesidades reales de los emprendedores-empresarios. Existe en Colombia una entidad muy importante como es el Fondo Emprender, que para el caso de Sogamoso ha traído bienestar a un grupo de personas que han recibido capital semilla desde el año 2003. Finalmente, los estudios académicos que hasta el momento se han hecho sobre emprendimiento en la ciudad de Sogamoso son muy pocos y con un aporte nulo al

desarrollo de los emprendedores-empresarios, lo que supone un desafío para las universidades sobre todo en lo que tiene que ver con estudios que analicen el carácter subjetivo de las personas y que adicionalmente tengan en cuenta otras variables poco estudiadas para la región.

Sobre lo que se enseña en las universidades de emprendimiento, tampoco se ha puesto mucha atención. Es necesario crear contenidos que ayuden a reducir la disparidad entre la figura del emprendedor – empresario y el estudiante, y también de género, clase y raza, tal como lo propone Jones (2012), cuando encuentra que hay una relación discriminatoria en la enseñanza del emprendimiento que es necesario cambiar desde el discurso que pasa de la teoría a la práctica.

4.4.6. Discusión sobre las prácticas discursivas de emprendimiento y género.

Las últimas conclusiones halladas en los estudios conjuntos de emprendimiento y género demuestran, que son dos construcciones entrelazadas que se conciben dentro de un espacio y tiempo acotados, con una alta influencia de los recursos a los que tienen acceso y de las condiciones individuales que tienen las personas para operar sus empresas (Anderson, 2008), que se producen y reproducen social y culturalmente (Bruni, et.al, 2004). Se entiende, que el emprendimiento y el género son prácticas sociales, pues el primero está relacionado con hacer negocios, aunque hacer género no sea tan evidente ya que siempre se le ha relacionado con el cuerpo biológico, lo que da a entender que tiene que ver más con su propio ser que con su acción.

Muchas de las investigaciones académicas han contribuido a generar un ambiente de diferencias, en ocasiones sin sustento, en lo que se refiere al emprendimiento y a la capacidad de sostener una empresa. Lo anterior queda demostrado cuando por ejemplo,

se celebra excesivamente un emprendimiento femenino, haciéndole creer a las personas que es algo inusual, o cuando se trata de agrandar pequeñas diferencias encontradas entre los dos géneros en la gestión empresarial, o cuando se mantiene y refuerza la idea de un emprendimiento femenino alterno al masculino; de esta manera se argumentan diferencias, en su mayoría inexistentes, que terminan dejando a la mujer como el sexo débil (Ahl, 2002).

En los emprendedores-empresarios municipio de Sogamoso se reproducen diferentes prácticas discursivas que dejan a la mujer en un espacio de discriminación. Aunque existen saltos generacionales en aspectos como los roles de mujeres y hombres en el hogar y la empresa, aún quedan grandes brechas no sólo en el trato hacia las ellas sino en sus propias representaciones mentales, que son resultado de la crianza y el contexto en el que se desenvuelven. Permitiendo que aún persistan sobre todo en aquellas de mayor edad una obligación más fuerte que la de los hombres por atender la familia y prolongar el legado aprendido en casa, poniéndolas en un lugar de sumisión frente a la dominación patriarcal masculina. De igual forma, los medios de comunicación reproducen estas prácticas discursivas aprendidas en la familia y reiteradas en las instituciones educativas y en los espacios laborales, ya que las noticias en el periódico local Enterese, se enfocan en mostrar principalmente eventos como ferias de emprendimiento y las alianzas interinstitucionales con la Alcaldía municipal y la Cámara de Comercio. Si se habla de las mujeres, sólo se evoca la violencia contra ellas y en algunas oportunidades se resaltan acciones del gobierno encaminadas en la formación para emprender pero en oficios feminizados, demostrando que no hay un compromiso por cambiar los patrones de género institucionalizados y permitiendo que se perpetúe la discriminación a las mujeres.

Conclusiones

La teoría feminista ha contribuido en la reducción de la disparidad de género en todos los espacios de la vida. Con su aporte desde la década de los sesenta, al visibilizar el papel subordinado de las mujeres en una sociedad dominada por hombres y bajo un sistema patriarcal androcéntrico (Barbieri, 1993). En un principio dicha teoría quiso desde la academia mostrar la discriminación existente y a partir de sus diversas luchas se logran importantes avances, dando un primer paso para la igualdad de derechos. En el tema del emprendimiento se pueden reconocer tres épocas resaltadas por Harding (1998), las cuales discrimina en tres corrientes, la primera o *liberal feminista* que resaltó en papel subordinado de la mujer y la forma como era apartada de la vida pública, en la segunda o *social feminista* en donde se empezaron desde la academia a construir muchos de los trabajos que hoy conocemos, en donde abundan los estudios cuantitativos y comparativos sobre los resultados de mujeres y hombres en sus empresas, en tercer lugar aparece la corriente postestructural feminista, la cual no tiene por propósito encontrar semejanzas o

diferencias, sino que más bien entiende al género como el resultado de una construcción social que hacen mujeres y varones y que posteriormente aplican a la hora de hacer negocios. De esta manera se concibe que el emprendimiento y el género son construcciones entrelazadas y que deben estudiarse conjuntamente, desde los niveles macro, meso y micro, los cuales definen las características particulares de cada emprendimiento y que se encuentran acotadas por tiempo y espacio.

El uso de la corriente postestructural feminista propuesta por Ahl (2006) y Henry, et al. (2015), sirvió como perspectiva teórica para responder a un interrogante que permitió plantear este estudio enfocado en una problemática que por años no se ha superado, como es la de comprender el emprendimiento y el género como prácticas enlazadas y socialmente construidas. Con los lineamientos de esta teoría y el uso del paradigma subjetivo, se analizó la forma en que los emprendedores-empresarios del municipio de Sogamoso hacen sus negocios y conciben sus empresas teniendo en cuenta la influencia de la familia, el apoyo del gobierno y las prácticas discursivas que replican en sus empresas, que son producto del aprendizaje dentro de la familia y de las características socioeconómicas del municipio.

Los estudios de emprendimiento desde la perspectiva de género representan una valiosa oportunidad para comprender algunas razones subyacentes de por qué una persona inicia una actividad desde el hecho de ser mujer o de ser hombre, ya que permite entender el género como una variable que se construye socialmente (Ahl, 2006; Brush, 1992; Mirchandani, 1999), por lo tanto, la metodología usada así como los métodos para la recolección de la información deben ser vistos con un enfoque subjetivo y de forma opuesta a la visión racional presente en los estudios que enlazan estas dos variables y que

han prevalecido en años anteriores. Por ende el uso de la metodología cualitativa es recomendable así como de la fenomenología, la cual permite analizar la actitud de los actores, en este caso frente al emprendimiento, en la manera como construyen su realidad y comienzan una idea de negocio con los retos y oportunidades que les ofrece su contexto económico y sociocultural.

A continuación se muestran los hallazgos más relevantes clasificados por dimensiones:

En la dimensión familia se definieron dos proposiciones a analizar, la primera dice que “dentro de la familia se producen prácticas discursivas que son determinantes a la hora de emprender para una persona” y la segunda referida a que “existen unos condicionantes que predisponen a una persona desde sus rasgos individuales a emprender y a consolidar una empresa familiar en el municipio de Sogamoso”. Al respecto se encuentra que en opinión de diversos autores, falta mucho camino por recorrer en lo referente al estudio de las empresas familiares y más aún cuando se complementan con variables como el emprendimiento y el género, el primero entendido desde los procesos necesarios para comenzar y sostener una empresa familiar y el segundo, desde las relaciones al interior de las familias y sus empresas en donde existe una cultura arraigada que puede permitir e impulsar la disparidad de género. Es así que el camino para la investigación es prometedor no solo desde lo cuantitativo y a la luz de referentes teóricos racionalistas, ya que se espera la aparición de investigaciones con objetos de estudio ampliados y con un enfoque cualitativo, en donde se privilegien otras herramientas como las entrevistas, los grupos focales, la observación, ya utilizados en las ciencias sociales y que resultan útiles a la hora de comprender estos fenómenos (Ahl, 2006).

El estudio de las empresas familiares y su relación con otras variables ofrece un amplio abanico de posibilidades para seguir indagando no solo desde lo teórico sino que la evidencia empírica dice mucho sobre la forma en que se comportan dichas empresas, ya que no se debe olvidar que estas organizaciones constituyen el grueso de aporte al empleo y al desarrollo socioeconómico en el mundo, pues como lo afirma Gutiérrez (2015) aproximadamente el 90% de las empresas en el mundo son empresas familiares, lo que indica la enorme necesidad de ayudar a estas organizaciones a buscar su sostenibilidad y a recibir un mayor apoyo de los gobiernos locales y nacionales, debido a la importancia que tienen para la economía y para la sociedad desde la cohesión de la familia.

Para Ojeda y Chu de Fung (2013) cuando se habla de iniciativa emprendedora, las empresas familiares poseen ventajas sobre aquellas que no lo son, ya que aspectos como ofrecer empleo digno para sus miembros y el deseo de trascender en el tiempo le dan características especiales que incentivan el capital social al lograr trabajadores comprometidos y motivados, debido a que sus objetivos personales, se encuentran alineados con los objetivos de la compañía y porque al ser muchos de sus trabajadores miembros de la familia, la comunicación, el liderazgo, el empoderamiento y la jerarquía, muchas veces traídas desde la familia, son más fáciles de aceptar y de ser reproducidas. En el mismo sentido, autores como Kilenthong y Rueanthip (2018) afirman que el hecho de trabajar en una empresa familiar puede influenciar a una persona a crear su propio negocio.

Entre los hallazgos más importantes en este trabajo doctoral, se tiene que tanto las mujeres como los hombres reconocen una mayor dificultad en sus emprendimientos para aquellos realizados por las mujeres por la falta de tiempo para dedicarle a la familia, lo

que las hace más vulnerables y les quita posibilidades de crecimiento en la empresa. Además se nota un salto generacional en la concepción de los dos roles que las personas tienen en el hogar y en el trabajo. Los entrevistados con mayor cantidad de años con sus empresas que son mujeres, en su discurso son más resignadas frente a los sacrificios de ellas y sus hijos por falta de mayor compromiso de sus parejas, mientras que los hombres, no reconocen su aporte en las labores del hogar pero sí con sus hijos, lo que da a entender que la disparidad de género hace años era mayor que la de ahora y que han venido cambiando algunos esquemas dentro de la familia, permitiendo una mayor igualdad de las mujeres para acceder a actividades de emprendimiento. Las mujeres más jóvenes, ven con mejores ojos sus dos roles, sobre todo cuando reconocen un mayor involucramiento de sus parejas en la familia. Entre tanto los hombres más jóvenes muestran en sus respuestas un mayor compromiso en el hogar en cuanto a las tareas conjuntas y el cuidado de los hijos, en concordancia con lo propuesto por Burin (2008) quien ve la necesidad de que los hombres empiecen con una “revolución silenciosa” dentro del hogar y que “sean parte de la subjetivación del género masculino en el trabajo de amar y cuidar” (p.86).

En la segunda dimensión analizada, referida a los procesos de emprendimiento se definió la siguiente proposición: “algunas de las prácticas discursivas encontradas en el emprendimiento desde el género se replican en la realidad de los emprendedores y se hacen visibles en su diálogo y en la forma como abordan sus responsabilidades como empresarios”. Para confirmarla, se acude al uso de la perspectiva feminista, en su corriente postestructuralista feminista para comprender el emprendimiento desde la óptica del género bajo la necesidad de ampliar el objeto de estudio en donde se considere el género como una construcción social, para lo cual Henry, et. al (2015) afirman que se percibe una

débil o nula crítica feminista y aún se siguen realizando estudios comparativos que analizan variables sociodemográficas y que utilizan enfoques cuantitativos, dejando vía libre a la realización de nuevos estudios que consideren el enfoque cualitativo y hagan uso de herramientas como las historias de vida, las entrevistas, los focus group, entre otros

Para los emprendedores en Sogamoso se encontraron algunos aspectos dignos de ser resaltados, por ejemplo, existe un sinnúmero de respuestas por parte de los/la entrevistados/as, la mayoría se orientan a la “idea de negocio” o “idea innovadora”, además se observa la predominancia en el lenguaje de la masculinización del concepto de “emprendimiento”, porque tres de las mujeres usaron términos masculinos para su definición. También se percibe en las mujeres una orientación a las tradiciones al nombrar a Dios como eje central de sus resultados. Se concibe el emprendimiento desde lo económico para mejorar la calidad de vida, se repite la toma de decisiones y el riesgo que se asume, muy poco se observa que el emprendimiento sea entendido con una orientación a creer que hace parte de cualquier actividad realizada en la vida. Entre mujeres hay divergencia en las respuestas, pues aquellas de mayor edad y con mayor tiempo con sus empresas se ven más apegadas a las tradiciones y a nombrar a la familia, mientras que las más jóvenes hablan más del futuro y se orientan más a los resultados y a hablar de la importancia de los mercados. Finalmente, en muchas de las conversaciones se aprecia que las mujeres no reconocen en sí mismas la existencia de barreras estructurales y se han acondicionado a las estructuras de poder, de tal forma que las han interiorizado y apropiado para su vida, esto se concluye porque en ninguna respuesta de las mujeres se hizo alguna réplica para emanciparse del sistema o para demostrar desacuerdo con el orden social establecido.

Para la dimensión gobierno, se definió la siguiente proposición: “a pesar de la existencia de alguna normatividad de equidad de género, sigue siendo casi invisible el apoyo decidido a las mujeres para emprender por parte del gobierno nacional y local”. En ésta se evidencia que la aplicación de la política pública de emprendimiento y de género se encuentra en una fase incipiente. La falta de apoyo en capital semilla y la baja formación en emprendimiento impiden que se avance hacia la construcción de soportes reales para emprender. Por otro lado, la carga tributaria tanto para las empresas nacientes como para las existentes, es tan fuerte frente a lo que dichas empresas reciben del gobierno, que para muchos representa la barrera más difícil en cuanto al fortalecimiento y sostenibilidad de sus negocios. En el análisis de esta dimensión se encuentra que existe una percepción negativa de los emprendedores-empresarios hacia el gobierno, pues solo lo ven como un ente castigador y receptor de recursos a costa de su trabajo en la empresa y de quien no se recibe ninguna ayuda y que se acuerda de ellos solo a la hora de recaudar los impuestos. A pesar de ello, al gobierno local le reconocen algunos esfuerzos por acercarse a ellos y ofrecerles capacitaciones y la asistencia a ferias, sobre todo a quienes han recibido capital semilla para comenzar y hacer crecer sus empresas.

Por otro lado, no existen estudios académicos locales ni informes institucionales que den cuenta de la disparidad de género en diferentes aspectos como: propiedad de las empresas, sectores de ubicación empresarial de mujeres y hombres, brechas salariales, etc. Además cuando se habla de género se refieren a la violencia contra las mujeres y las pocas iniciativas que surgen para apoyarlas, se desvían hacia la enseñanza de tareas feminizadas como el bordado, la costura, la cocina, entre otros. Se espera que los gobiernos locales dirijan su atención a temas tan importantes como el liderazgo y el empoderamiento

femenino. El emprendimiento debe tener unos antecedentes de formación integral de las personas, no se trata sólo de crear un plan de negocio y hacer estudios de mercado, técnico y financiero, tal como lo afirman Saldarriaga y Guzmán (2018) y Orrego (2014).

Colombia ha avanzado en la creación de normatividad que apoya la equidad de género, sin embargo los resultados mostrados por el GEM (2014) demuestran que aún falta mucho en la práctica, pues la disparidad de género es alta, sobre todo en determinados grupos de edad, además la división sexual del trabajo sigue siendo una barrera cultural que otorga a la mujer la doble responsabilidad en actividades remuneradas como en las no remuneradas, lo que genera una resistencia de algunas de ellas para el acceso tanto al mercado laboral, como para la decisión de emprender un negocio. Un ejemplo de lo anterior se presenta en el sector rural, en donde las mujeres sufren mayor disparidad que las del sector urbano, pues además de las barreras ya denotadas, se enfrentan a otras adicionales: el hecho de estar en el campo con sus enormes dificultades (falta de acceso a la educación, a la salud y a unas mejores condiciones de trabajo remunerado) y la violencia intrafamiliar ahondada por la cultura patriarcal tradicional en ese sector.

En resumen, en la presente tesis doctoral se constató que la influencia de la familia es fundamental a la hora de emprender y que tanto mujeres como hombres reproducen al “hacer negocios” los roles de género construidos socialmente, lo cual se evidencia en sus discursos, en donde además se observa el deseo de mantener los esquemas institucionalizados de la familia y de la sociedad sogamoseña, precisamente para no generar oposición a esa división del trabajo que ha relegado a las mujeres a ciertos oficios feminizados, que las perjudica a la hora de emprender debido al doble rol que deben asumir (familia y trabajo), sin embargo, se nota un cambio generacional presente en una

mayor formación académica de los emprendedores y emprendedoras, así como en los roles dentro del hogar, en donde hay una mayor participación de los hombres en la crianza de los hijos y en las tareas domésticas. Desafortunadamente no hay buena percepción del papel del gobierno para los emprendedores y empresarios, dado que las políticas públicas no cumplen con el propósito para el que fueron creadas. Por tanto, los hallazgos aquí presentados brindan una oportunidad para generar políticas enfocadas en la formación para el emprendimiento que busque cambiar los discursos aprendidos en la familia y repetidos a diario, los cuales replican las asimetrías de género y mantienen distancia entre los espacios públicos y privados, impidiendo un cambio individual, familiar e institucional que dé paso a la creatividad y la innovación, fundamentales a la hora de emprender negocios exitosos.

Futuras líneas de investigación

El número de estudios conjuntos sobre emprendimiento y género se ha incrementado con los años y en la medida en que estas dos variables alcanzan mayor importancia dentro del contexto organizacional. Desafortunadamente una buena parte de esos resultados tienen una visión positivista, entendida desde los enfoques metodológicos utilizados que derivan análisis descriptivos y comparativos (Henry, et al, 2015). Estos resultados no pueden seguirse proyectando para el futuro, al considerarse que son discriminatorios de género y que no entregan un verdadero aporte para seguir avanzando en la reducción de la disparidad. Por ello se ve la necesidad de proponer una agenda que incluya en particular la metodología cualitativa y que se privilegien el enfoque fenomenológico, el interaccionismo simbólico y los estudios de caso, con herramientas como las entrevistas, los grupos focales, las historias de vida, etc. Además es importante que se estudie el género

en interacción con diferentes variables y no de manera aislada, sino ante todo debe tenerse en cuenta el contexto de la región, lo que incluye sus características demográficas, sus vocaciones como territorio, los aspectos socioculturales y sectoriales y las políticas de Estado incluidas en el plan de desarrollo de la nación y de las regiones.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Referencias

- Ahl, H. (2002). *The Making of the Female Entrepreneur. A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*. Jonkoping International Business School
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(5), 595-621
- Ahl, H. y Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5) 543-562
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational and human decision processes*, 50, 179-211.
- Alcaldía de Sogamoso – Boyacá. (2014). *Nuestro municipio, información general*. Recuperado 3/11/2015 de: http://sogamoso-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml
- Almagro, M. (2003). *Perfil psicológico del autoempleado* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Alta consejería presidencial para la equidad de la mujer. (2012). *Lineamientos de la política pública nacional de equidad de género para las mujeres*. Recuperado 24/07/2016 de: <http://www.equidadmujer.gov.co/Documents/Lineamientos-politica-publica-equidad-de-genero.pdf>

- Álvarez, J. y Jurgenson, G. (2009). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós
- Alvesson, M y Billing, Y. (1992). Gender and Organization: Towards a Differentiated Understanding. *Organizations studies*, 13(1), 73-103
- Anderson, E. (2008). 'Whose name's on the awning?' Gender, entrepreneurship and the American diner Gender. *Place & Culture: A Journal of Feminist Geography*, 15(4), 395-410
- Banco Mundial. (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina*. Washington: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, Banco Mundial
- Barbeito, S., Nieto, A. y Crespo, D. (2012). El efecto género en la empresa familiar. *Boletín económico de ICE*, (3022), 45-53
- Barbieri, T. (1993). Sobre la categoría género. Una introducción Teorico-metodologica. *Debates en sociología*, (18), 145-169
- Benavides, C., Guzmán, V. y Quintana, C. (2011). Evolución de la literatura sobre empresa familiar como disciplina científica. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(2), 78-90
- Berglund, H. (2015). Between cognition and discourse: phenomenology and the study of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(3), 472-488.

- Blazquez, N. (2012). Epistemología feminista: temas centrales. En: *Investigación Feminista epistemología metodología y representaciones sociales*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México
- Bluhm, D., Harman, W., Lee, T. y Mitchell, T. (2011). Qualitative Research in Management: a Decade of Progress. *Journal of Management Studies*, 48(8), 1866 – 1891
- Blunden, A. (2005). The Poststructuralist Subject. Review of Feminist Practice and Poststructuralist Theory. Recuperado de: <https://www.ethicalpolitics.org/ablunden/pdfs/weedon.pdf>
- Bonan, C. y Guzmán, V. (s.f). *Aportes de la teoría de género a la comprensión de las dinámicas sociales y los temas específicos de asociatividad y participación, identidad y poder*. Recuperado de: <http://www.cem.cl/pdf/aportes.pdf>
- Bonder, G. (1998). Género y subjetividad: avatares de una relación no evidente. En: *Género y Epistemología: Mujeres y Disciplinas*. Santiago de Chile: Universidad de Chile
- Bonte, W. y Piegeler, M. (2013). Gender gap in latent and nascent entrepreneurship: driven by competitiveness. *Small Business Economy*, 41, 961–987
- Bourdieu, P. (2007). *La dominación masculina*. (5a. ed.), pp. 7-59. Barcelona, España: Anagrama
- Broussine, M. (2008). *Creative methods in organizational research*. Londres, Inglaterra: Sage publications.

- Bruni, A., Gherardi, S. y Poggio, B. (2004). Doing gender, doing entrepreneurship: an ethnographic account of intertwined practices. *Gender, Work and Organization*, 11(4), 406-429
- Brush, C. (1992). Research on women business owners; past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(4), 5-30
- Burin, M. (2008). Las "fronteras de cristal" en la carrera laboral de las mujeres. Género, subjetividad y globalización. *Anuario de Psicología*, 39(1), 75-86
- Bustamante, L. (2016). *Imaginario de género en el habla de Tunja*. Tunja, Colombia: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
- Calás, M. y Smircich, L. (2006). From the "woman's point of view" ten years later: towards a feminist organization studies. En: *The sage handbook of organizations studies*. London, Inglaterra: Sage Publications
- Cardozo, M. (2006). *La evaluación de políticas y programas públicos*. El caso de los programas de desarrollo social en México. Ciudad de México: Conocer para decidir
- Cardozo, A. (2010). *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos* (Tesis doctoral). Buenos Aires: Universidad Nacional de Educación a Distancia
- Carrasco, I. y Castaño, S. (2008). El emprendedor Schumpetereano y el contexto social. *ICE*, (845), 121-134
- Carter, S., Shaw, E. Lam, W. y Wilson, F. (2007). Gender, entrepreneurship, and bank lending: the criteria and processes used by bank loan officers in assessing applications. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 427- 444

Castiblanco, S. (2013). La construcción de la categoría del emprendimiento femenino.

Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación Y Reflexión, 21(2), 53-66

Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa*

emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. Recuperado 3/11/2015 de:

<http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelaartenlaensenanzadelemprendimiento.pdf>

Ceja, L. (2008). El papel de la mujer en la empresa familiar: el reconocimiento de un rol

crítico pero a veces invisible. *IESE Business school*, (38), 1-4

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. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas

Cicourel, A. (1982). *El método y la medida en sociología*. Madrid, España: Editora

Nacional

Clauso, A. (1993). Análisis documental: el análisis formal. *Revista General de*

información y documentación, 3(2), 11-19,

Claver, E., Rienda, L. y Pertusa, E. (2004). Un marco teórico para la continuidad de la

empresa familiar desde un punto de vista estratégico. *Esic market*, 229-257

Cohen, L. y Musson, G. (2000). Entrepreneurial Identities: Reflections from Two Case

Studies. *Organization*, 7(1), 31-48.

Colombia. Ley 789 de 2002 por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar

la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de

Trabajo. *Congreso de la Republica*. Diario Oficial 45.046, de 27 de Diciembre de 2002.

Colombia. Ley 905 de 2004 por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y de dictan otras disposiciones.

Colombia. Ley 1014 fomento a la cultura del emprendimiento. *Congreso de la república*. 26 de enero de 2006, 1-9.

Contreras, F., Pedraza, J. y Mejía, X. (2012). La mujer y el liderazgo empresarial. *Revista Diversitas - Perspectivas en psicología*, 8(1), 183-194

Corres, P. (2012). Femenino y masculino: modalidades del ser. En: *Investigación Feminista epistemología metodología y representaciones sociales*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México

Creswell, J. (2009). *Research design. Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Los Angeles, Estados Unidos: Sage

De La Garza, M., Medina, J. y Díaz, J. (2007). Empresas familiares: sus fortalezas y debilidades. Estudio multicaso. *X asamblea general de la ALAFEC*. Asociación latinoamericana de facultades y escuelas de contaduría y administración, Santo Domingo, República Dominicana.

De La Rosa, A. (2007). Poder, ambigüedad e institución: re-pensando la concepción tradicional de las relaciones de poder en el análisis organizacional. *Administración y organizaciones*, 11-29.

De La Rosa, A., Lozano, O. y Ramírez, J. (2009). Organización, empresa y familia: de la empresa familiar a la organización familiar. *Gestión y estrategia*, 36, 17-36

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2005). *Censo general 2005*. Bogota, Colombia: DANE.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2009). *Estudios Postcensales No 7. Proyecciones nacionales y departamentales de población 2005-2020*. Bogota, Colombia: DANE.

Díaz, L. (2011). La observación.

Díaz, M., Pérez, E. y Díaz, E. (2015). Equilibrio de género en la pequeña empresa familiar: el papel del protocolo. En: *Estudios sobre el futuro Código Mercantil: libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz*. Madrid, España: Getafe

Durán, J. y San Martín, J. (2013). Estudio comparativo de la empresa familiar en México en el contexto mundial. *Revista de estudios en contaduría, administración e informática*, 2(5), 21-54

Duran, E. y Arias, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista colombiana de ciencias sociales*, 6(2), 320-340

Echezárraga, J. (2010). *Empresas familiares. Reto al destino*. Buenos Aires, Argentina: Granica

Elizundia, M. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y administración*, 60, 468-485

Equidad de la mujer. (2016). Política Pública Nacional de Equidad de género para las Mujeres y el Plan Integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencias. Recuperado 23/07/2016 de:

<http://www.equidadmujer.gov.co/ejes/Paginas/politica-publica-de-equidad-de-genero.aspx>

- Erazo, M. (2011). Rigor científico en las prácticas de investigación cualitativa. *Ciencia, docencia y tecnología*, 22(42), 107-136
- Espina, M. (2007). Complejidad, transdisciplina y metodología de la investigación social. *Utopía y praxis latinoamericana*, 12(38), 29-43
- Estrada, F. (2008). Economía y racionalidad de las organizaciones. Los aportes de Herbert A. Simon. *Revista de Estudios Sociales*, 31, 84-102
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina: Publicación INTA
- Fracica, G., Matíz, J., Hernández, G. y Mogollón, Y. (2011). Capital semilla para la financiación del Start Ups con alto potencial de crecimiento en Colombia. *Revista escuela de administración de negocios*, (71), 126-146
- Fuentes, F. y Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28(3), 1-28
- García, A. (2009). La teoría de la estructuración y su observación desde la acción: los límites del análisis. *Estudios Sociológicos*, 27(79), 31-61
- Gatrell, C. y Cooper, C. (2008). Work-life balance: Working for whom? *European Journal of International Management*, 2(1), 71-86.
- George, C. y Álvarez, M. (2005). *Historia del pensamiento administrativo*. Ciudad de México, México: Pearson educación
- Gherardi, S. y Poggio, B. (2002). Creating and recreating gender order in organizations. *Journal of World Business*, 36, 245-59.

- Gicheva, D. y Link, A. (2015). Leveraging entrepreneurship through private investments: does gender matter? *Small Business Economy*, 45(4), 199–210
- Giraldo, O., Bedoya, G., y Vargas, C. (2009). Principales limitaciones del empresarismo que afectan el desarrollo económico y social del país. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (66), 99-112.
- Global Entrepreneurship monitor (GEM). (2012). Global Entrepreneurship Monitor Caribbean: 2011 Caribbean Regional Report. Cali Colombia, Universidad Icesi, Ediciones Icesi
- Global Entrepreneurship monitor (GEM). (2013). *2012 Women's Report*. Recuperado 25/10/2016 de: http://www.unirazak.edu.my/images/about/GEM_2012_Womens_Report.pdf
- Global Entrepreneurship monitor (GEM). (2015). *Especial report Women's entrepreneurship*. Recuperado 02/02/2017 de: <http://gemconsortium.org/report/49281>
- Global Entrepreneurship Monitor Colombia. (2014). *Dinámica empresarial colombiana. GEM Colombia*. Recuperado 18/10/2015 de: gemcolombia.org/wp-content/.../dinámica-empresarial-colombiana.pdf
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017). 2016/17 global report. Recuperado 20/06/2017 de: <http://www.gemconsortium.org/report>
- Goel, R., Goktepe-Hulten, D. y Ram, R. (2015). Academics' entrepreneurship propensities and gender differences. *Journal of Technologic Transfers*, 40, 161–177

- Gómez, H. y Mitchell, D. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018. *Cuadernos Fedesarrollo*, (50), 1-82.
- González, R. (2012). *Una aproximación sociológica al 'otro emprendimiento': la experiencia social de emprender en grupos vulnerables urbanos y sus implicancias en la construcción de vínculos sociales*. Universidad de Chile, Santiago de Chile
- Goyzueta, S. (2013). Modelo de gestión para las empresas familiares con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad. *Perspectivas*, 16(31), 87-132.
- Gutiérrez, S. (2015). Emprendimiento en las empresas familiares. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 4(7), 1-19.
- Harding, S. (1987). Introduction: Is there a feminist method? En: *feminist and methodology*. Indiana, Estados Unidos: Indiana University Press
- Henry, C., Foss, L. y Ahl, H. (2015). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241
- Hernández, R. (2014). La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada. *Cuestiones Pedagógicas*, 23, 187-210
- Herrera, K. y Gutiérrez, J. (2014). El emprendimiento como iniciativa para la creación de empresas: Análisis de la perspectiva psicológica y contextual. *Revista de ciencias sociales*, 20(2), 288-302.
- Hollander, B. y Bukowitz, W. (s.f). Mujeres, cultura familiar y empresa familiar. Clásicos de FBR en español

Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres). (2007). *Glosario de género*. Recuperado de www.inmujeres.gob.mx

Irigoyen, H. (2005). *La empresa familiar en América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Macchi

Irigoyen, H. (2015). *La crisis en la empresa de familia*. Buenos Aires, Argentina: Macchi

Jones, S. (2012). Gendered discourses of entrepreneurship in UK higher education: The fictive entrepreneur and the fictive student. *International Small Business Journal*, 32(3) 237 –258

Justo, R. (2008). *La influencia del género y entorno Familiar en el éxito y fracaso de las Iniciativas emprendedoras* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, Madrid España.

Kaztman, R. (2000). *Notas sobre la medición de la vulnerabilidad social*. Documento de trabajo del IPES

Kilenthong, W. y Rueanthip, K. (2018) Emprendimiento y empresas familiares en Tailandia. *Literatura económica de Asia y el Pacífico*, 32(1), 77-93

Knight, M. (2013). “New markets must be conquered”: Race, gender, and the embodiment of entrepreneurship within texts. *The Canadian Geographer*, 57(3), 345–353

Ladge, J., Huberd, B., Baskerville, M. y Harrington, B. (2015). Updating the organization man: an examination of involved fathering in the workplace. *The Academy of Management Perspectives*, 29(1), 152–171.

Lamas, M. (1986). La antropología feminista y la categoría “género”. *Nueva antropología*, 8(30), 173-198

- Lamelas, N. y Aguayo, E. (2010). Desigualdad de género en Latinoamérica desde la perspectiva de los indicadores de desarrollo humano. *Revista Galega de Economía, 19(2)*, 1-15
- Leach, P. (2010). *La empresa familiar*. Buenos Aires, Argentina: Granica
- LeMoigne, J. (1997). La incoherencia epistemológica de las ciencias de la gestión. *Cuadernos de Economía, 16(26)*, 163-185.
- Lerner, M. y Almor, T. (2002). Relationships among strategic capabilities and the performance of womenowned small ventures. *Journal of Small Business Management, 40(2)*, 109–125.
- Lewis, K. (2015). Enacting entrepreneurship and leadership: a longitudinal exploration of gendered identity work. *Journal of Small Business Management, 53(3)*, 662–682
- Licona, E. y García, D. (2017). La observación participante en la investigación social. En: *La recolección de información en las ciencias sociales. Una aproximación integradora*. Bogotá, Colombia: Lemoine editors
- López, W. y Montilla, M. (2012). Potencialidad emprendedora de los estudiantes de Administración del NURR–ULA. *Visión Gerencial, (1)*, 79-102
- Macías, V. y Ramírez, D. (2011). Sucesión en empresas familiares. Análisis desde la teoría de la agencia. Caso: Caldas. *Criterio Libre, 9(15)*, 193-212
- Malach, A. y Schwartz, D. (2008). Now you see them, now you don't: gender differences in entrepreneurship. *Journal of Managerial Psychology, 23(7)*, 811-832

- Marín, D. (2012). Consideraciones epistemológicas en torno al carácter científico de la administración. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 22(46), 39-52
- Marín, X. (2013). ¿Equidad de género las mujeres rurales? Reflexiones sobre la política pública, Conpes social 161/2013. *Cultura científica*, 98-106
- Marín, A., García, P. y Aristizábal, S. (2013). *Sociología de las organizaciones. Influencia de las tecnologías de la información y la comunicación*. Madrid: Editorial Fragua
- Mirchandani, K. (1999). Feminist Insight on Gendered Work: New Directions in Research on Women and Entrepreneurship. *Gender, work & organization*, 6(4), 224-235
- Montaño, L. (2014). Los estudios organizacionales. Revisando el papel de la crítica en administración. En: *Estudios Críticos de la Organización: Qué son y cuál es su utilidad?* Cali, Colombia: Universidad del Valle.
- Mumby, D. y Clair, R. (2000). *El discurso en las organizaciones*. En: Van Dijk, Teun A. Comp. (2000). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa. 263-297.
- Nueno, P. (2005). *Emprendiendo*. Barcelona: Ediciones Deusto
- Observatorio de igualdad de género de América Latina y el Caribe. (2017). *Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe. Mapas de ruta para el desarrollo*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas
- Ogbor, J. (2000). Mythicizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology-Critique of Entrepreneurial Studies. *Journal of Management Studies*, 37(5), 605-635

- Ojeda, E. y Chu de Fung, S. (2013). Entender y fomentar el emprendimiento en empresas familiares. *Debates*, 17(1), 32-36
- Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225-235
- Orrego, C. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento & gestión*, 27, 235-252
- Orrego, C. (2014). La voluntad de emprender: un estudio Fenomenológico. *Estrategias*, 12(22), 17-28.
- Ortiz, E. (2017). Discursos y género, en relatos de hombres y mujeres. *AGO.USB*, 17(1), 176-191
- Pérez, C. y Avilés, M. (2016). Explanatory factors of female entrepreneurship and limiting elements. *Suma de negocio*, 7, 25-31
- PNUD Perú (2012). *Estrategias de igualdad de género*. Lima, Perú: PNUD
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento. Conceptos y plan de negocio*. Ciudad de México, México: Pearson Educación
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD. (2011). *Mujeres rurales gestoras de esperanza*. Colección Cuadernos INDH. Bogotá, Colombia: PNUD
- Quejada, R. y Ávila, J. (2016). Empresas familiares: Conceptos, teorías y estructuras. *Revista escuela administración de negocios*, (81), 149-158
- Quinlan, M. y Bute, J. (2013) ‘Where are all the men?’ A poststructural feminist analysis of a university's sexual health seminar. *Sex Education: Sexuality, Society and Learning*, 13(1), 54-67

- Ramírez, G., Vargas, G. y de la Rosa, A. (2011). Estudios organizacionales y administración. Contrastes y complementariedades: caminando hacia el eslabón perdido. *Forum doctoral*, (3), 7-54
- Reina, Y. y Rubio, K. (2016). *Boyacá: Un contraste entre competitividad, desempeño económico y pobreza*. Cartagena, Colombia: Banco de la República, centro de estudios económicos regionales.
- Richard, A. (2010). Desempeño de empresas de propiedad de mujeres ¿Importa el tamaño? En: *Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina*. Washington, Estados Unidos: Banco Mundial.
- Romero, A. y Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención 95 Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. *Universia*, 10(1), pp. 95-109
- Ruíz, S. y Bonometti, P. (2010). Las mujeres en América Latina: indicadores y datos. *Revista de ciencias sociales*, 4(1), 75-87
- Sabater, R., Sánchez, G. y Carrasco, A. (s.f). *Las dimensiones de la retribución en la empresa familiar: marco teórico y evidencia empírica*. Recuperado de: <http://www.biblioferrersalat.com/media/documentos/IdP826.pdf>
- Saldarriaga, M. y Guzmán, M. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior. ¿Metodología o modelo? *Revista EAN*, 85, 125-142
- Sandín, M. (2000). Criterios de validez en la investigación Cualitativa: De la objetividad a la solidaridad. *Revista de Investigación Educativa*, 18(1), 223-242
- Sandoval, J. y Guerrero, E. (2010). Empresas familiares en Colombia: Hacia la construcción de un modelo de gestión comercial. *Revista U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica*, 13(1), 135-146

- Schiebinger, L. (2004) *¿Tiene sexo la mente? Las mujeres en los orígenes de la ciencia moderna*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- Scott, J. (1996). El género: Una categoría útil para el análisis histórico. En: Lamas, M. *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. Ciudad de México; México: PUEG.
- Serrano, A., Pérez, M., Palma, M. y López, M. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. *Estudios gerenciales*, (32), 82-95
- Serret, E. (2011). Hacia una redefinición de las identidades de género. *Géneros. Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género*, 9(18), 71-97
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy Management Review*, 25(1), 217-226
- Soto, A. (2013). La empresa familiar en México Situación actual de la investigación. *Contaduría y Administración*, 58(2), 135-171
- Suárez, R. (2011). *Mujeres empresarias en Colombia: hacia la autonomía económica y la construcción del cuidado* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Thompson, M. (2010). Who's Guarding What? A Poststructural Feminist Analysis of Gardasil Discourses. *Health Communication*, 25, 119–130.
- Trejo, M. F. (2012). Fenomenología como método de investigación: una opción para el profesional de enfermería. *Enf Neurol*, 11(2), 98-101
- Trimiño, C. (2013). *Aportaciones del feminismo liberal al desarrollo de los derechos políticos de las mujeres*. Madrid, España: Congreso de los Diputados

- Urbiola, A. (2004). *Cultura y comunicación en organizaciones de Ahorro y crédito popular. Un caso de Institucionalización de mitos racionales y Convergencia simbólica*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma Metropolitana, Ciudad de México, México.
- Urbiola, A. (2013). Importancia de la comunicación organizacional, el lenguaje y la explicación discursiva desde la perspectiva de género. *Revista Educación y Humanismo*, 15(24), 136-147.
- Vázquez, A. y Urbiola, A. (2014). El género como una perspectiva para el análisis de las organizaciones. *Iztapalapa Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 35(77), 159-189
- Vázquez, J., Arredondo, F. y De La Graza, J. (2016). Brecha de género en los países miembros de la Alianza del Pacífico. *Estudios gerenciales*, (32), 336-345
- Vallmitjana, N. (s.f). *La actividad emprendedora de los graduados IQS*. (Tesis doctoral). Universitat Ramon Llul.
- Von, K. (2010). ¿Por qué no crecen las empresas lideradas por mujeres? En: *Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina*. Washington, Estados Unidos: Banco Mundial
- Warnecke, T. (2013). Entrepreneurship and Gender: An Institutional Perspective. *Journal of economic issues*, 47(2), 455-463
- Williams, K. y Mills, A. (2017), Frances Perkins: gender, context and history in the neglect of a management theorist. *Journal of Management History*, 23(1), 32 - 50
- World Economic Forum (2017). The Global Gender Gap Report. Viena, Suiza, World Economic Forum

Zabludovsky, G. (2007). Las mujeres en México: trabajo, educación superior y esferas de poder. *Política y Cultura*, (28), 9-41

Zambrano, S. (2012). La competitividad en los sectores manufacturero y de servicios. Estudio de caso. *Criterio Libre*, 10(17), 177-192

Zambrano, S. y Suárez, M. (2016). Emprendimiento y empresarismo de la mujer en Latinoamérica. En: *Mujeres humanistas a bordo*. Ciudad de México, México: Acento editores

Zemelman, H. (2012). *Los horizontes de la razón. Uso crítico de la teoría*. Barcelona, España: Anthropos editorial.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Apéndices

Apéndice A.

Encuesta de Caracterización

**Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración
Doctorado en Administración**

Entrevistadora: Sandra Milena Zambrano Vargas

Consentimiento:

Apreciada/o informante: Agradezco su colaboración al aceptar responder este cuestionario y entrevista que forma parte de mi tesis doctoral, este trabajo se titula “El género como factor determinante para el emprendimiento en empresas familiares del municipio de Sogamoso-Colombia”.

.La información suministrada por usted es confidencial y reservada, conforme lo previsto en la Constitución y en la Ley 1273 de 2009 y tiene fines académicos exclusivamente. Los resultados del estudio preservarán la confidencialidad de los participantes. De acuerdo con Ley estatutaria general de protección de datos personales (1581 de 2012) ninguno de sus datos serán compartidos parcial o totalmente a ninguna persona u organización privada o pública.

Para mayor información sobre este trabajo de investigación, puede comunicarse al correo electrónico sandra.zambrano01@uptc.edu.co, 3005354201

Firma _____ y CC: _____

Con su firma acepta participar del estudio bajo las condiciones antes mencionadas

INSTRUCCIONES

A continuación encontrará una serie de preguntas, que agradecemos conteste con el fin de establecer un perfil socio demográfico previo a la realización de la entrevista.

1. Nombre de la empresa _____

2. La empresa es de: Manufactura ___ Servicios ___

3. Actividad de la empresa: _____

4. Qué bien o servicio produce la empresa _____

5. A quién le vende? _____

6. Tiempo que lleva funcionando la empresa _____

7.Cuál es su experiencia laboral en años antes de la creación de la empresa _____

8. Su último nivel educativo: Bachiller _____ Técnico _____ Tecnólogo _____ Pregrado _____ Posgrado _____ Otro _____ Cuál _____

9. Estado civil: Casada/o _____ Soltera/o _____ Divorciada/o _____ Unión libre _____ Viuda/o _____

10. Número de hijos _____

11. Cuantas personas componen su núcleo familiar: _____

12. Cuantas personas dependen económicamente de usted? _____

13. Cuántas personas de su familia trabajan en la empresa? _____

12. Describa por favor el rol que desempeñan y su parentesco

Parentesco	Cargo u oficio
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Apéndice B.

Guía de la entrevista semiestructurada

1. Dígame para usted qué es ser emprendedor/a
2. Me podría hacer un gráfico o dibujo explicando para usted qué es el emprendimiento
3. Cuénteme cómo llegó a ser emprendedor/a

4. Cuáles cree que son los rasgos de personalidad que usted tiene y que lo han impulsado a ser emprendedor/a?
5. En su familia en general cómo ven a un hombre/mujer emprendedor/a
6. De qué manera ha conciliado la vida familiar y laboral?
7. Cree que hay alguna diferencia en el emprendimiento realizado por un hombre y el realizado por una mujer?
8. Para usted el emprendedor colombiano tiene rasgos específicos, cuáles serían?
9. Cuénteme cómo es un día en su empresa, haciendo referencia a los roles laborales y familiares.
10. En su empresa hay oficios específicos que se asignan a cada persona dependiendo si es hombre o es mujer?
- 11.Cuál ha sido el papel del gobierno nacional y municipal durante la ejecución de su emprendimiento y la consolidación de su empresa
12. A su juicio que podría hacer el gobierno para facilitar la consecución de nuevos emprendimientos
13. Qué consejos le daría a una persona que quiera emprender y consolidarse como empresario?

Apéndice C.

Aproximación a los Estudios de Emprendimiento y Género

Los estudios realizados por el GEM (2015) muestran que existe una influencia cultural y de costumbres que hace que las mujeres emprendan en menor proporción que los hombres,

sin importar el nivel de desarrollo económico de su país de origen, lo que necesariamente las lleva a una disparidad que se traslapa en los diferentes aspectos de sus vidas. Además se han realizado diferentes tipos de análisis que también tienen en cuenta la formación académica, la edad, la red de contactos y en general la formación para el emprendimiento. Algunos de los estudios son concluyentes en sus resultados, sin embargo siempre se deja un margen de error que corresponde a las características específicas de cada región, lo que tiene que ver con otras condiciones que muchas veces no se estudian pero que en realidad podrían tener la respuesta de lo que se quiere saber sobre emprendimiento. Es así que en la mayoría de países persiste la misma tendencia y a pesar de que los reportes oficiales anuncian que desde el 2012 la brecha se ha reducido, es necesario seguir indagando con otras metodologías y dejando de lado el solo análisis comparativo desde lo sociodemográfico. Para el caso de América Latina por ejemplo, la situación sigue siendo bastante precaria, debido a que a pesar de que el discurso ha cambiado y ha habido grandes esfuerzos internacionales, siguen existiendo claras muestras de precariedad en la equidad de género en todos los países, mostrando en su mayoría una dependencia económica de las mujeres sin ingresos, que a su vez posibilita el poder de los hombres sobre las mismas (Vázquez, Arredondo y De La Garza, 2016).

Por su parte la Cepal (2016) afirma que a pesar de que en años pasados hubo un equilibrio en algunos indicadores de igualdad de género de los países en Latinoamérica, existen otros como la cantidad de mujeres en la pobreza, a los que debería dárseles una mayor atención. Estos factores son entre otros “la falta de ingresos propios y suficientes, la sobrecarga de trabajo no remunerado, las brechas de participación económica y las tasas de desempleo sistemáticamente superiores a las de los hombres” (Cepal, 2016, p.39), esta

marcada desigualdad, según el informe de la Cepal, creció desde 1980 hasta el 2000 y hasta la fecha ha seguido aumentando aunque en una menor proporción, lo que coloca a América Latina como la región con más desigualdad del mundo, es así que la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible propone objetivos que ayuden a lograr la igualdad, tal como se muestran en la siguiente tabla.

Tabla C-1

Objetivos para el logro de la igualdad entre géneros

Eje central	Subcomponentes	Descripción
Sin superación de la pobreza no hay autonomía económica para las mujeres	Más mujeres entre los pobres	“El índice de feminidad de la pobreza refleja el porcentaje de mujeres pobres de 20 a 59 años con respecto a la proporción de hombres pobres de esa misma franja etaria. En América Latina, este índice subió 11 puntos, pasando de 107,1 en 2002 a 118,2 en 2014. Lo anterior significa que en 2014 el porcentaje de mujeres pobres era un 18% superior al de los hombres pobres del mismo tramo de edad, lo que marca la sobrerrepresentación de las mujeres en este conjunto de hogares” (p.42).
	Tener ingresos propios no es suficiente	“Según diversos estudios, el potencial de crecimiento de las empresas constituidas por mujeres está restringido por la informalidad: entre el 55% y el 91% de la actividad empresarial de las mujeres en la región tiene lugar en la economía informal. Este fenómeno hace que el ingreso se torne más inestable y más

		propenso a desaparecer que en el caso de los hombres. Las mujeres lideran el 23% de los pequeños negocios de la región, pero solo el 9% de las grandes empresas (The Economist Intelligence Unit, 2013)” (p.45).
El salario mínimo: una institución laboral que contribuye a la autonomía económica de las mujeres	Los impactos de establecer una renta básica para las mujeres	“Si bien la renta básica no solucionaría todos los problemas que trae consigo la desigualdad y la división sexual del trabajo, sí tendría efectos positivos, entre ellos: i) una mayor libertad para las mujeres al entregarles independencia económica; ii) la disminución de la feminización de los hogares pobres, y iii) una mejor distribución de las tareas domésticas y de cuidado, debido a que aumentaría el poder de negociación de las mujeres” (p.53).
La economía del cuidado: proceso integrado de producción y reproducción	Hacer visible lo invisible	“En los actuales debates sobre la economía del cuidado y la sostenibilidad de la vida humana, queda en evidencia que gran parte de lo que produce y sostiene la vida de las personas no se considera ni contabiliza en los análisis de la economía tradicional” (p.54).
	Las políticas públicas y la economía del cuidado	“El principal aporte de visibilizar lo invisible del trabajo no remunerado a través de su valorización económica es la formulación de políticas públicas de reconocimiento y redistribución de las tareas no remuneradas. En el mismo

		sentido, algunos países de la región han utilizado la información proveniente de las encuestas de uso del tiempo para el diseño de políticas integradas que comprendan servicios, tiempos, recursos y regulaciones para el cuidado, tanto para quienes lo requieren como para quienes lo proveen” (p.56).
Los ingresos y el uso del tiempo: el trabajo doméstico y de cuidados en el centro de la ecuación	Reducción de la jornada laboral para todos: una llave para la corresponsabilidad de los cuidados	“Reducir la jornada laboral destinada al mercado tanto para los hombres como para las mujeres, no solo permitiría que más mujeres se insertaran en el trabajo remunerado, sino que además habilitaría tiempo de los hombres para realizar actividades de trabajo no remunerado, lo que permitiría transitar el camino hacia la corresponsabilidad. El equilibrio entre el trabajo remunerado y el no remunerado considerando jornadas laborales inferiores a las actuales posibilitaría una mejor distribución de la carga total del trabajo entre hombres y mujeres, transformando la proporción actual que indica que, del tiempo de trabajo total, las mujeres dedican un tercio al mercado y dos tercios al trabajo no remunerado, y los hombres registran la ecuación inversa” (p.64).

Fuente: Elaboración propia a partir de Cepal (2016)

Además de lo descrito en la tabla C-1, para la Cepal existen otros factores que también deben ser tenidos en cuenta a la hora de formular una política pública que garantice la igualdad de género, como son la discriminación existente en el mercado laboral que reconoce un desacople entre educación y trabajo remunerado, y una resistente segmentación laboral que ubica a las mujeres en trabajos de baja productividad y por tanto con bajos ingresos; los sesgos y déficit en la protección social, que muestran la enorme deuda hacia las mujeres en cuanto a los pagos y subsidios que históricamente han dejado de percibir, y finalmente, el acceso y control sobre los recursos naturales y sobre los activos financieros que se hacen visibles en la exclusión de las mujeres rurales y en las barreras para acceder al sistema financiero (Cepal, 2016).

De otro lado, el World Economic Forum (2017), explica que desde el año 2006 realiza un estudio en el mundo que busca cuantificar la brecha de género existente y los progresos realizados por los países en el tiempo, al medir cuatro dimensiones temáticas: “Participación económica y oportunidad, logros educativos, salud y supervivencia y empoderamiento político” (p.43). Para la última entrega de este informe, se realiza el análisis en 144 países y el objetivo fundamental es el de brindar herramientas que ayuden a disminuir la disparidad existente. Se observa que en promedio para las naciones estudiadas hay un cierre de brecha del 96% en salud y supervivencia, en cuanto a la educación más del 95% ha sido cerrada, pero en las dimensiones de participación económica y empoderamiento político sólo ha sido del 58%, indicando que queda un largo camino por recorrer, sobre todo en algunos países más que en otros, siendo los más equitativos los países Nórdicos. Por otro lado, se encuentra que la persistencia de inequidad en la dimensión económica reduce el PIB de los países en unas cifras

importantes debido a que existe una subrepresentación de mujeres en sectores como la ingeniería, la manufactura y la tecnología, y de hombres en la educación, salud y bienestar, lo que lleva a una pérdida de talentos en diferentes campos que a su vez se refleja en los resultados económicos de los diferentes sectores.

- **Características de las mujeres emprendedoras.** El GEM (2015) y el GEM (2013) analizan una serie de características encontradas en las mujeres emprendedoras en el mundo, información que puede servir para que los gobiernos encaucen sus acciones hacia ayudas más efectivas que permitan la inclusión de las mujeres en la economía. Algunas de esas características son:

Edad. Según el informe, en el mundo los patrones son similares y el rango de edad en donde más se presenta la iniciativa emprendedora se encuentra entre los 25 y 34 años, mientras que en Asia y Oceanía está entre los 35 y 44 años. La tasa de actividad emprendedora por edades, depende de muchas características, por ejemplo en algunos países en edades entre 18 y 25 años, la proporción es muy baja debido a que en esa etapa las mujeres se encuentran en la universidad, en otros rangos de edad por la crianza de los hijos y en otros también han considerado los problemas de salud y la crianza de los nietos, además de los aspectos culturales presentes en cada región que también influyen.

Formación académica. En general se confirma que las mujeres que tienen mayor formación académica sobre todo en los países en vía de desarrollo, tienen mayor oportunidad de ser empresarias, sin embargo también se encuentran países en donde a pesar de que los niveles educativos para las mujeres son altos, la tasa de actividad emprendedora es baja, como sucede en Libia, Malasia, Rusia y Puerto Rico.

Motivación. Hace referencia a las razones que llevan a una persona a empezar un negocio, evidenciando que en su mayoría en el mundo, hay más baja proporción de mujeres que emprenden por oportunidad, pues en gran medida inician una nueva actividad impulsadas por la necesidad de obtener mayores recursos para su familia, mostrando una enorme desventaja frente a las razones de los hombres.

Equipos. Las mujeres tienen un 20% menos de probabilidad de iniciar un negocio con más personas, la evidencia muestra que en su mayoría comienzan el negocio solas, es decir que prevalece la costumbre de valerse por sí solas y de no buscar la participación de otros en sus negocios.

- **Implicaciones e impacto del emprendimiento femenino.** Es importante recalcar que el GEM ofrece una buena fuente de información relacionada con las características sociodemográficas de los emprendedores por países, información que se contrasta con las características económicas de las naciones, con las cuales intentan dar explicaciones sobre aspectos como las condiciones para emprender, sin embargo, se hace necesario complementar con estudios cualitativos que sobre todo incluyan los rasgos culturales propios de cada región y que serían un factor clave en la decisión de comenzar un negocio.

Adicionalmente, las explicaciones que relacionan la preferencia en los sectores de la economía en donde más se ubican las mujeres, ofrecen importantes conclusiones acerca de las facilidades y/o dificultades que enfrentan las emprendedoras. Es así que se sabe que por ejemplo las mujeres emprenden más en el sector servicios y sobre todo en negocios de cuidado personal y emprenden menos en manufactura. Por otro lado, existen evidencias de que las mujeres tienen un menor acceso a capital para hacer crecer sus negocios y que en muchas ocasiones sus rendimientos empresariales son más bajos que los de sus pares

masculinos. Todo lo anterior resta importancia al papel de las mujeres en la economía pues se subvalora su aporte, dejando como es costumbre, más importancia al aporte de los hombres que al de las mujeres en la economía.

1. Diferencias en el Emprendimiento por Género Según el GEM para Latinoamérica

El caso de América Latina no es diferente en cuanto a los resultados reales de los emprendimientos hechos por mujeres y por hombres, en la tabla C-2 se muestran los datos más relevantes sobre emprendimiento y género para los países de la región, los que dan cuenta de la disparidad existente.

Tabla C-2

TEA por género, por oportunidad y por necesidad

País	TEA Hombres	TEA Mujeres	TEA hombres por oportunidad	TEA mujeres por oportunidad	TEA hombres por necesidad	TEA mujeres por necesidad
Argentina	16	13,1	74,2	58,3	23,3	40,1
Belize	30,5	27,3	88,8	87,3	8	8,6
Brasil	19,2	19,9	63,2	51,9	36,8	47,7
Chile	28,6	19,8	79,7	70,2	18,7	28,4
Colombia	30,2	24,7	89,7	81,7	9,4	17,1
Ecuador	33,6	30,2	68,5	61,9	25,6	30,6
Panamá	14,2	12,3	88,4	76,6	9,4	21,1
Perú	26,3	26	81,1	82,6	12,4	13,2
Uruguay	18,7	9,9	75,2	63,5	24,1	35,5

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2017)

Se observa que la mayor disparidad se encuentra en Uruguay en donde la tasa de actividad emprendedora (TEA) de los hombres es casi el doble de las mujeres y en Brasil, el TEA de las mujeres sobrepasa el de los hombres por una décimas, entre tanto, se observa que en todos los casos el TEA por oportunidad es mayor para los hombres, mientras que

el TEA por necesidad en todos los casos es mayor para las mujeres, en Colombia el de las mujeres duplica el de los hombres, lo que permite considerar hasta qué punto las mujeres hacen sus emprendimientos como su última opción para lograr el sostenimiento de su familia. En la figura 13 se observa que los países en donde las mujeres deben emprender por necesidad en mayor medida son Brasil, Argentina y Uruguay, pero en donde se ve una mayor disparidad entre mujeres y hombres es en Colombia

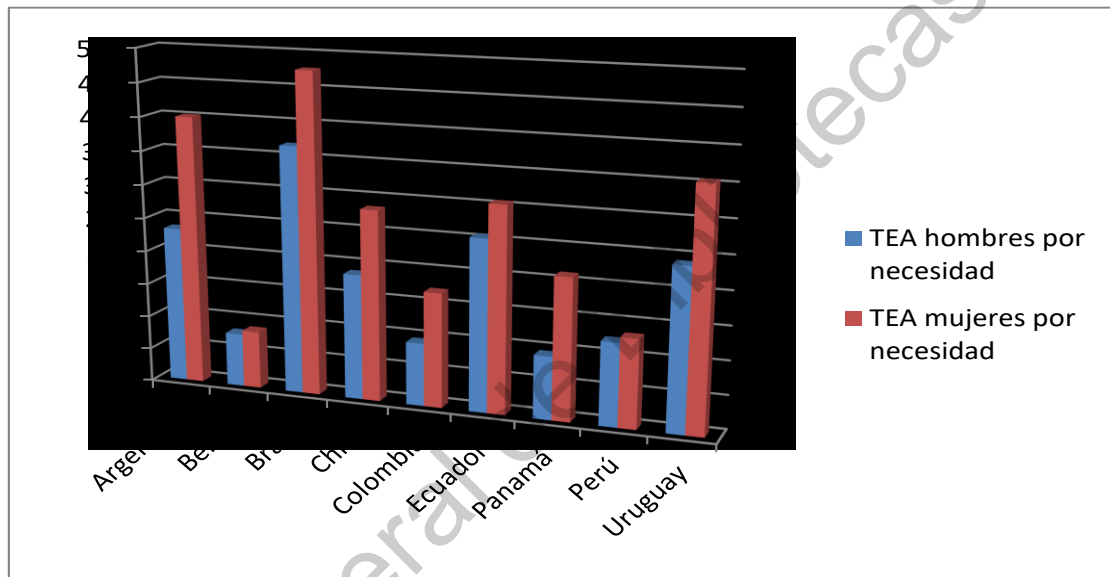


Figura C-1. Ranking de TEA entre hombres y mujeres por necesidad. Fuente: Elaboración propia a partir de Global Entrepreneurship Monitor (2017)

En general se reconoce la heterogeneidad en los países cuando se habla de la desigualdad de género, vista en los diversos indicadores, pues las condiciones particulares de cada región inciden de forma determinante no solo en las cifras halladas, sino en las maneras en que se debiera buscar la equidad para permitirle a las mujeres tener mayores oportunidades en todos los espacios de la vida (Observatorio de igualdad de género de América Latina y el Caribe 2017; Ruíz y Bonometti, 2010; Lamelas y Aguayo, 2010). A la misma conclusión llegó la Comisión Económica para América Latina y el Caribe

(Cepal, 2016) que afirma que hace falta mucho en Latinoamérica para la igualdad de los géneros, pues a pesar de los diversos esfuerzos por lograrlo, muchos países no han conseguido que sus mujeres puedan ejercer plenamente sus derechos humanos y tener independencia a partir de la generación de ingresos y recursos propios, así como en la toma de decisiones que afectan su vida y a la de sus comunidades (citado en Vázquez, Arredondo y De La Garza, 2016).

En otros estudios como el realizado por Richard (2010) en Guatemala, se muestra que las diferencias en la productividad de las empresas de acuerdo con el género se reduce en la medida que las empresas crecen, así las microempresas propiedad de las mujeres son menos rentables que las de los hombres, sin embargo en la medida que el tamaño de la empresa aumenta esta diferencia se reduce, siendo las empresas de las mujeres incluso más productivas que las de sus pares masculinos.

De igual manera, en un estudio realizado por Von (2010) en Chile se encuentra que a pesar de que existen muchos problemas que impiden el crecimiento de las empresas independientemente del género de su propietario, algunos de estos problemas como los comerciales y de capital humano pueden tener un sesgo de género (vulnerabilidad a la corrupción o el acceso a la capacitación empresarial).

2. Contexto del Departamento de Boyacá

- **Generalidades del departamento.** Boyacá en un departamento ubicado en el centro-oriente de Colombia, que ha recibido amplio reconocimiento por su participación en la independencia de la nación, además porque posee una diversidad agrícola, minera y un territorio con diferentes climas (tropical lluvioso, seco y de montaña), además de poseer todos los pisos biotérmicos, que lo hace atractivo turísticamente. Boyacá posee una

baja tasa de crecimiento poblacional del 0,23 % anual y se caracteriza principalmente por mostrar grandes brechas entre los índices de pobreza rural y urbana (Reina y Rubio, 2016). En el Plan de Desarrollo para Boyacá 2012-2015 se señala que el departamento muestra unas tasas de emigración superiores al promedio nacional, lo que mantiene la tendencia de ser un territorio expulsor de la población. Algunas cifras del DANE del año 2005 muestran que en el período de 1990-1995 el departamento de Boyacá presenta un éxodo poblacional de 14,36 'por cada mil habitantes, mientras que la tasa nacional es de 1,50 para el mismo periodo. En los años 1995-2000 mientras que la tasa nacional fue del 3,62, la tasa departamental fue de 12,53. Además la proyección del DANE espera que para los años 2015-2020 se logre una tasa del 7,98 y una tasa nacional del 1,14 (DANE, 2009), lo que ubica al departamento de Boyacá como el tercero con más éxodo poblacional en el país, después de departamentos como Chocó y Arauca.

Estructura económica. Los sectores de mayor importancia económica para el departamento son la industria manufacturera, la actividad agropecuaria, la minería y el comercio, sin embargo, en los últimos años el crecimiento del sector servicios ha sido considerable. Desafortunadamente la participación de Boyacá en el PIB se ha reducido considerablemente, pasando de 4,6 % en 1961 a 2,7% en el 2000 y de apenas 2,9% en el 2014, lo que muestra que principalmente el descenso en la producción manufacturera ha causado estos resultados (Reina y Rubio, 2016).

Indicadores. Boyacá sobresale en temas fundamentales como la educación media y superior, además en la investigación científica en las universidades, aunque se observa baja inversión en actividades de ciencia, tecnología e innovación, en patentes y diseños industriales. Así mismo el número de investigadores ha venido en aumento, lo que denota

un gran esfuerzo por parte de las instituciones en estos aspectos (Reina y Rubio, 2016). También se pueden resaltar otras ventajas para el departamento como su cercanía a la capital de la República, la cercanía entre sus municipios y la baja densidad poblacional, lo que le permite mostrar un mejor desempeño en los índices de administración pública.

Equidad de género. El Estado colombiano reconoce la existencia de una problemática que pone a las mujeres en condiciones de desigualdad en muchos de los aspectos sociales generalizados para todas las personas, es por ello que definió la formulación y sostenimiento de la política pública nacional de equidad de género para las mujeres, la cual es una política nacional integral para garantizar los derechos humanos integrales e interdependientes de las mujeres y la igualdad de género (Equidad de la mujer, 2016). Por lo tanto resulta importante conocer si el establecimiento de dichas políticas en la práctica si se ha cumplido y si existe la posibilidad de hacer emprendimientos por encima de las barreras de género existentes en nuestro país.

En el caso del departamento de Boyacá se han empezado algunos esfuerzos encaminados a determinar las acciones en la protección de los derechos de la mujer, por tal razón se adoptó la política de mujer y género 2015-2025, a través de la ordenanza No 022 del 2015, cuyo objetivo principal es garantizar la reducción de la violencia y discriminación contra la mujer.

Apoyo del fondo emprender en Boyacá. El Fondo Emprender como ya se mencionó, tiene el objetivo de apoyar con capital semilla los planes de negocio que se presentan a las convocatorias anuales y que cumplen con los requisitos mínimos que se consideran para que una idea innovadora pueda empezar a funcionar y sea sostenible en el tiempo. Para el caso de Boyacá desde el año 2005 hasta el primer semestre de 2018, se han apoyado 276

iniciativas con un monto económico aproximado de 21.325 millones de pesos, los cuales se han entregado en proyectos productivos desarrollados en 61 municipios de los 123 municipios del departamento. Así mismo los apoyos entregados han beneficiado a 167 hombres y 109, lo que equivale a una relación de 60% de hombres y 40% de mujeres; por otro lado, se tienen algunos apoyos preferenciales hacia personas desplazadas por la violencia, madres cabeza de familia y beneficiarios de otros programas del gobierno; sin embargo, se observa que un alto porcentaje de los emprendedores que reciben el apoyo no registran algún perfil especial.

Desafortunadamente, existe una fuerte restricción en el departamento de Boyacá y es la del dinero, ya que hay una sobreoferta de planes de negocio que año tras año deben hacer fila para buscar una oportunidad de apoyo, pero solo un aproximado del 30 por ciento de las personas que se presentan con sus planes de negocio reciben el capital semilla, el otro 70 por ciento deben esperar y presentarse a nuevas convocatorias.

3. Contexto del Municipio de Sogamoso

El municipio de Sogamoso es la capital de la provincia de Sugamuxi, una ciudad de 106.000 habitantes, de los cuales el 56,3% corresponde a mujeres. La economía del municipio se basa en el comercio interregional entre los Llanos Orientales y el centro del país (productos agrícolas), la industria siderúrgica y de materiales de construcción además de la explotación de calizas, carbón y mármol (Alcaldía de Sogamoso – Boyacá, 2014).

En los últimos años debido al fenómeno de la globalización, la mayoría de las industrias manufactureras han sido vendidas a multinacionales y muchas otras microempresas se han visto obligadas a cerrar, siguiendo las tendencias mundiales de decrecimiento de la manufactura, sostenimiento del comercio y aumento de las empresas de servicios.

Desafortunadamente en estudios hechos para analizar la competitividad de los sectores manufactureros y de servicios, se encuentra que existe una alta desconfianza por parte de los empresarios hacia el gobierno debido a la falta de políticas de apoyo, así mismo las malas condiciones de infraestructura y la corrupción son consideradas como factores que afectan la competitividad de las empresas (Zambrano, 2012).

En el municipio existe una secretaría de la mujer que atiende casos de violencia intrafamiliar y maltrato a las mujeres, sin embargo no cuenta con estudios que analicen aspectos como la inserción de la mujer en el mercado laboral ni tampoco ha habido interés en apoyar proyectos específicos de las emprendedoras, lo que denota una falta de compromiso hacia la equidad de género.

4. Clasificación de las Empresas en Colombia

Para el caso colombiano, la clasificación de las empresas está determinada por la Ley 905 de agosto 2 de 2004 que en su Artículo 2°. Afirma que para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica explícita cómo se , en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

Tabla C-3

Clasificación de las empresas

<i>Empresa</i>	<i>Número de trabajadores</i>	<i>Activos totales por valor</i>
Microempresa	Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores	inferior a quinientos (500) SMMLV / excluida la vivienda

Pequeña	Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50)	entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) SMMLV
Mediana	Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200)	entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) SMMLV

Fuente: Ley 905 de agosto 2 de 2004 (2004)

Macías y Ramírez (2011) afirman que en un estudio realizado por la Superintendencia de Sociedades de Colombia:

“Con respecto a la incidencia de las empresas familiares y su proyección se concluye que en este país, las sociedades de familia representan sobre las 9.908 empresas, 70.5% del total de sociedades clasificadas como pequeñas, de las cuales son 69% de las microempresas, 64.7% de las medianas y 48% de las grandes, y muy pocas sobreviven a la segunda generación” (2005, p. 198).

Dirección General de Bibliotecas UAO

Apéndice D.

Dimensión Procesos de Emprendimiento

Pregunta	Entrevistado/a	Concepto clave	Inferencia	Observaciones generales
Dígame para usted qué es ser emprendedor/a	Sofía	Pasión con una idea para el futuro	Proyección para el futuro	<p>Existe un sinnúmero de respuestas por parte de los/la entrevistados/as, la mayoría se orientan a la “idea de negocio” o “idea innovadora”, además se observa la predominancia en el lenguaje de la masculinización del concepto de “emprendimiento”, porque tres de las mujeres usaron términos masculinos para su definición. También se observa en las mujeres una orientación a las tradiciones al nombrar a Dios como eje central de sus resultados.</p> <p>Se concibe el emprendimiento desde lo económico para mejorar la calidad de vida, se repite la toma de decisiones y el riesgo que se asume, muy poco se observa que el emprendimiento sea entendido con una orientación a creer que hace parte de cualquier actividad realizada en la vida.</p> <p>Entre mujeres hay divergencia en las respuestas, pues aquellas de mayor edad y con mayor tiempo con sus empresas se ven más apegadas a las tradiciones y a nombrar a la familia, mientras que las más jóvenes hablan más del futuro y se orientan más a los resultados y a hablar de la importancia de los mercados.</p>
	Rosalba	Idea de negocio Idea innovadora	Concepción más orientada al resultado Usa términos masculinos	
	Alicia	Riesgo, inversión Negocio propio	El concepto solo entendido desde lo económico	
	Olga	Legado de Dios La bendición de Dios Ponerle ánimo a lo que se hace Constancia	Las mujeres suelen hablar de Dios cuando se refieren a sus triunfos, es una manera de respaldar su éxito de la mano de la religión y de sus tradiciones y costumbres	
	Camila	Tenacidad y riesgo	Concibe el término como masculino	
	Yaneth	El emprendimiento desde la concepción de la idea hasta la medición de resultados	Se reconocen palabras más enfocadas a los resultados y propias de la ingeniería	
	Paulina	Toma de decisiones Riesgo	Expresado por diversos autores como necesario a la hora de emprender El cual es asociado por Paulina como un término masculino.	
	Laura	Emprender es una decisión, es	El paso de ser una empresa empírica a una industrial deja huella en los	

		arriesgarse, porque se va a ciegas	emprendedores que no se consideran como tal	<p>Finalmente en otros hallazgos, se encuentra que un hombre y una mujer no se consideran a sí mismos como emprendedores, lo que llama la atención frente al concepto que tienen de sí mismos y que proyectan a la sociedad.</p> <p>En muchas de las conversaciones se observa que las mujeres no reconocen en sí mismas la existencia de barreras estructurales y se han acondicionado a las estructuras de poder de tal forma que las han interiorizado y apropiado para su vida.</p>
Julián	Idea de negocio	Persistir, resistir e insistir en una idea	Idea de negocio y echarla a rodar, cualquier idea funciona	
Jorge	Idea innovadora		Mantiene la concepción de lo que se enseña en la formación para el emprendimiento	
Marcos	Tener una idea y sacarla adelante, no ser empleado		Se observa un deseo de independencia, de sacar ideas adelante	
Antonio	Crear oportunidades para uno y para los demás	Ser dueño de su propio tiempo	Un concepto un poco pesimista y realista de lo que ocurre cuando se es emprendedor. La independencia de en empleo, tener libertad sobre lo que se quiere	
Simón	Actividad que da esperanza de sobrevivir, mejorar calidad de vida y sostener a la familia		Nombra cualquier actividad con proyección económica para el presente y el futuro	
Roberto	Mejor nivel de vida por su propia cuenta		En su definición va más allá de la pura actividad económica, se refiere a la necesidad de prepararse para ser más eficaz en todo.	
Ernesto	Actitud, idea transformada hasta el objetivo de llevarla a un mercado, trabajo en equipo, innovación		Importante como recalca que el emprendimiento va a acompañado de trabajo en equipo, allá no se llega solo	
Fabián	Idea de negocio		El emprendedor-empresario no se considera como tal, lo atribuye más a su formación profesional	

Me puede realizar un gráfico sobre qué es el emprendimiento	Sofía	Una línea que crece y luego se cae, como una M	El emprendimiento puede subir y luego bajar, es un reflejo de las cosas que ha enfrentado como emprendedora-empresaria	<p>Prevalece la idea de escalar, ya sea en una montaña o una escalera, algunos enfatizan en las subidas y bajadas lo que permite inferir que han caído y se han vuelto a levantar. También se habla de una meta como un sol que ilumina el camino.</p> <p>Otro respuesta recurrente es la de una casa o edificio que se va construyendo desde su base y cada piso, incluyendo los diferentes detalles que representan el esfuerzo y batallas que a diario libran para obtener resultados.</p> <p>También llama la atención la semillita que crece hasta convertirse en un árbol fuerte que da frutos. Un ciclo dinámico con diversos recursos y una rueda dentada con elementos internos y externos.</p>
	Rosalba	Idea de negocio Escalar y hacer un camino	Se tiene en mente que emprender empieza cuando se crea una idea	
	Alicia	Sube y baja	Reconoce que existen momentos buenos y malos	
	Olga	Montaña y un sol que ilumina la meta	Se muestra un camino en ascenso, señal de un negocio que ha crecido despacio pero de manera constante	
	Camila	Una casa, desde las bases hasta donde cada uno la quiera llevar, el emprendimiento es construir	Para la entrevistada el emprendimiento se construye y en el lenguaje se sabe hasta dónde se va a llegar, si se dice mi casita, se sabe que va a ser algo pequeño	
	Yaneth	Rueda dentada con muchos elementos que se conjugan en lo interno y externo	Reconoce que todos los recursos tienen que conjugarse de forma exacta para obtener buenos resultados	
	Paulina	Un camino hacia una meta superando obstáculos. El valor de las cosas cuando hay esfuerzo	Superar barreras y llegar a una meta considerado como lo más importante	
	Laura	Una idea que requiere recursos. Si la idea se une con buena aptitud, actitud y conocimiento y recursos, la idea surge	Se observa un lenguaje proveniente principalmente del Fondo Emprender que les dio capital semilla para industrializarse y surgir como empresa formal	

Julián	Edificio con la base que es la idea, cada piso es una etapa y el techo es el posicionamiento	El emprendimiento se concibe como una construcción, siempre en crecimiento
Jorge	Una semilla que crece	El emprendimiento como una planta que crece
Marcos	Idea o sueño Es un ciclo de innovación Intentar así se pierda o se gane	Se observa pasión hacia una idea de negocio y el deseo encontrar la necesidad en el mercado y de luchar por sacar adelante unos productos
Antonio	Perseverancia de levantarse cuando se ha caído Aprender de los errores (M)	En la respuesta se observa que la persona ha caído y se ha levantado de nuevo, lo que demuestra una visión más realista del emprendedor
Simón	Yo en el centro Mi esposa, hijos y nietos a los lados La familia que ha sacado adelante	Se concibe el emprendimiento desde la motivación del progreso de la familia
Roberto	Camino en ascenso	Resalta los triunfos tanto económicos como familiares al momento de emprender y como empresario
Ernesto	Desaprender para luego aprender nuevas cosas Un camino, alumbrado por un sol que es la meta, alrededor	Recalca que la crisis hace que surjan nuevas ideas, buscar cosas innovadoras que no se ven tan fácil Fundamental el trabajo en equipo para todos aprender de todos. Todos pueden ser emprendedores pero tienen miedo de lograrlo

		personas por el trabajo en equipo		
	Fabián	Una escalera en la que algunas veces se sube y otras se baja	Se explica el emprendimiento como un camino difícil en los que se gana y se pierde	
Cuénteme como llegó a ser emprendedor/a?	Sofía	Las enseñanzas en la universidad, junto a los conocimientos de la empresa del papá	Reconocimiento de la teoría con la práctica para el desarrollo del emprendimiento	En la mayoría de personas se observa el deseo de independencia y manejo de su tiempo. Los emprendedores/as de mayor tiempo con sus empresas llegaron empíricamente a serlo, sin una formación como tal, entre tanto los más jóvenes que tienen una carrera universitaria, tienen en su discurso más apropiado el término emprendimiento sobre todo desde lo que implica la “idea de negocio” desde su concepción hasta la puesta en marcha y sostenimiento. Ahí se observa un importante cambio generacional debido a que emprender se ha vuelto parte de nuestro vocabulario y diario vivir, mientras que los emprendedores con más años evocan las oportunidades que no tuvieron y cómo crecieron desde el ensayo y error. La parte administrativa también se considera como algo que no tuvieron y comparan lo que se hace hoy con las empresas que reciben apoyos de capital semilla, que desde el principio nacen con todo sus aspectos bien estructurados.
	Rosalba	Exhibición en ferias Apoyo de funcionario del Sena	Falta mayor información para que llegue a las personas que lo necesitan	
	Alicia	Tener algo propio No ser empleada toda la vida	Se reconoce la independencia y propiedad sobre algo	
	Camila	Conocer el sector y buscar nuevos mercados, ir creciendo poco a poco con riesgos	Conocer el sector y buscar nuevos mercados, ir creciendo poco a poco con riesgos	
	Olga	Por apoyo de la familia, en labores que se conocían desde niña	Se emprende en labores históricamente asignadas a la mujer, como es la preparación de comida	
	Yaneth	Independencia Manejo del tiempo No depender de un jefe	Búsqueda de oportunidades más el deseo de manejar una independencia	
	Paulina	Tradición de la familia, ejemplo de la casa. Necesidad de comenzar la universidad sin apoyo económico de los padres. El emprendimiento se hacía de forma empírica	El emprendimiento por necesidad y como proyección de una tradición familiar	

Laura	Idea de negocio, convocatorias, Fondo Emprender	Se concibe el emprendimiento desde que se recibió capital semilla con una visión más de idea de negocio, desde el discurso de la entrevistada no se reconoce que toda la vida han sido emprendedores
Julián	Experiencia previa en el mercado, idea innovadora, capital semilla	La posibilidad de recibir capital semilla animó a la pareja y han logrado la empresa a prueba y error
Jorge	Trabajando en una empresa vieron una necesidad latente y pasaron el proyecto para capital semilla	Deseo de ser independientes, después de tener varios negocios, concretaron el proyecto y solicitaron capital semilla para empezar su empresa
Marcos	Vieron una necesidad en el mercado Salir adelante a pesar de las dificultades Siempre buscando innovar con nuevos productos	Hay una gran pasión en este emprendedor a pesar de que ha tenido muchas dificultades, se nota que desea crecer con su empresa e innovar en todo momento
Antonio	Mejora y aprendizaje constante	El no querer ser empleado que lleva a las personas a comenzar su propio negocio
Simón	Siendo trabajador aprendió un oficio y quiso crear su propia empresa	Para muchos conocer un oficio previo los lleva a querer montar su propio negocio cuando ven la necesidad latente en el mercado
Roberto	Pocas oportunidades de crecimiento en su trabajo	Se observa el deseo de crecer así sea comenzando desde cero
Ernesto	Conocimiento previo del negocio y de la	El deseo de superación pero mediante la asociatividad, se resalta como

		necesidad latente en el mercado Consolidación del negocio en el largo plazo	fundamental la sinergia entre las personas	
	Fabián	Formación profesional, ser pionero en un tema	Hay un gran orgullo debido a que empezó ahorrando dinero para luego logró montar su propia empresa	
Cree que hay alguna diferencia en el emprendimiento realizado por un hombre y el realizado por una mujer?	Sofía	En labores de fuerza es mejor un hombre que una mujer. En labores que no requieren fuerza mujeres y hombre tienen las mismas capacidades	Se observa una coincidencia al afirmar que en labores operativas se prefiere a un hombre en lugar de una mujer, lo que le quita posibilidades a ellas	Aunque tanto hombres como mujeres aseguran que no hay diferencias en los emprendimientos hechos por cada uno, se observa que las mujeres se sienten más vulnerables en cuanto al sector y a la falta de tiempo por los roles que deben cumplir. En su discurso se siente resignación hacia las múltiples labores a cumplir.
	Rosalba	No hay barreras que limiten a las mujeres	Aunque la respuesta es enfática, en el resto de la entrevista queda clara una mayor vulnerabilidad como mujer	Los hombres tratan de resaltar la labor de las mujeres pero en su discurso se observa que aceptan que las tareas que ellas deben cumplir las limitan a la hora de crecer con sus empresas.
	Alicia	Presión por ser una labor de hombres Tanto mujeres como hombres tienen las mismas capacidades	Aunque en el lenguaje se entiende que las mujeres tienen las mismas oportunidades, así mismo hay dominación masculina en el sector	En los casos en que los emprendimientos se hacen en pareja, se reducen esas diferencias porque hay un apoyo mutuo en las labores del hogar y de la empresa, así como en el cuidado de los hijos
	Camila	Voluntad para arriesgarse, persistencia	Las oportunidades por igual para todos	
	Olga	Algunos hombre son muy emprendedores, otros no tanto, las mujeres más resignadas	Se habla de lo que le tocó vivir, ser resignada en que debía atender los dos roles y rendir en ambos la casa con los hijos y la empresa	

Yaneth	<p>Tanto los hombres como las mujeres cumplen una función.</p> <p>Cuando se miden resultados no se mira si se es hombre o se es mujer</p> <p>Cuando eres mujer en un campo de hombres se los debe impresionar con inteligencia</p>	<p>Una mujer ingeniera electromecánica que trabaja en un sector masculinizado, no se ha sentido discriminada, es exitosa, pero comenta que sería difícil tolerar esa situación</p>
Paulina	<p>Un hombre o una mujer solos como empresarios tienen una tarea más difícil.</p> <p>Apoyo para lograr los objetivos</p>	<p>Se resalta la fortaleza que se logra cuando la pareja apunta en la misma dirección y tienen por objetivo sacar adelante la empresa.</p>
Laura	<p>No hay diferencias, lo difícil son los impuestos</p>	<p>Más que ser hombre o mujer, la dificultad está en las trabas del gobierno</p>
Julián	<p>No hay diferencia, pero las mujeres deben atender más asuntos a la vez</p>	<p>Las mujeres con mayores restricciones por falta de tiempo para la empresa</p>
Jorge	<p>No hay diferencias, lo importante es una persona con ideas y ganas de hacer las cosas</p>	<p>Es probable que en la sociedad hayan presiones adicionales sobre las mujeres</p>
Marcos	<p>En las ventas funcionan más las mujeres que los hombres los campos</p>	<p>Se observa la resistencia a los hombres o a las mujeres dependiendo del sector en el que desenvuelven</p>

		están muy masculinizados		
	Antonio	Más sólidos los emprendimientos de las mujeres	Las mujeres son más ordenadas y los emprendimientos son más exitosos	
	Simón	El emprendimiento en las mujeres depende del sector que escoja	Se nota una resistencia del entrevistado, dada su experiencia como empresario.	
	Roberto	Los hombres más fuertes, las mujeres más hábiles	Se observa un deseo por exaltar las cualidades del otro género.	
	Ernesto	Existen trabas en el país para que las mujeres progresen	Más difícil emprender para la mujeres por su rol como madres	
	Fabián	El hombre más exitoso, a las mujeres les cierran las puertas	Las mujeres por sus condiciones naturales tienen desventajas	
Para usted el emprendedor colombiano tiene rasgos específicos, cuáles serían?	Sofía	Somos positivos, echados para adelante, lo que no saben se lo inventan	Se usan palabras de mucho ánimo para expresar lo que se considera como emprendedores colombianos	Las palabras que se usan para describir a los emprendedores colombianos son muy positivas, en donde se realiza su inteligencia, su deseo de superación y creatividad. Sin embargo también se acepta la falta de persistencia cuando los resultados no son los mejores y la necesidad de mayor disciplina cuando se tienen actividades que requieren tanto tiempo y dedicación como es una empresa.
	Rosalba	Mucha colaboración entre emprendedores en eventos y gente joven que produce mucha admiración	Se afirma que cuando existen objetivos comunes y la disposición de ayudar se consiguen buenos resultados, representan cambios	
	Yaneth	Se pueden tener ideas pero es necesario el apoyo de alguien Innovación y creatividad Tienen creatividad e ingenio pero no son persistentes	Se tiene una idea de la creatividad y el ingenio pero falta una actitud a la hora de enfrentarse al mercado, creerse que se es capaz de lograrlo	

Fuente: Elaboración propia

Apéndice E.

Análisis documental de periódicos con noticias de emprendimiento y género

Nombre del periódico/tipo de periódico	Fecha de la noticia	Resumen de la noticia	Elementos que sobresalen		Observaciones
			Ideas que sobresalen	Actores	
Periódico Entere/ periódico de orden local y departamental	25/10/2015	Quinta muestra estudiantil con 16 proyectos ganadores distribuidos en siete categorías: robótica, sistemas de control, herramientas informáticas, diseño, fuentes y uso racional de la energía, recursos y medio ambiente, bienes y servicios con valor agregado.	Evento para el fomento del emprendimiento, los ganadores participan en la actividad “somos líderes”	Cámara de Comercio de Duitama, colegios de Duitama, UPTC seccional Duitama	Apoyo a los emprendimientos desde el colegio y la universidad. Apoyo a la iniciativa emprendedora.
	27/12/2015	Concurso de emprendedores “Tundama emprende” en donde se premiaron 21 modelos de negocio innovadores. Premios por \$28.500.000 en total	Alianzas interinstitucionales, apoyos a muchas empresas mostrando resultados de gestión	Gobernación de Boyacá, dirección de juventud de Boyacá, Alcaldía de Duitama, Cámara de Comercio de Duitama	Apoyos a varias empresas pero con mínimos recursos
	18/12/2016	Primera feria Agroindustrial departamental de jóvenes campesinos	Los ganadores recibieron computadores y otros detalles que otorgó el Banco Agrario de Colombia. Proyectos innovadores, de impacto económico, beneficio social y sostenibilidad.	Secretaría de participación y democracia de Boyacá	Alianzas interinstitucionales, Regalos de bajos montos que no son un apoyo real para los emprendedores

04/12/2016	En la búsqueda de atraer inversión para el departamento de Boyacá se realizó la convención de la ANDI con entidades del departamento.	Se desarrolló una agenda en cinco grandes áreas: innovación empresarial, eficiencia energética, agroindustria, metalmecánica y acero.	Gobernación de Boyacá, secretaria de productividad, Asociación Nacional de Industriales (ANDI)	Apoyo a empresarios Confianza inversionista
27/12/2016	Hay un reconocimiento por parte de las instituciones y se replica en los medios de comunicación, en donde las mujeres se encuentran en una posición vulnerable	Una casa para enseñar oficios que ofrecen bajos ingresos a las mujeres	Secretaría de la mujer de Sogamoso	Sus fines conservan lo establecido en el modelo patriarcal dominante, la mujer víctima de la violencia y ubicada en el lugar de la víctima
20/11/2016	En un esfuerzo conjunto se le llevó a cabo una capacitación de 20 productores de leche en zona rural de Sogamoso en la elaboración de quesos, yogurth y arequipe	Búsqueda de aprendizaje y estrategias de comercialización de productos que mejores condiciones de vida.	Batallón Tarqui, SENA seccional Duitama (Cedeagro)	Alianzas interinstitucionales, capacitación a sectores campesinos en productos tradicionales, ningún apoyo financiero.
06/11/2016	Sexta muestra estudiantil de tecnología, innovación y emprendimiento en donde participaron 343 estudiantes expositores con 138 proyectos productivos	Creatividad e ingenio de los estudiantes, fomento de la cultura emprendedora.	UPTC, Alcaldía de Duitama y Cámara de Comercio de	Alianzas interinstitucionales, fomento a la iniciativa emprendedora, no hay apoyos económicos.
16/10/2016	En un fondo mixto de las dos instituciones se entregarán 500 millones de pesos a siete proyectos del municipio y se espera que otras entidades apoyen con la creación de un Fondo regional.	Se propone la creación de un fondo regional para apoyar más emprendedores de Sogamoso que no hayan pasado en la convocatoria del Fondo Emprender	Alcaldía de Sogamoso, Sena Regional Boyacá	Alianzas interinstitucionales, se registra un esfuerzo por brindar apoyos financieros a jóvenes emprendedores.
25/09/2016	Exaltación de empresarios y comerciantes sogamoseños que con su esfuerzo contribuyen con el desarrollo económico del municipio	Las categorías definidas son: servicio, comercio, industria, empresario joven e innovación.	Cámara de Comercio de Sogamoso	Se da importancia a la labor de los empresarios por su aporte al municipio, en donde los denotan como una especie de héroes en aspectos como

					permanencia en el tiempo, generación de empleo, responsabilidad social.
14/08/2016	Se realizó la Tercera feria de innovación y Emprendimiento en Sogamoso en cuatro categorías: ciencia y tecnología, manualidades innovadoras, medio ambiente y negocios emprendedores.	Incentivos para ganadores, capacitaciones en planes de negocio	Cámara de Comercio de Sogamoso con estudiantes de la provincias de Sugamuxi, La Libertad y Valderrama	Fomento a la iniciativa emprendedora en jóvenes estudiantes.	
31/07/2016	Evento de Alianzas productivas, para apoyar iniciativas de desarrollo rural para pequeños productores agropecuarios.	Se buscan productores para apoyos financieros que les ayuden a mejorar la producción y la comercialización	Secretaría de agricultura, ganadería y medio ambiente de Boyacá	Apoyos para mejoramiento de producción en productos tradicionales de los municipios	
26/06/2016	Dentro del programa “Estímulo a las microempresas culturales del departamento” e asignaron 500 millones de pesos para un total de 51 proyectos en áreas como música, danza, teatro, literatura, artes plásticas, patrimonio, gestión cultural y apoyo a población con discapacidad.	Se fomenta la participación de múltiples organizaciones culturales	Secretaría de Cultura y Turismo de Boyacá	Este tipo de proyectos casi nunca se tienen en cuenta a la hora de apoyar el emprendimiento.	
11/06/2016	Primer encuentro de compras locales de Boyacá en donde se firmaron 39 acuerdos comerciales entre oferta y demanda	Alianzas entre productores y compradores, invitación para participar a asociaciones campesinas	Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, secretaría de fomento agropecuario de Boyacá,	Alianzas interinstitucionales para la creación de alianzas estratégicas entre diferentes entidades.	
03/07/2016	La “Ruta de la empanada Sampedrana” se realiza el primer puente festivo de julio de cada año con el fin de revivir esta tradición en Sogamoso	Se recurre a la tradición para impulsar un negocio que parecía olvidada	11 empresarios del municipio de Sogamoso	Sólo se nombra a un varón que hace parte de la iniciativa, lo que refuerza la idea de los emprendimientos sectorizados por género.	

03/04/2016	Capacitación para los productores de papa en el municipio de Saboyá, con el fin de obtener la certificación en Buenas Prácticas Agrícolas	Talleres orientados a conocer la norma, control de plagas, uso de prácticas culturales.	Instituto Colombiano Agropecuario, Asociación de productores de papa	Se socializa la normatividad y se hace capacitación pero no se habla de un acompañamiento continuo para los productores.
29/05/2016	Presentación de propuesta para permitir el ingreso de mujeres conductoras a la compañía de transporte, como respuesta a la deuda que se tiene con la mujer boyacense.	Con solo una mujer conductora en la empresa, al revisar su historial se encontró que su hoja de vida es excelente y con mejor desempeño que muchos de sus colegas	Autoboy S.A, Alcaldía de Tunja y SENA	Se resalta un emprendimiento institucional por la iniciativa de vincular mujeres en un campo históricamente masculinizado
10/04/2016	Se promueve la secretaría de la mujer y la equidad de género en el departamento de Boyacá, propuesto por la única diputada de la Asamblea en ese momento.	La iniciativa busca bajar los altos niveles de violencia contra las mujeres	Asamblea de Boyacá	La presencia de mujeres en la política en Boyacá es muy baja, con la creación de la secretaría se promueve más la prevención de la violencia que su incursión en otros aspectos.
20/03/2016	Se invita a todos los productores agrícolas y pecuarios del municipio a participar en el programa "Colombia Siembra" que busca impulsar nuevas áreas como paquetes tecnológicos, soluciones de agua, infraestructura, maquinaria, etc.	Se busca ampliar a un millón de hectáreas sembradas en el país.	Ministerio de Agricultura, secretaría de desarrollo de Sogamoso	Se busca emprender a nivel municipal mediante el apoyo de prácticas tradicionales, con el apoyo nacional
06/03/2016	Con el desarrollo de la "mesa de expertos mujer, equidad y género" se trataron temas enfocados en la salud, derechos sexuales y reproductivos, bienestar, cultura, recreación, desarrollo productivo, justicia, paz, ambiente y Territorio.	Se rechazó la violencia contra las mujeres	Gobernación de Boyacá, presidente de la Asamblea de Boyacá, sector académico	Son eventos sin mayor trascendencia debido a que se hace un debate vacío sin propuestas reales que ayuden a disminuir los problemas de inequidad de género

06/03/2016	Jóvenes luchadoras que se desempeñan como meseras en restaurantes y que han encontrado una oportunidad para seguir estudiando.	Se hace una narración que resalta una labor económica con un bajo ingreso para mujeres sin grandes oportunidades, en donde se resaltan las cualidades de sumisión de las mujeres	Mujeres meseras de restaurantes en Puntalarga	Nuevamente se resalta la labor de la mujer en espacios históricamente feminizados
21/02/2016	Campaña por el respeto de la mujer. Se realiza una marcha encabezada por hombre y niños como un compromiso por no ser violentos con las mujeres	Se busca condenar la violencia de género y a que mujeres y hombres se traten con respeto.	Club Rotario y ciudadanía en general	Cuando se habla de violencia de género en su mayoría se hace referencia a las mujeres como víctimas.
24/01/2016	El estado de las vías, la falta de servicios públicos y el abandono en general del Parque Industrial de Sogamoso	Hay un descontento de los empresarios quienes esperan siempre que los nuevos mandatarios les apoyen sus industrias.	Empresarios del Parque Industrial de Sogamoso	Existe una queja reiterada de los empresarios acerca de la falta de apoyo de los gobiernos municipales
29/01/2017	Las empresas que se ubiquen en Sogamoso y que generen cierto número de empleos serán exentos del impuesto de Industria y Comercio por algunos años.	Los incentivos dependen del número de empleos que generen y deben acreditar los propietarios ser nacidos en el municipio o una residencia superior a cinco años.	Alcaldía de Sogamoso	Se habla de incentivos para empresarios que empiecen su labor en Sogamoso quienes recibirán rebajas en impuestos, una de las mayores preocupaciones de los emprendedores/empresarios.
19/03/2017	Apertura de convocatoria de capital semilla para Colombia, en donde Boyacá siempre ha tenido una excelente participación a nivel nacional.	Gracias a la metodología aplicada, siete de cada diez empresas creadas por el Fondo, sobreviven al valle de la muerte	Fondo Emprender	El capital semilla entregado a emprendedores, ha significado la posibilidad de tener su propia empresa y general buenos resultados pero siguen siendo mínimos comparados con las necesidades del país.
25/06/2017	Se busca una reunión con los alfareros de Sogamoso para poder concretar alianzas que les permita manejar sus empresas	Se llevan propuestas por parte del gobierno local, esperan la participación de	Secretaría de desarrollo económico de Sogamoso	Se realizan pequeñas acciones para unir un gremio tradicional en Sogamoso y que históricamente se ha resistido a

	de manera más industrial. y menos artesanal	los alfareros, quienes ya no creen en la alcaldía		los cambios que les ha impuesto el contexto
11/06/2017	Se firma acuerdo para apoyar a mujeres cabeza de familia del municipio de Toca con el convenio “Mujer, agua y reconciliación”. Se realizará en dos fases, la primera es un diagnóstico del sector y la segunda la implementación y seguimiento del programa.	Busca crear una relación más sana entre las personas y los alimentos, que ayuda al sistema alimentario mundial y a la prosperidad de las comunidades campesinas	Fundación PepsiCo, Reconciliación Colombia, Fundación Andi	Alianzas interinstitucionales como esfuerzos aislados para mejorar las condiciones de vida de ciertas comunidades
30/07/2017	En el marco del Sistema de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación “SENNOVA”, se realizarán talleres, conferencias y se presentarán adelantos por parte de los estudiantes en todos los centros del SENA de Boyacá	Se realiza para instructores y estudiantes, sin embargo hay acceso para los empresarios que deseen asistir	SENA Regional Boyacá	Eventos académicos que se realizan para motivar a los estudiantes para crear sus propias empresas.
06/08/2017	Segunda muestra empresarial “Colombia le compra a Sogamoso” se genera una alianza que permita fortalecer las competencias de la pequeña y mediana empresa del municipio	Alianza público-privada, definición de acciones conjuntas, acuerdos para mejoramiento de la competitividad	SENA regional Boyacá, Cámara de Comercio de Sogamoso, Holcim Colombia S.A, Acerías Paz del Río y Cementos Argos.	Alianzas interinstitucionales encaminadas a definir las debilidades de las empresas y con la experiencia de las grandes industrias ayudarlos a mejorar sus mercados y a fortalecer sus problemas internos de organización.
10/09/2017	Incentivo de la cultura de innovación y emprendimiento en jóvenes universitarios de Sogamoso que cursen de quinto semestre en adelante, en las categorías de: innovator, I-Tic, Culturarte, Soy Planeta.	El ganador recibe \$1.500.000 y el segundo lugar \$500.000	Cámara de Comercio de Sogamoso y Alcaldía de Sogamoso	Se realizan los eventos pero no se proyectan apoyos verdaderos para la viabilización y puesta en marcha de los proyectos.

17/09/2017	590 mujeres de Boyacá se certificaron en Liderazgo y participación política, con el fin de que en la próxima contienda política más mujeres participen y asuman liderazgos	Las mujeres dejaron ver que requieren más herramientas en capacitación y conocimiento para participar en la carrera política	Gobernación de Boyacá y Ministerio del Interior	Se observa una apuesta para empoderar a las mujeres y lograr que ocupen cargos que en el departamento han sido históricamente masculinos
15/10/2017	Con el fin de apoyar con capital semilla a emprendedores sogamoseños se conformó un fondo de 1.000 millones de pesos, con un aporte del 50% para el SENA y del restante de la Alcaldía de la ciudad.	Generación de empleo digno, acompañamiento en la creación y fortalecimiento de la empresa.	Alcaldía de Sogamoso, SENA Regional Boyacá	Hay un esfuerzo continuo por apoyar el emprendimiento, que beneficia a una cantidad de población del municipio
29/10/2017	Con un centro de transformación digital para Boyacá se apoyará a 440 empresas de Sogamoso y 19 municipios más, haciéndoles un acompañamiento para derribar las barreras propias de la tecnología	Se fortalecen los sectores agrícola, metalmecánico y turístico	Ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones, Innpulsa Colombia y Cámara de Comercio de Sogamoso	Este tipo de iniciativas contribuye a la motivación de los empresarios quienes se quejan mucho de la falta de acompañamiento del Estado en muchos procesos TIC
05/11/2017	Las personas que inicien negocios en el sector turismo, no pagarán impuestos de renta durante 20 años, así lo confirma el ministro de hacienda de Colombia con ocasión del lanzamiento de la Ruta Libertadora y de buscar apoyo para información para turistas	Inversiones en otras áreas como infraestructura vial y seguridad en las vías	Ministerio de Hacienda, Gobernación de Boyacá	Incentivos con rebajas de impuestos para la creación de nuevas empresas en turismo
19/11/2017	Pacto para reducir la violencia contra la mujer mediante la "Mesa municipal de Mujer y Género". Con el fin de hacer intervención inmediata y	Se resalta que las cifras de violencia contra la mujer es Sogamoso son altas	Personería municipal, Defensoría del Pueblo, Secretaría de la Mujer, Comisarias de Familia	Se observa que desde la práctica el Estado colombiano deja solas a las mujeres que sufren violencia, así que estas

		efectiva por parte de las autoridades competentes.			iniciativas se quedan en el discurso
Periódico El Tiempo/ de circulación Nacional e Internacional	29/04/2019	Durante el 2018 se registraron de manera formal en las Cámaras de Comercio 168.380 empresas creadas por emprendedores jóvenes. “Los jóvenes hoy deciden ser empresarios por múltiples razones, pero la principal es que su plan de carrera personal y profesional no está basado en la permanencia por un periodo largo de tiempo en una posición y en una empresa” explica Rodrigo Varela, líder del reporte GEM	Los desafíos que puede tener un emprendedor juvenil, son los siguientes: el fracaso, la confianza, las redes empresariales y la formación empresarial. Después de cinco años, tres de cada diez empresas creadas sobreviven	Apps.co, iNNpulsa, Fondo Emprender, Ventures, Cultura E, Tecnoparques, Bancoldex, ParqueSoft, HubBog, Apps.co, Colciencias y Mprende, entre otras, han sido una gran ayuda.	En Colombia existen ciertos apoyos que permiten a los jóvenes emprendedores lograr ayudas para poner en marcha sus empresas
Periódico El Tiempo/ de circulación Nacional e Internacional	03/10/2018	Empresas colombianas fueron reconocidas con el premio Emprender Paz, se convirtieron en las compañías ganadoras gracias a que promueven la inclusión social y económica	Cada año se exalta y fortalece las iniciativas empresariales sostenibles que aportan a la construcción de paz en Colombia.	Empresas Chocolate Colombia, Corpocampo, Takami y Securitas	Se muestra la existencia de algunos incentivos de reconocimiento de empresas que realizan acciones en pro del emprendimiento.
La FM	06/07/2018	El emprendimiento se encuentra en situación de abandono en Colombia. Las grandes limitantes del emprendimiento se pueden resumir en los siguientes cinco puntos críticos: Falta de educación, altas cargas estatales, fallas organizacionales, ausencia de apoyo para la financiación y desconocimiento	“En Colombia no existe un real compromiso estatal con el emprendimiento. Hay algunas políticas light, que no engorda el respaldo a los emprendedores. Y de otro lado, las Instituciones de Educación Superior – IES- no han comprendido que adicional a las tres funciones del proceso se	Rodolfo Correa, profesor experto en emprendimiento	Las investigaciones académicas demuestran que en realidad no hay un verdadero apoyo para el emprendimiento

		administrativo, comercial y financiero	agrega una cuarta que es, precisamente, el emprendimiento”		
Revista Dinero	04/04/2019	El nuevo régimen tributario reduce la carga tributaria a la hora de emprender. Se hace en tres grandes frentes: incentivos, renta exenta y con la simplificación de trámites y costos.	Además, los emprendedores que inicien actividades en la <u>economía naranja</u> tendrán beneficios de rentas exentas.	Innpulsa Colombia	Se observan exenciones para nuevos negocios y en especial para aquellos de Economía Naranja.
Revista Dinero	24/01/2019	En los últimos años se ha extendido con intensidad la lista de emprendedores colombianos que ven con buenos ojos los fondos de capital de Silicon Valley y que con planes agresivos de expansión han aterrizado en otros mercados.	Los emprendimientos que hagan uso de datos, y provean inteligencia artificial, que vean cómo aprenden las máquinas, que usen la realidad virtual, la realidad aumentada, la nanotecnología, o cualquiera de estas tecnologías emergentes, son los que nos llevarán a cambios exponenciales”,	Corporaciones que fomentan el emprendimiento	Faltan más esfuerzos conjuntos que apoyen emprendedores en negocios de base tecnológica y economía naranja
El Colombiano	17/01/2019	El escenario económico del país y las nuevas reglas legales generan un ambiente más amigables para los emprendedores nacionales.	Las oportunidades de negocio en sectores tradicionales no son tan fuertes. “Los emprendedores deberían pensar en sectores innovadores, en el uso de tecnologías de información y comunicación (TICs).	Cepal, profesor Unal,	Se observa la necesidad de un mayor apoyo por parte del gobierno para los emprendedores ya que existe un ambiente favorable.
Portafolio	30/11/2017	Emprendimiento femenino en Colombia creció 25% en el último año “En relación con la	Fenalco indica que el 21% de los negocios en el país corresponden a tiendas de	GEM Colombia, mujeres tenderas.	Se habla de emprendimiento femenino pero sólo en tiendas,

		<p>forma en la que los hombres utilizan sus ingresos, las mujeres de los países emergentes reinvierten 90 centavos de dólar por cada dólar adicional de ingreso en el bienestar de su familia, con lo que además impulsa el desarrollo de la comunidad y la sociedad en general. Los hombres apenas invierten en estos aspectos entre un 30 y un 40%. Por lo mismo, aumentar los ingresos de las mujeres resulta, en el agregado final, más beneficioso para la economía en general”.</p>	<p>barrio. En ese sentido, se destaca que el 56% de las tiendas pertenecen a mujeres.</p> <p>“Esto está estrechamente ligado al hecho de que a medida que aumenta el desarrollo económico y el nivel educativo, la participación empresarial femenina disminuye”, el estudio del GEM concluye que las tenderas quieren ver en sus hijos la realización que ellas no pudieron tener, pues tan solo el 40% de estas mujeres han terminado su bachillerato.</p>		<p>de ello se resalta la participación de las mujeres</p>
Portafolio		<p>IBM e INNpalsa se alían para fomentar el emprendimiento. Uno de los puntos principales que se trató en la reunión fue ver cómo se puede colaborar alrededor de la brecha de educación del país. Hay un déficit de talento de entre 40.000 y 70.000 profesionales en tecnología. Además, al Gobierno le interesa mucho ver qué aplicaciones se pueden hacer de estas nuevas herramientas para impulsar la agricultura</p>	<p>IBM colaboró en 2018 con más de 50 universidades públicas y privadas en el país, dando acceso gratuito y entrenamiento a 2.600 profesores y estudiantes colombianos</p>	IBM, INNpalsa	<p>Alianzas interinstitucionales para el fomento del emprendimiento, impulso en universidades</p>

Fuente; Elaboración propia