

**LOS RASGOS DE LA PERSONALIDAD FEMENINA Y SU INCIDENCIA
EN LOS PROCESOS DE EMPRENDIMIENTO, UN FACTOR DE ÉXITO**

Área de investigación: Emprendimiento

Lida Alexandra Forero Bernal

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Fundación Universitaria de San Gil
Colombia
aforero@unisangil.edu.co

Octubre 9, 10 y 11 de 2019

Ciudad Universitaria | Ciudad de México



LOS RASGOS DE LA PERSONALIDAD FEMENINA Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS DE EMPRENDIMIENTO, UN FACTOR DE ÉXITO



Resumen

Cada persona es un universo, cada mujer es única y su personalidad marca el derrotero de su vida y la de quienes la rodean, el sello de cada una, incide de manera directa en su ejercicio profesional y por ende en la vida empresarial; la discusión sobre la arista del emprendimiento y las variables que se deben conjugar de tal manera que den la mezcla adecuada para el éxito de las organizaciones, cuenta en su haber sin duda, con la personalidad de quienes lideran los procesos en las mismas, surge la pregunta sobre cuáles son los rasgos predominantes en la personalidad de las mujeres que lideran empresas dinámicas, en las provincias de Guanenta y Comunera en Santander, Colombia.

Se busca contribuir al conocimiento en el tema del emprendimiento femenino en empresas dinámicas, siendo estas las que cuentan con más de 10 años en el mercado y más de 10 empleados, partiendo de una caracterización de las mujeres tanto a nivel de los rasgos de su personalidad como las condiciones demográficas que las identifican, la investigación se realizó bajo una metodología de un estudio descriptivo, dentro de un enfoque mixto, aunque predominaron los elementos cualitativos, se trabajó con la población de empresas registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga en las provincias de Guanenta y Comunera, siendo determinada la muestra a partir de la fórmula para poblaciones finitas, llegando a 384 empresas, de las cuales se hallaron 122 mujeres como representantes legales y directivas de las mismas, en empresas dinámicas se registraron 67 mujeres, encontrando que en su mayoría son adultas entre los 30 y 47 años, casadas, tienen vivienda propia, pertenecen al estrato social 3 y devengan entre 2 y 4 SMLMV, son arriesgadas, soñadoras, tenaces, trabajan solas y evitan opiniones comprometidas, ellas suelen ser precisas y rígidas en su forma de hacer las cosas y en sus criterios personales.

Palabras clave: emprendimiento, género, empresas dinámicas, personalidad.

Introducción



Las condiciones de la mujer con respecto a su situación socioeconómica y como ésta ha aportado a la construcción económica mundial, historia que data desde el principio de los tiempos y que por esta misma condición es posible deducir que existe para con ellas una deuda casi impagable en todos los niveles, pero básicamente en el hecho mismo del reconocimiento de sus derechos y la exigibilidad de los mismos, el constructo de este conocimiento permea más allá de la mujer contada como mano de obra a nivel de empresa, sino su silencioso protagonismo en la construcción de la sociedad. En el proceso de búsqueda e indagación en pro del discernimiento sobre el emprendimiento femenino, se han obtenido importantes avances en el conocimiento que fundamentan el tema en cuestión, dejando clara la disparidad que aún en estos tiempos existe entre ambos géneros, el conocer los rasgos de la personalidad de las mujeres que lideran proyectos empresariales y su condición sociodemográfica, es importante para entender su estilo de vida, logros y los retos que enfrentan, así como sus aportes en la construcción del territorio y por ende el crecimiento económico del mismo.

Siendo el constructo social sobre género parte fundamental de los roles apropiados por las mujeres al interior de los territorios, la primera barrera para el emprendimiento femenino. Un caso particular de estudio en el campo del emprendimiento corresponde al cruce entre esta categoría y género. Las investigaciones sobre emprendimiento femenino a partir de los 90 se han centrado en cuatro aristas para su entendimiento.

1. La condición socio–demográfica de las mujeres que deciden realizar emprendimientos.
2. Las diferencias entre emprendimientos de hombres y mujeres.
3. La comprensión del contexto.
4. El emprendimiento como proceso social que redefine el género y la generación de spill overs en la comunidad en que se desarrollan.

Aquellos países en los que culturalmente las mujeres siguen siendo vistas como las encargadas del cuidado del hogar y de los hijos presentan mayores obstáculos para el emprendimiento, quienes se aventuran a iniciar negocios son vistas como disruptivas del orden



social establecido y a menudo son penalizadas socialmente por su interés en ser independientes y generar ingresos propios. (Castiblanco Moreno, 2013)



Del aspecto antes mencionado se desprende la importancia de enlazar y diferenciar en la medida de lo posible el emprendimiento entre hombres y mujeres, el cual va a depender de la manera como la actividad económica se configura desde la división sexual del trabajo y de la forma como los grupos sociales a través de sus prácticas y relaciones reproducen o alteran dicha división al interior de la actividad. La urgente necesidad femenina de impulsar un balance en las responsabilidades asumidas por los miembros de la familia en lo que tiene que ver con trabajo remunerado y los requerimientos propios de la familia, siguen mostrando la carga de trabajo de cuidado que pesa desmedidamente en las mujeres y estipulan las condiciones sobre las cuales desarrollan sus actividades de emprendimiento: en la vivienda o cerca de esta; con horarios flexibles; con menor disponibilidad de tiempo para el negocio; el restringido acceso a los mercados de trabajo y sus condiciones de calidad para ellas, hacen del emprendimiento una mejor alternativa. No obstante, esta alternativa se desarrolla en condiciones de desventajas en términos de distintos recursos de capital (financiero, social, cultural y simbólico), que posiciona a las mujeres con desventajas para sus emprendimientos, en un contexto de alta informalidad, segmentación y competencia del sector. Esto ha llevado a la actual configuración de relaciones de poder y jerarquía que se disputan el mercado en los países en desarrollo. (Pineda, 2014)

Es así, como en investigaciones realizadas en las que se pretende establecer el rol mediador de la innovación en cuanto al efecto del capital social en el emprendimiento femenino, se logró concluir que para fomentar la cultura empresarial, se debe tener en cuenta una serie de factores diferentes, como son la creatividad individual para desarrollar nuevos productos y servicios; toma de riesgos; explotación de recursos y capital social, en donde se califica el espíritu empresarial como un problema social que se centra en los resultados de las capacidades de un empresario, sus recursos sociales y las acciones estratégicas que esté en capacidad de desarrollar; según estas afirmaciones se vislumbra una relación entre el capital social y las competencias emprendedoras. Hoy por hoy, las organizaciones han cambiado el enfoque de sus actividades desde la dimensión social a la confianza, compartir normas, principios





y valores a través de redes sociales. Todos estos factores contribuyen al éxito a largo plazo y la estabilidad de Organizaciones y abrir nuevas oportunidades para el emprendimiento y para el emprendimiento con perspectiva de género. (Banafsheh, Hiroko, Nader, & Somayeh, 2016)

Ante estas situaciones surge la pregunta, ¿Cuáles son los rasgos que identifican la personalidad de las mujeres que lideran emprendimientos económicos con más de 10 empleados y una antigüedad de cinco o más años en las provincias de Guanenta y Comunera de Santander (Colombia)?

Trazando ante esta disyuntiva, un objetivo que busca establecer los rasgos de la personalidad de mujeres emprendedoras en regiones que presentan un crecimiento económico representativo a todo nivel, conocer quiénes son y cómo se definen, desde aspectos de la personalidad hasta sus características demográficas, partiendo de una disyuntiva que permita abordar el tema del emprendimiento y el trabajo femenino, no solo bajo la premisa de cómo reconciliar mejor el trabajo y la vida familiar como una preocupación exclusivamente femenina. Toda la sociedad puede ganar con una mayor revalorización de la atención y el tiempo dedicado al cuidado y el crecimiento de las personas. Todos los actores sociales, el Estado, las empresas, los medios de comunicación tendrían que facilitar que mujeres y hombres pueden desarrollarse plenamente tanto en su capacidad de trabajadores y emprendedores como en su capacidad de padres, madres, hijos, hermanas, vecinos, amigas (Daeren, 2000).

Contexto

Según la sicóloga María Adelaida Perdomo, cofundadora de la firma Aequales, solo cuatro de las 100 compañías más grandes del país tienen a una mujer como presidenta, igualmente, la cantidad de mujeres en posiciones de liderazgo, que actualmente llega al 35 % de las organizaciones, quien asegura, que las mujeres interponen “barreras internas” que dificultan su desarrollo, como “la baja autoestima, la imposibilidad de negociar un mejor sueldo o un ascenso” y la escasa capacidad de promocionarse como profesional, esas barreras internas “hacen que las mujeres no crean que pueden ser exitosas” (Polanco, 2016)

De otra parte ONU Mujeres se esfuerza por empoderar a las mujeres y las niñas en todos sus programas, pretende fomentar la participación





política y el liderazgo de las mujeres y su empoderamiento económico son dos de los principales objetivos de la entidad, promueve el papel y el liderazgo de las mujeres en la acción humanitaria, incluida la prevención de conflictos y los esfuerzos para garantizar la paz y la seguridad¹.

Si se analizan las cifras, estas no halagüeñas en campos como la investigación, ciencia y tecnología en países desarrollados, en Colombia la brecha salarial según un estudio de TicJob.co.

Datos provenientes de una muestra de más de 3.000 profesionales colombianos encuestados, la compañía resalta aspectos importantes tales como competencias técnicas, rangos salariales y perfiles TI que están buscando hoy en día las empresas a nivel local e internacional, evidencia que la diferencia de salario entre hombres y mujeres del sector TI en Colombia es del 15%, (Luzardo, 2018)

También vale la pena resaltar los apoyos que a nivel del país se gestan para las mujeres, que aunque insuficientes, las cifras lo demuestran, han permitido un avance interesante en estos campos, sin embargo, según la Fundación Bavaria, la universidad del Rosario y el Grupo Sura, el 67% de la totalidad de los emprendimientos que fracasan cada año en el país son liderados por mujeres, frente a solo un 33% de los negocios que mueren a la cabeza de un hombre (Dinero 2017), situación preocupante no solo por la cifra en sí, sino por encontrarle respuesta a la misma, de igual manera se encontró un panorama positivo referente a las diferentes asociaciones y organizaciones con y sin ánimo de lucro, creadas con la finalidad de brindar mayores oportunidades para la mujer.

Siendo el caso de la Asociación de Mujeres Cafeteras del Departamento del Huila, que se ha consolidado desde el año 2013 con el apoyo de la Federación Nacional de Cafeteros, FUNDECAFÉ, COOPCENTRAL y el SENA, generando espacios de apoyo y reconocimiento para más de 100 mujeres en diferentes aspectos como: formación y capacitación, apoyo con semillas, materiales para la renovación de los cafetales, mejoramientos de vivienda y participación en diferentes eventos pensados especialmente para tratar el tema de mujer y empresa:



¹ Unión Interparlamentaria (2015), Women in national parliaments.

ASODAMAS, Convención Internacional de Mujeres Cafetaleras, etc.. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015).



La interpretación de la información recopilada, determina la problemática existente en cuanto a equidad de género, contextualizando el papel de la mujer en la vida laboral, la finalidad de contribuir en el ámbito educativo y gerencial, aportando a la construcción de la mentalidad empresarial e incentivando el emprendimiento y éxito personal para aquellas mujeres interesadas en este proceso.

En Colombia, la lista de mujeres emprendedoras en el 2017 aumentó un 25% frente al año anterior; sin embargo, es de gran importancia aclarar que la mayoría de estos emprendimientos son llevados a cabo por mujeres que apenas han alcanzado un nivel de estudios de secundaria y gran parte de estos negocios creados son tiendas de barrio. Estas cifras son preocupantes teniendo en cuenta que los emprendimientos que se han desarrollado en un nivel de formación universitario, la mayoría son liderados por hombres. (Portafolio, 2017).

Revisión de literatura

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

El emprendimiento, más allá de identificarse con la creación de nuevas empresas, hace referencia a la adopción de ciertas actitudes, capacidades y comportamientos en la vida profesional y personal, que contribuyen en gran medida al éxito y la puesta en marcha de un proyecto empresarial, ya sea por medio de una necesidad latente, el desarrollo de un nuevo producto o servicio o la implementación de ideas novedosas que se puedan implementar de manera exitosa. (Urbano y Toledano 2008). Desde el año 2003, la Ley 823 plantea la obligación del Gobierno Nacional de establecer medidas que propendan por la igualdad de condiciones laborales de las mujeres, especialmente porque se diera aplicación al principio de salario igual a trabajo igual. (Barrero, 2013)





Si se tiene en cuenta que el emprendimiento se asocia con liderazgo, partiendo del concepto de liderazgo definido como el conjunto de habilidades que posee un individuo para contribuir en la motivación continua, la manera de pensar y actuar de un determinado grupo; todo esto con la finalidad de conseguir unas metas específicas de manera eficiente. (Vadillo, 2013). El Instituto Tecnológico de Monterrey instruye acerca de la importancia de contar con las habilidades directivas adecuadas, tanto administrativas como de liderazgo, el apoyo de un equipo de trabajo consolidado, donde todos deben ser impulsores de la organización, contribuyendo sin restricciones y prioridades mayores a la materialización de la visión del futuro, con la finalidad de lograr el éxito empresarial. (CírculoTec, 2012)

Una persona emprendedora se caracteriza por poseer esa serie de cualidades que lo convierten en un líder, con capacidades para tomar la iniciativa, generar ideas innovadoras, estar atento a las inquietudes y opiniones de su equipo de trabajo, ser quien guía en pro de la consecución de objetivos de manera rápida y efectiva.

Para hablar de mujeres líderes exitosas es importante tomar como referencia la lista anual de Forbes, donde cada año se conocen las personas con mayor fortuna del mundo, y para marzo de 2017 se dio a conocer que, de los 2.043 millonarios de la lista, 227 son mujeres, representando aproximadamente el 11% del total de la lista. Este año el aumento de la fortuna en el ámbito femenino creció considerablemente, aunque vale la pena resaltar que la mayoría de mujeres que aparecen en dicha lista son herederas de sus fortunas, resultado de grandes y reconocidas marcas, que se han sabido mantener con el paso del tiempo. Sin embargo, es importante aclarar que la mujer más rica del mundo es una emprendedora, su nombre es Zhou Qunfei, de Hong Kong, es la 17ª en la lista, quien se hizo millonaria gracias a la fabricación de cubiertas de vidrio para pantallas de teléfonos celulares; en el año 2017 se ha incrementado un 2.7% en comparación con el año anterior, el porcentaje de mujeres emprendedoras en la lista ha aumentado un 170% desde 2009, en comparación con el número de multimillonarios que tuvieron un aumento de 157%; no sólo el número de mujeres emprendedoras ha aumentado, también la cantidad de riqueza que estas mujeres han creado representa una cifra récord, es decir, 1.68% de la lista de los más ricos del mundo, frente al 1.49% del año pasado. (Sorvino, 2017).





El poder femenino fomenta el desarrollo de los países, Karen Quintos, directora de marketing (CMO) y vicepresidenta sénior Dell, afirma que: “Es primordial para la economía de un país liberar el poder de la iniciativa empresarial femenina, fomentar los apoyos necesarios para que estos emprendimientos se lleven a cabo”; aseverando que éste es el primer paso que deben dar los países para mejorar su desarrollo económico. Esta opinión, coincide perfectamente con los resultados presentados por el Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global (GEDI), en su informe: Índice de Emprendimiento femenino 2015, titulado “Analizando las condiciones que fomentan el alto potencial de emprendimiento femenino en 77 países”, donde se puede observar que el emprendimiento femenino se encuentra vigente y con mayor auge en países cuyo desarrollo económico y social es mayor. (GEDI Global Entrepreneurship and Development Institute, 2015).



Tabla 2

Los 10 mejores países para mujeres empresarias, Puntaje de 1 a 100

Clasificación	País	Puntaje
1	Estados Unidos	82.9
2	Australia	74.8
3	Reino Unido	70.6
4	Dinamarca	69.7
5	Países bajos	69.3
6	Francia	68.8
7	Islandia	68.0
8	Suecia	66.7
9	Finlandia	66.4
10	Noruega	66.3

Fuente: (GEDI Global Entrepreneurship and Development Institute, 2015).

Los índices, aunque de un tiempo para acá han tenido una varianza que tiende a aumentar en la participación de las mujeres en la construcción de economías sólidas y en crecimiento, aún el camino por andar es largo y la construcción de la transformación cultural y la lucha contra los estereotipos es aún incipiente en muchas regiones del mundo.





Con el desarrollo de las diferentes actividades empresariales creadas por mujeres, se logra el mejoramiento, bienestar social y económico de los países, por lo tanto desempeñan un papel primordial en el crecimiento de las economías; consecuentemente, cuando un país no alcanza todo su potencial económico, es porque no se trabaja conjuntamente para lograrlo, es posible que esto ocurra porque no se materializan aquellas ideas y proyectos femeninos; por lo tanto el nivel de innovación, creación de empleos e índices de crecimiento en general se ven afectados de manera considerable. Sin embargo, existe la creencia de que la condición de apoyo al momento de iniciar y crear empresas es evidentemente menor para las mujeres, comparado con la ayuda que reciben los hombres. (GEDI, 2015).

En el estudio sobre “Emprendimiento internacional comparativo” se sugiere, al momento de realizar una investigación acerca del emprendimiento, se deben tomar en cuenta además de los componentes individuales, también los colectivos y ambientales; como lo son: las instituciones relacionadas con la familia, la prestación del servicio de cuidado de niños, ya que estos aspectos tienen una gran influencia en los niveles de emprendimiento femenino; considerándolos como factores que influyen en la toma de decisiones de las mujeres al momento de crear empresa, debido a las dificultades presentadas por los conflictos trabajo-familia, en donde deben tomar la decisión de dejar a sus hijos al cuidado de un tercero, en pro del cumplimiento de sus sueños. (Terjesen, Hessels, & Li, 2013)

Además de las características mencionadas anteriormente, también son de gran importancia la igualdad legal derechos, acceso a la educación, redes, tecnología, capital, normas sociales, valores y expectativas; debido a que todos estos aspectos en conjunto contribuyen en la capacidad de las emprendedoras para prosperar y crecer; consiguientemente Global Entrepreneurship Monitor (GEM) compila datos comparativos de Global Findex y Women, Business and the Law del Banco Mundial, los cuales brindan datos específicos de emprendedores hombres y mujeres, proporcionando así un panorama digno de investigación.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) divide el Índice del Emprendimiento Femenino en 3 sub índices que son:





1. Ambiente emprendedor: trata de cómo es la cultura emprendedora en la sociedad actual y también hace referencia a las instituciones que sirven como apoyo al momento de crear empresa.
2. Ecosistema emprendedor: contiene aquellas variables relevantes que facilitan el acceso a los recursos, educación e instituciones, para que las mujeres puedan llevar a cabo los emprendimientos.
3. Aspiraciones emprendedoras: se centra en el individuo, la capacidad financiera, y las pretensiones en cuanto a la creación de emprendimientos de alto potencial que puedan prosperar y contribuir con el crecimiento económico.

Datos concluyentes muestran la condición de la mujer a nivel laboral en lo que tiene que ver con la diferencia salarial en donde, “La mujer latinoamericana y caribeña: más educada pero peor pagada. Pese a tener más años de educación que los hombres, las mujeres aún se concentran en ocupaciones peor remuneradas como la enseñanza, la salud o el sector servicios. Al comparar hombres y mujeres de la misma edad y del mismo nivel educativo, los hombres ganan un 17 por ciento más que las mujeres en América Latina. La brecha salarial ha venido cayendo en los últimos años, pero a un ritmo aún lento. (BID, 2012);

Cambiar los roles en el hogar y los estereotipos es esencial para lograr igualdad de género en el mercado laboral. La diferencia salarial entre hombres y mujeres en América Latina, pese a su reciente reducción, aún es prevalente, en el estudio “Nuevo Siglo, Viejas Disparidades” que compara encuestas de hogares representativas en 18 países de América Latina y el Caribe. (Ñopo, 2012). Es decir, a pesar de las disposiciones gubernamentales, los cambios de actitud y culturales en estos aspectos aún prevalecen viejas costumbres que entorpecen los avances hacia un mundo y unas regiones más igualitarias y equitativas para todos sus miembros, se tiene en cuenta según el estudio “Las decisiones de matrimonio, de educación y de trabajo han evolucionado y, como resultado, la visibilidad de las mujeres en casa, en la escuela, en los mercados de trabajo y en la sociedad ha evolucionado también” “Según un nuevo estudio de la Universidad de Columbia, las mujeres que ganan menos que sus pares masculinos tienen un riesgo 4 veces mayor de sufrir depresión y 2,4 veces mayor de padecer trastornos de ansiedad. Paradójicamente, esta brecha se verifica incluso en áreas en las que las mujeres han demostrado acabadamente estar tanto o más capacitadas



que los hombres para desenvolverse, como por ejemplo en el ámbito de la Economía Creativa” (BID, 2012).



Igualmente, y citando a Maru Kopelowicz, quien cuenta con una exitosa trayectoria de 20 años en el campo de la publicidad –en el que tradicionalmente los altos cargos jerárquicos siempre han sido ocupados por hombres–, expresó que “si analizamos cuáles son los valores típicamente masculinos y femeninos que sobresalen a la hora de hacer negocios, llegaremos a la conclusión de que el futuro tiene más cara de mujer que de hombre. En contraposición a valores considerados masculinos, como dominancia, fuerza física, arrogancia, rigidez y competitividad, los valores femeninos como la originalidad, el espíritu libre, la empatía, la intuición y el trabajo en equipo son precisamente los que las industrias están necesitando cada vez más. Se acabó la era de la rigidez, estamos en un momento en el que necesitamos muchas más mujeres dispuestas a avanzar” (Luzardo, 2016).

Factor sociodemográfico

La búsqueda de aspectos que inciden en las personas, independientemente de su género, que deciden emprender, ha surgido desde hace algún tiempo, teniendo en cuenta que la investigación en este tema es relativamente nueva, según el planteamiento del Libro Verde sobre el emprendimiento en Europa (Comisión Europea, 2003) quienes se preguntan al respecto, citando un estudio de la Universidad de Barcelona, “¿Cómo hacer que surjan más empresarios?, Al enfocar el emprendimiento como una actitud, el Libro Verde amplió el alcance de la política empresarial, yendo más allá de la mera eliminación de las barreras burocráticas que impiden el desarrollo y el crecimiento empresarial, con el objetivo principal de lograr que más personas deseen convertirse en emprendedores y se preparen para ello. En este contexto se reconoce explícitamente la necesidad de ir más allá de acercamientos puramente económicos o empresariales, y estudiar las variables psicológicas y sociales que impulsan el desarrollo de la conducta emprendedora” (Fonseca, Moriano, Languía, & Vasco, 2015), en este sentido se deben determinar cuáles variables demográficas aplican para perfilar la mujer emprendedora en la región de interés, partiendo de la necesidad de relacionar estas con las conductuales que definen la personalidad del sujeto.





Teniendo en cuenta las propuestas que diferentes teóricos realizan sobre cuáles deben ser las variables a establecer, plantean en un estudio en la Universidad Autónoma de Coahuila que a partir de la dimensión de los estudios socio demográficos es posible establecer tres etapas en el abordaje de la temática de género: la invisibilidad de la actividad económica de la mujer, las diferencias existentes entre hombres y mujeres y su conversión en desigualdades dada la concentración y segregación en actividades económicas y discriminaciones, que dan lugar a las construcciones sociales de género (Guerrero & Gómez, 2014), en este orden de ideas es importante establecer el hecho de que las variables demográficas han experimentado según Bacci, “en el siglo XX un desarrollo propio y autónomo, en su origen tuvo una utilidad económica, actuarial (seguros y evaluación de riesgo) así como estratégica en su aplicación nacionalista que se preocupaba de los fenómenos de manera independiente. La demografía como ciencia autónoma ocupa del análisis del sistema demográfico que integra distintos fenómenos como la fecundidad, la nupcialidad, mortalidad, movilidad, migración humana, tanto en sus particularidades como en su interrelación que es la que da cuenta del sistema demográfico en su conjunto. La demografía acoge algunos aspectos la sociología y la biología y utiliza métodos cuantitativos (estudios transversales y estudios longitudinales)” (Livi Bacci, 1993).

Con esta claridad sobre la importancia de la utilización de las características de la población objeto de estudio con miras a entender su conformación y dinámica, se debe entonces establecer teóricamente, cuáles son las variables de interés en este estudio que condicionan el comportamiento de las mujeres frente al hecho mismo de emprender, según un estudio publicado por la revista AJOICA, en el que se asegura que “las características socio-demográficas han sido ampliamente utilizadas en la caracterización del emprendedor. (Davidsson & Wiklund, 2009) Subrayan que, a pesar de la contribución de la psicología al estudio del comportamiento emprendedor, debe seguir considerándose el papel predictor de factores socio-demográficos. En la literatura previa los elementos más comúnmente considerados incluyen edad, género, nivel educativo, situación laboral, renta, estado civil o status profesional (Grilo & Irigoyen, 2006) , según la propuesta de Lee y Wong, las variables demográficas y de capital humano tienen notable influencia en las intenciones del individuo (Lee & Wong, 2004)” (Ruíz, Fuentes, & Ruíz, 2014), ante esta perspectiva en el presente estudio se





determinó estudiar las condiciones demográficas de la población estableciendo variables como: edad, estado civil, nivel de estudios, estrato, nivel de ingresos, tipo de vivienda, número de hijos, profesión u oficio.

La determinación del perfil demográfico de las mujeres emprendedoras de las provincias de Guanenta y Comunera se establece según las variables descritas anteriormente, según un estudio de la CEPAL y OIT, “las mujeres empresarias latinoamericanas:

- a) Son de edad media, mayor de 35 años, aunque cada vez más joven, sobre todo las ejecutivas (menores de 35 años).
- b) Son casadas, con hijos, aunque entre las ejecutivas jóvenes prevalecen las solteras o casadas sin hijos, además de haber un considerable número de mujeres separadas.
- c) Tienen niveles educativos altos, con grados universitarios en un 50% (menor en Bolivia).
- d) Dedican de su tiempo más de 48 horas semanales al trabajo empresarial y dedican menos de 30 horas semanales a las tareas del hogar.
- e) Son – en su gran mayoría (un 70%) – dueñas/socias de empresas micro, pequeñas y medianas (aunque en menor proporción). El acceso a las PYMES todavía es predominantemente el resultado de una herencia familiar, aunque aumenta la tendencia de crear empresas propias, muchas veces después de una experiencia laboral como ejecutiva.
- f) La antigüedad de sus empresas es menos de 10 años y un porcentaje significativo menos de 5 años (Daeren, 2000),

Factor rasgos de la personalidad

En cuanto a los rasgos de la personalidad, los cuales se establecen como una incógnita sobre si éstos determinan el éxito o fracaso de una actividad empresarial, en España se realizó un estudio cuantitativo denominado “Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino”, cuya principal conclusión después de realizar los análisis estadísticos de la información, cita: “Los principales resultados indican que los factores informales (percepción de habilidades para emprender, redes sociales y rol familiar) tienen un efecto significativo sobre la probabilidad de ser mujer emprendedora, mientras que los factores

formales (financiación, políticas de apoyo no económicas y formación) no tienen ningún efecto.



De esta manera, se puede afirmar que los factores informales son más relevantes para el emprendimiento femenino que los factores formales” (Alvarez, Noguera, & Urbano, 2012), con la determinación de este hallazgo es posible incidir sobre la importancia de establecer esos rasgos de la personalidad de las mujeres que inciden sin duda alguna en su actitud frente a la vida, establecimiento de prioridades y reacciones en momentos de presión, que son condiciones que enmarcan su vida laboral, para alcanzar este resultado se hizo necesaria la aplicación de un test psicológico, se considera test psicológico a toda aquella prueba, método o instrumento utilizado con el fin de evaluar o medir una o más de una de las diferentes características que forman parte de la psique del individuo. Los test psicológicos se basan en la conducta observable y en la expresión de la subjetividad del analizado de cara a inferir las características y estado mental del sujeto, siendo necesario un análisis posterior con el fin de poder extraer información con significación clínica. Los test psicológicos intentan en la medida de lo posible que la información que se obtiene a través su realización sea válida y fiable, intentando que reflejen lo que se pretende medir (Psicología y Mente, 2018).

Según estudio de la Universidad de Valencia “El sujeto humano es capaz de actuar por metas lejanas, de anticipar consecuencias futuras y para lograrlas mantener durante largo tiempo actividades (no siempre placenteras) con la confianza de lograr objetivos a los que el individuo le asigna el valor de recompensa, esta conducta, es mantenida a partir de la fuerza del impulso, de las expectativas de logro y del valor personal del incentivo. (Rojo-Moreno & Moleón-Moscardo, 2001), al adentrarse propiamente en la prueba a aplicar para determinar los rasgos de la personalidad predominantes en las mujeres emprendedoras en las provincias de Guanenta y Comunera, se debe empezar por resaltar los resultados de la aplicación de la prueba 16PF de Catell, en la que Del Barrio citado por (Sánchez, Gómez, & Zambrano, 2011), quien afirma “aunque el constructo de personalidad es empleado con múltiples acepciones, la mayor parte de las definiciones coincide en que se refiere a las tendencias estables de una persona a comportarse de una manera determinada en diferentes situaciones, para explicar el tema se han determinado diferentes tipos de personalidad. Teniendo en





cuenta las teorías propuestas, sobre las que se basa la construcción del modelo del test del 16 PF, es posible inferir sobre el diseño del instrumento mismo, a continuación, se detallan las dimensiones globales que se establecen en la prueba, en los que se determinan los polos bajos y altos que definen a una persona y por lo tanto su comportamiento.

Tabla 3

Descripción rasgos personalidad

RASGOS PRIMARIOS	DESCRIPCIÓN
afabilidad	Se refiere a la tendencia que va desde ser una persona social e interpersonalmente reservada hasta estar cálidamente implicada.
Razonamiento	Capacidad del individuo para resolver problemas. Esta escala no es un rasgo de personalidad, sin embargo se conoce que el estilo cognitivo es una variable moduladora de las variables de personalidad
Estabilidad	Se refiere al estilo de afrontamiento de los problemas cotidianos de la vida y sus retos
Dominancia	Se refiere a la tendencia a ejercer la voluntad de uno mismo sobre la de los demás
Animación	Evalúa el grado de espontaneidad y sociabilidad del individuo frente a la seriedad y la inhibición de la espontaneidad
Atención a las normas	La escala pretende medir el grado en que las normas culturales de lo correcto/incorrecto se han interiorizado y se emplean para gobernar la conducta humana
Atrevimiento	Evalúa el grado de atrevimiento, seguridad en las relaciones sociales y carácter emprendedor del individuo frente a la timidez y retraimiento social
Sensibilidad	Evalúa el grado de empatía, sentimentalismo y gusto por lo estético
Vigilancia	Evalúa el grado de suspicacia, escepticismo, desconfianza frente al polo contrario
Abstracción	Evalúa si el individuo está más orientado a los procesos mentales e ideas que a los aspectos pragmáticos y realistas
Privacidad	En esta escala se pretende medir la tendencia a la naturalidad y apertura del individuo frente a la tendencia a la privacidad de las emociones
Aprensión	Los ítems de la escala pretenden medir el grado de seguridad y despreocupación del individuo frente a la inseguridad, preocupación y aprensión



Apertura al cambio	Los ítems de esta escala pretenden diferenciar a individuos tradicionales y apegados a lo familiar frente a aquellos de mentalidad abierta y analítica, innovadores
Autosuficiencia	Se refiere al mantenimiento del contacto o proximidad de los otros 7 frente al individualismo
Perfeccionismo	la flexibilidad y tolerancia con el desorden y las faltas frente a la organización y la disciplina
Tensión	está asociada con la tensión nerviosa, impaciencia e intranquilidad

Fuente: (Consejo Superior de colegios oficiales de Psicólogos, 2018)

Estudios previos han concluido: “las mujeres presentan un mayor rendimiento en sus estudios y una tendencia hacia el perfeccionismo en su dedicación y empeño profesional, normalmente no gratifican con salarios adecuados ni promociones de ascenso. Otras han creado sus propias empresas con el fin de ser “sus propias jefas” y así poder escapar de sistema y relaciones de trabajo que limitan sus posibilidades de desarrollo, su acceso a recursos financieros, redes de información y comercialización, ubicando sus empresas en una posición más vulnerable. El diagnóstico anteriormente presentado sobre la situación de las mujeres en el mercado laboral y – más específicamente – las mujeres empresarias muestra la pertinencia de espacios donde las mujeres se pueden encontrar en su condición de trabajadoras y empresarias. (Daeren, 2000).

Empresas dinámicas

Es necesario establecer las condiciones para determinar que una empresa se considere como dinámica, ante esta situación es importante enfatizar en que no existe una definición universalmente aceptada de empresa dinámica, en un estudio apoyado por el Banco interamericano de Desarrollo BID, Kantis define como dinámica a aquella empresa que contara por lo menos con quince empleados y no más de trescientos al momento del estudio (Kantis, Angelilli, & Mouri, 2004). Otras investigaciones definen como firmas dinámicas a aquellas que duplicaron su número de empleados en cinco años y crearon al menos cinco puestos de trabajo (Brüderl & Preisendörfer, 2000) definen al emprendedor nuevo dinámico como aquel que espera emplear al menos a veinte personas dentro de los primeros 5 años de existencia de la empresa. Autio, citado por Arteaga y Lasio, también encontró que de todos los emprendedores nacientes y nuevos contactados, aproximadamente el 7% tienen expectativas de negocios de alto



crecimiento, es decir, que podrán emplear a veinte o más personas en cinco años. Latinoamérica, aunque posee una tasa alta de actividad emprendedora, está muy distante de Norteamérica en cuanto a actividad emprendedora dinámica (5,5% frente a 13%), (Arteaga & Lasio, 2009)

Metodología

Este proyecto se desarrolló bajo la técnica de un estudio exploratorio descriptivo, dentro de un enfoque mixto, en el que predominaron los elementos cualitativos. El proyecto se llevó a cabo en las provincias de Guanentá y Comunera en el departamento de Santander – Colombia, la población objeto de estudio fue el grupo de mujeres que aparecen registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga como propietarias de empresas o representantes legales de las mismas en todos los sectores económicos en la región de alcance del presente proyecto, siendo aplicada la fórmula para determinar el tamaño de la muestra para poblaciones finitas con un error 5%, confianza del 95%, muestra no probabilística por conveniencia y oportunidad del investigador, siendo los siguientes criterios los seguidos para aplicar las herramientas: Disposición de tiempo, aparecer en los listados de Cámara de Comercio en empresas que se encuentren activas, que figuren como dueñas de la empresa, para este caso empresas dinámicas, o como representantes legales, de las 122 empresas contactadas 67 cumplieron con estos requisitos; Las técnicas a utilizar en el desarrollo del proyecto será la encuesta, la cual estará elaborada a partir del cuadro de necesidades de información el cual se diseñará según el objetivo planteado en el estudio, con el diseño de preguntas cerradas para el caso de la determinación del perfil y con la aplicación de la prueba psicotécnica 16 PF, Nombre original “Sixteen Personality Factor Questionnaire (16 PF)”, “. Institute for Personality and Ability Testing, Champaign, Illinois, U.S.A, Autor: R. B. Cattell, Adaptación Española: Departamento I+D, TEA Ediciones, S.A, Madrid, 1975, Administración: Individual, duración: Variable, 45 a 60 minutos. Significación: Apreciación de dieciséis rasgos de primer orden y cuatro de segundo orden de la personalidad; posible medida de la distorsión motivacional y Baremación: Tablas de decatipos para varones y mujeres, adolescentes y adultos.



Discusión

Perfil demográfico



A partir del trabajo de campo y con el análisis consecuente de los datos fue posible determinar el resultado del estudio en lo que tiene que ver con la variable condición demográfica para las mujeres líderes en empresas dinámicas:

Grupo etario: El grupo etario que sobresale está en el rango de edad entre los 37-48 años, un 46%, encontrándose repartido el porcentaje restante entre los rangos de mujeres jóvenes de 18 a 35 y mayores de 50 años.

Estado civil: En cuanto al estado civil la gran mayoría son casadas 58%, un 20% son solteras, se debe tener en cuenta que un 71% de las emprendedoras en empresas dinámicas se encuentran en una relación estable (Casadas y unión libre).



Número de Hijos: El 54% de las emprendedoras tienen entre 2 y 3 hijos, mientras que un 23% no tiene hijos.



Estrato: El 61% pertenece al estrato social 3, y en igual porcentaje 12% se encuentran en los estratos 2 y 4



Tipo de vivienda: Un 57%, de las mujeres objeto de estudio, habitan en vivienda propia frente al 16% que lo hacen en vivienda arrendada y un 17% en casa familiar y de ellas un 62% cuenta con vehículo propio.

Nivel de ingresos: Un 51% gana entre 4 y más de 4 SMLMV, mientras que otro porcentaje significativo estima sus ingresos entre 2 y 3 SMLMV.

Nivel de estudios: El 82% de las mujeres en empresas dinámicas son profesionales y tienen un 41% de ellas estudios pos graduales, de las cuales un 37% estudia administración de empresas o carreras afines a las ciencias económicas.

Sector económico de las empresas: Un 74% de la población de mujeres emprendedoras se desenvuelven profesionalmente en el sector económico terciario o de servicios, en este un 40% de las mujeres dirigen empresas en el sector comercial y financiero, mientras que otro 8% se encuentran en el sector de alimentos y bebidas.

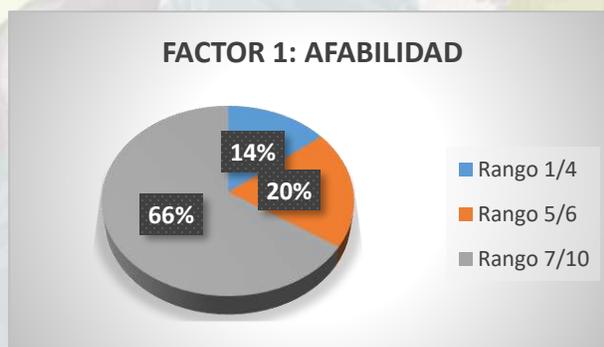


Perfil comportamental

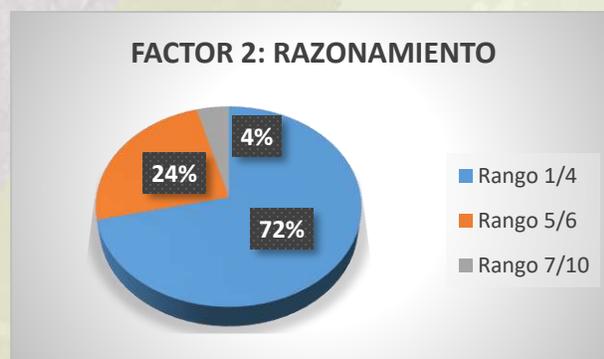


Según las puntuaciones obtenidas por las evaluadas en cada uno de los 16 factores que se miden en el test de personalidad, las cuales son presentadas en decatipos, en donde de 1 a 4 son puntuaciones bajas (gran desviación), de 5 a 6 se consideran valores medios y de 7 a 10 puntuaciones altas (gran desviación).

Factor 1 Afabilidad: En este caso un 66%, alcanzaron una puntuación de 7 a 10, es decir, tienden a ser emocionalmente expresivas, dispuestas a cooperar, bondadosas, amables con gran facilidad para adaptarse, teniendo gran interés por las ocupaciones que exijan contacto con la gente, fácilmente forman parte de grupos activos, las demás presentan un comportamiento promedio.

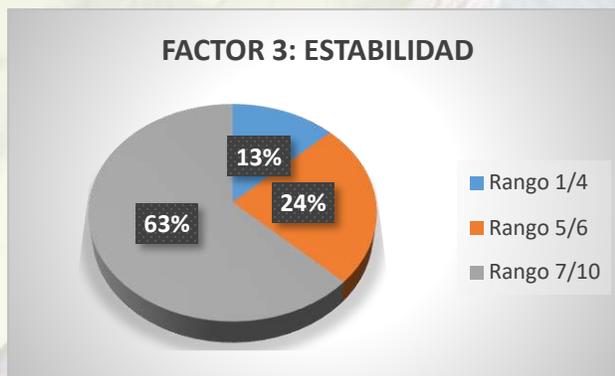


Factor 2 Razonamiento: Un 72% de las mujeres estudiadas tienen un puntaje de 1 a 4, evidenciando posiblemente un pensamiento concreto en estas personas, es decir con cierta lentitud para comprender las cosas, esto puede ser debido a una escasa capacidad intelectual o a la influencia de factores psicopatológicos que limitan su actuación.

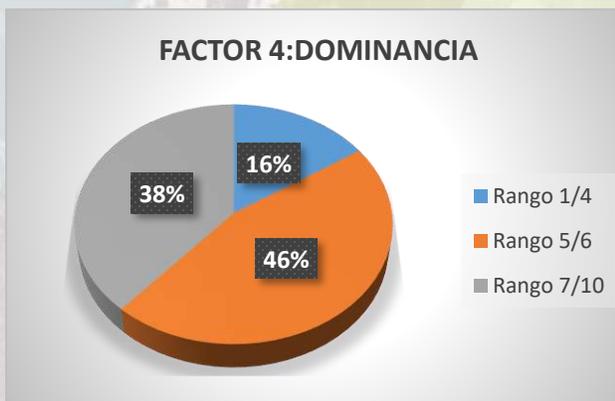




Factor 3 Estabilidad: Un 63% puntuó en la escala de 7-10, es decir, con tendencia a ser emocionalmente maduras, estables, realistas acerca de la vida, tranquilas y con buena firmeza interior, así mismo, tienen gran capacidad para mantener una sólida moral de grupo, en algunas ocasiones tienden a ser conformistas sobre todo en el caso de problemas no resueltos.



Factor 4 Dominancia: Un 46% de la población femenina se ubicó en el rango 5-6, es decir, se encuentran en el promedio normal de la población, mientras que un 38% se encuentran en el rango de 7-10, es decir, reflejan seguridad de ellas mismas, con una mentalidad independiente, tienden a ser autoreguladoras, y autoritarias en el manejo de los demás, posiblemente hacen caso omiso de toda autoridad.

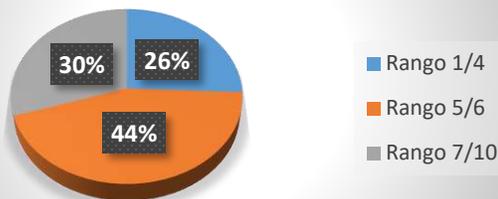


Factor 5 Animación/Impulsividad: Un 30%, se ubicó en el rango de 7-10, son mujeres con cierta tendencia a ser personas activas, charlatanas, expresivas, y en ciertas ocasiones descuidadas, con gran frecuencia son líderes de grupos, sin embargo, pueden llegar a ser impulsivas y de actividad cambiante.



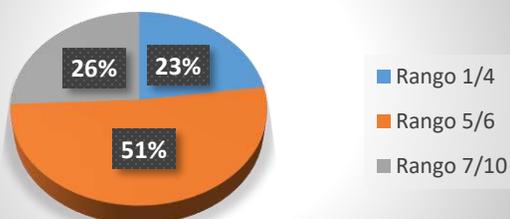


FACTOR 5: IMPULSIVIDAD



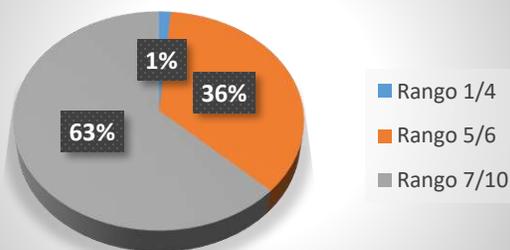
Factor 6 Conformidad grupal/atención a la norma: Al 26% de la población se le determinó que reflejan mayor tendencia a ser mujeres de carácter exigente, dominadas por el sentido del deber, perseverantes, responsables, organizadas, normalmente son escrupulosas y moralistas, puesto que puntuaron en el rango de 7-10.

FACTOR 6: CONFORMIDAD GRUPAL



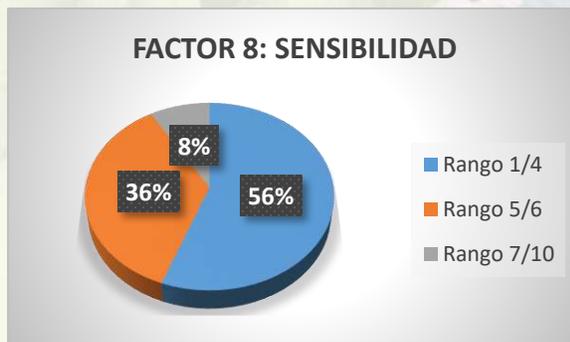
Factor 7 Atrevimiento: El 63% de la población se ubicó en el rango de 7-10, en donde se evidencian como personas sociables, dispuestas a intentar nuevas cosas, espontáneas; sin embargo, pueden despreocuparse por los detalles, e invertir mucho tiempo charlando, con tendencia a ser emprendedoras y estar activamente interesadas por el otro género.

FACTOR 7: ATREVIMIENTO





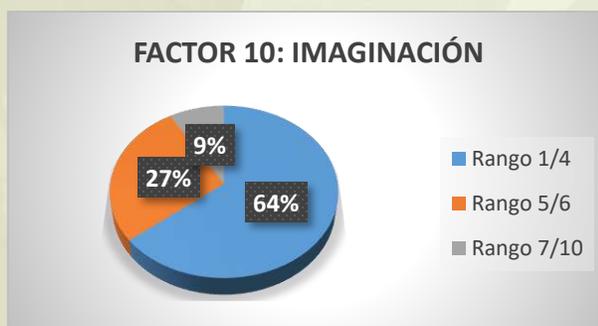
Factor 8 Sensibilidad: El 56% de las mujeres emprendedoras se encontró en el rango de 1-4, en este factor, se caracterizan por ser prácticas, realistas, independientes, responsables y a las veces escépticas de las elaboraciones culturales subjetivas, estas personas tienden a mantener el grupo trabajando sobre unas bases prácticas, realistas y acertadas.



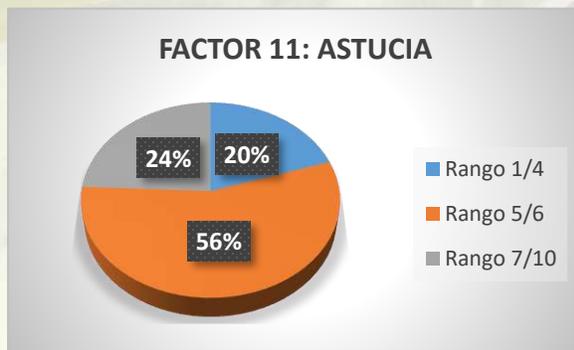
Factor 9 Suspiciousidad/vigilancia: El 28% de la población estudiada se ubicó en el rango 1-4, existe posiblemente tendencia a adaptarse fácilmente, ser animadas, interesadas por los demás, colaboradoras del grupo, no obstante, en ocasiones pueden llegar a ser celosas o manifestar envidia.



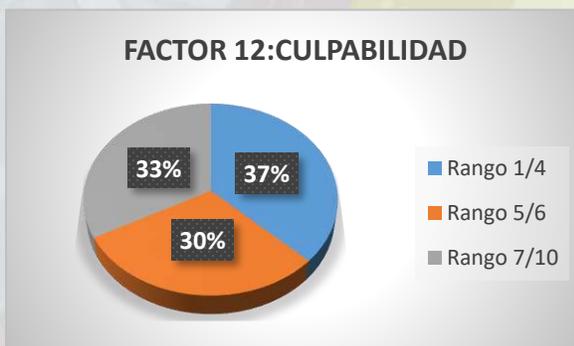
Factor 10 Imaginación/abstracción: El 64% estuvo en el rango de 1-4, suelen mostrarse ansiosas por hacer las cosas correctamente, atentas a los problemas prácticos y sujetas a los dictados de lo que es evidentemente posible, se preocupan por los detalles, tienen facilidad por mantener la calma en situaciones de emergencia, aunque a veces son poco imaginativas.



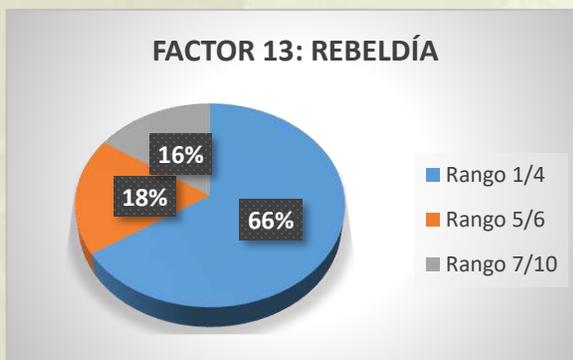
Factor 11 Astucia: Un 24% se ubicó en el rango de 1-7, suelen ser refinadas, experimentadas, astutas, con cierta frecuencia de cabeza dura y analíticas, se enfocan más en lo intelectual que en lo sentimental.



Factor 12 Culpabilidad/aprensión: El 37% de las emprendedoras se ubicó en el rango de 1-4, las puntuaciones bajas en este factor tienden a ser de ánimo variable, reflejan confianza en sí mismas y su capacidad para tratar las cosas es madura y poco ansiosa, son flexibles y seguras, sin embargo, pueden llegar a mostrarse inseguras cuando el grupo no está de acuerdo.

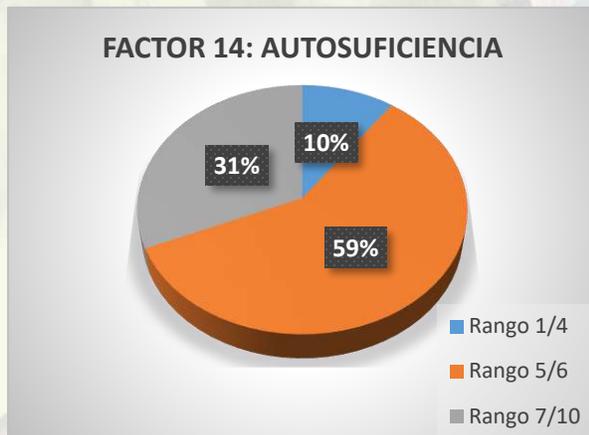


Factor 13 Rebeldía: El 66% de la población se ubicó en el rango de puntuación de 1-4, en ellas se evidencia confianza de sí mismas, son precavidas, tienden a oponerse a los cambios, son conservadoras en sus creencias les despreocupan las ideas analíticas e intelectuales.

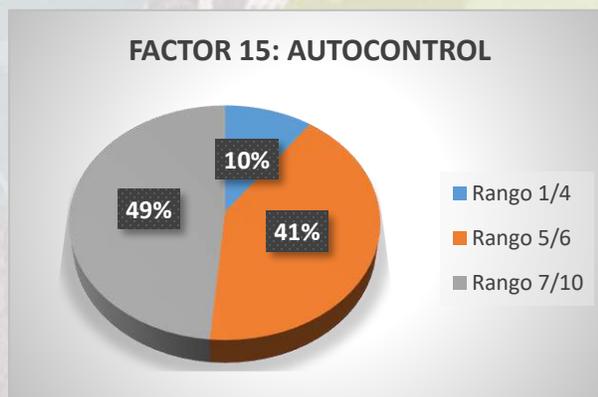




Factor 14 Autosuficiencia: El 31% se ubicó en el rango de 7-10, en donde se muestran como personas temperamentalmente independientes, acostumbradas a seguir su propio camino, tomar sus propias decisiones y actuar por su cuenta.

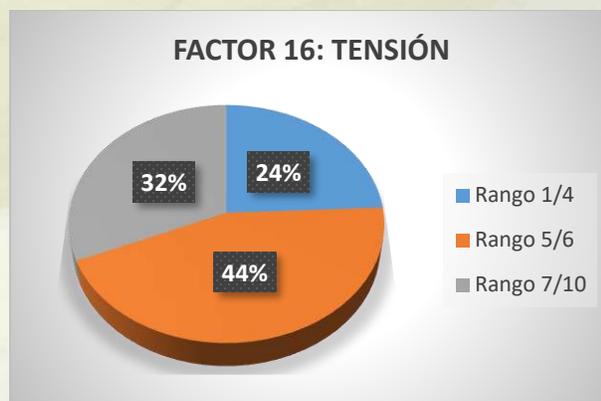


Factor 15 Autocontrol: El 41% de la población obtuvo puntajes en el rango de 7-10, ellas demuestran ser seguras y tener un alto control de sus emociones, es su conducta en general, son cuidadosas, abiertas a lo social, evidencian lo que comúnmente se llama respeto hacia sí misma, tiene en cuenta la reputación social; En este factor tienden a puntuar alto los líderes eficaces.



Factor 16 Tensión: El 32% de las mujeres en empresas dinámicas se ubicó en el rango de 7-10, es decir, reflejan ser tensas, excitables con facilidad, intranquilas, irritables e impacientes; están a menudo fatigadas, pero son incapaces de permanecer inactivas, dentro del grupo tienen una pobre visión del grado de cohesión, del orden y del mando.





Conclusiones

A partir de los hallazgos, los cuales reflejan la importancia de dar a conocer un perfil aproximado de lo que podría ser la condición de personalidad y la caracterización demográfica de las mujeres que emprenden en empresas dinámicas, consideradas mujeres de éxito y visibles en la sociedad, las mujeres que lideran las organizaciones antes mencionadas son consideradas como: “Mujeres adultas en un rango de edad entre los 37 y 48, con dos o tres hijos, en una relación estable, en su mayoría casadas, son profesionales con posgrados y con estudios principalmente en ciencias de la administración y afines, reciben más de 4 SMLMV, viven en casa propia, en estrato socioeconómico 3 y poseen vehículo”.

Tabla 4

Comparativo estudio de caracterización para mujeres de Latinoamérica vs hallazgos en mujeres en empresas dinámicas en las provincias de Guanentá y Comunera

Variable Demográfica	Emprendedora Latinoamericana	Emprendedora Provincias de Guanenta y Comunera
Edad	Mayores de 35 años	Mayores de 37 años
Estado civil	Casadas y un considerable número de mujeres separadas	Casadas o en relaciones estables
Educación	Grados universitarios en su mayoría	Profesionales en un porcentaje algo con posgrados, ciencias de la administración en su mayoría





Propiedad de la empresa	Dueñas/socias de empresas micro, pequeñas y medianas	Dueñas de empresa, pero ocupan más cargos de dirección que ser propietarias de empresas dinámicas.
Antigüedad de la empresa	La antigüedad de las empresas es menor de 10 años y en su gran mayoría de 5 años	Con más de 10 años.

Fuente Elaboración propia.

El comparativo permite evidenciar algunas diferencias entre el perfil establecido en estudios previos y el que se define en el presente estudio, las mujeres de las provincias de Guanenta y Comunera son mayores de 37 años, una diferencia de 2 años, se debe principalmente al acceso a la educación y a las oportunidades de empleo formal más limitadas en los territorios que en ciudades grandes, en cuanto a la educación superior a pesar de la descripción anterior, las mujeres en los territorios son preparadas y cuentan con formación pos gradual, haciéndolas más competitivas en el mercado laboral; se encuentran más propietarias de empresas en el estudio anterior, realizado en ciudades en Latinoamérica, mientras que en los territorios ocupan más cargos de dirección para empresas consideradas como dinámicas, siendo estas con una antigüedad mayor a 10 años.

En el contexto de los territorios las oportunidades son escasas, la cultura machista y el patriarcado se asientan con fuerza y luchar contra esta cultura, es enfrentar muchas veces barreras con connotaciones muy marcadas que requieren esfuerzos coordinados desde diferentes espacios, que en ocasiones no encuentran eco ni en lo público, ni en el sistema de educación y por ende esos esfuerzos que se realizan desde la sociedad civil organizada, en este caso desde el lado femenino, que en lugar de ser el lado, es el último en la fila, son de carácter más complejo y de impactos en el muy largo plazo. En definitiva, el análisis de la demografía de las mujeres que emprenden en el territorio -provincias de Guanenta y Comunera-, induce que a más preparación académica de la mujer, se minimiza la posibilidad de que realice emprendimientos o procesos de autogestión empresarial, lo que manifiesta de hecho, que una mujer con estudios superiores cuenta con mayores oportunidades laborales o de encontrar empleo adecuado, de tal manera que sus

razones para desarrollar y formalizar un proyecto productivo por necesidad tiende a disminuir.



En cuanto a sus rasgos de personalidad se consideran con las siguientes tendencias en su manera de ser y de relacionarse: son expresivas, se contactan fácilmente con la gente, pertenecen a grupos activos, presentan pensamiento concreto, emocionalmente maduras, estables, realistas acerca de la vida pero se conforman, son seguras, independientes y autoreguladoras, tienen carácter exigente, dominadas por el sentido del deber, perseverantes, son expresivas y descuidadas, con tendencia a ser emprendedoras y a estar activamente interesadas por el otro género, son prácticas y escépticas, se adaptan fácilmente, son astutas, con cierta frecuencia de cabeza dura y analíticas, acostumbradas a seguir su propio camino, toman sus propias decisiones y actúan por su cuenta, tienen un alto control de sus emociones, en su conducta en general, son cuidadosas y abiertas a lo social.

El papel que asume la mujer en empresas dinámicas, se activa sin duda, por las exigencias que le impone la sociedad sobre el hecho de ser eficientes en cada rol que asumen, los cuales van, desde demostrar sus capacidades de gestión y dirección, hasta su ejercicio privado como mujer propiamente dicha que comprende los espacios como madre, esposa, hija, entre otros y que deben combinarse de manera funcional. En cuanto a la cimentación de la identidad que la mujer se impone en su ejercicio profesional como ejecutiva de empresas dinámicas, el del espacio privado tradicional, adoptan valores binarios de tal manera que les permita demostrar sus habilidades y adaptarse fácilmente, ser animadas, interesadas por los demás, colaboradoras del grupo, no obstante, en ocasiones pueden llegar a ser celosas o manifestar envidia, buscando seguramente equipararse a la valoración del hombre directivo.

La principal conclusión del estudio confluye en que no será posible lograr una igualdad y/o equidad laboral para el género femenino, mientras no se resuelva la carga del trabajo no remunerado y de cuidado que recae de tiempos ancestrales sobre la responsabilidad femenina, lo que las obliga a asumir dentro de sus rasgos de personalidad y su ser, comportamientos que las reflejan como tensas, excitables, intranquilas, irritables e impacientes; están a menudo fatigadas, pero son incapaces de permanecer inactivas.





La propensión global muestra que las mujeres crean menos empresas que sus congéneres masculinos, pero se debe tener en cuenta que esta tendencia se encuentra a la baja, siendo un tema que no ha sido suficientemente estudiado, y aunque homogenizar los comportamientos es complicado, si se debe tener en cuenta que hay un marcado interés por entender los factores que condicionan, influyen y determinan los emprendimientos femeninos, específicamente en lo relacionado con la creación, desarrollo y mantenimiento de nuevas empresas. Se considera que el espacio se abre en la región para realizar más estudios en temas de asociatividad femenina, mujeres rurales, violencia de género, oportunidades para emprender y percepciones de género en la vida empresarial, entre otros que amplíen la visión de los empresarios y empresarias en términos de justicia laboral, lucha contra los estereotipos y visibilidad para las mujeres emprendedoras.

Bibliografía

- Alvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (31 de Julio de 2012). SSRN. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2043477
- Arteaga, M., & Lasio, V. (2009). Empresas dinámicas en Ecuador, factores de éxito y competencias de sus fundadores. *Revista latinoamericana de Administración*, 1-19.
- Banafsheh, D., Hiroko, K. K., Nader, S., & Somayeh, M. (2016). Women entrepreneurship: effect of social capital, innovation and market knowledge . *AD-minister* , 115-130.
- Barrero, R. R. (06 de 03 de 2013). *¿En qué van los derechos laborales y políticos de las colombianas?* Obtenido de Revista Aló: <http://alo.co/trabajo-y-dinero/derechos-laborales-y-politicos-de-las-mujeres-colombianas>
- BID. (15 de octubre de 2012). *BID, Mejorando vidas*. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/noticias/articulos/2012-10-15/diferencia-salarial-entre-hombres-y-mujeres%2C10155.html>
- Brüderl, J., & Preisendörfer, P. (2000). *Fast-Growing Businesses: Empirical Evidence from a German Study*. washintong: Taylor y Francis LTDA.





Castiblanco Moreno, S. E. (2013). La construcción de la categoría del emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión.*, 53-66. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90930501005>

CirculoTec. (2012). Recuperado el 2017, de ftp://sata.ruv.itesm.mx/portalesTE/Portales/Proyectos/2631_BienvvenidaCyP/QP042.pdf

Consejo Superior de colegios oficiales de Psicólogos. (5 de Marzo de 2018). *COP.ES.* Obtenido de <http://www.cop.es/uploads/pdf/16pf5.pdf>

Daeren, L. (25 de Agosto de 2000). *CEPAL.ORG.* Obtenido de https://www.cepal.org/mujer/proyectos/gtz/publicaciones/word_doc/empresarias.pdf

Davidsson, P., & Wiklund, J. (2009). Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: Current Research Practice and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and practice*, 81-99.

Federacion Nacional de Cafeteros de Colombia. (2015). Obtenido de https://www.federaciondefcafeteros.org/static/pergamino-fnc/uploads/Informe_asociacion_de_mujeres_cafeteras_del_centro_del_departamento_del_Huila.pdf

Fonseca, B., Moriano, J., Languía, A., & Vasco, J. (2015). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de género. *Anuario de Psicología*, 301-315.

GEDI Global Entrepreneurship and Development Institute. (2015). Obtenido de <https://thegedi.org/research/womens-entrepreneurship-index/>

GEM. (20 de Abril de 2016). *gemconsortium.org.* Obtenido de www.gemconsortium.org/visualizations

Grilo, I., & Irigoyen, J. (2006). Entrepreneurship in the EU: To wish. *Small Bussines Economics*, 305-318.





Guerrero, L., & Gómez, E. A. (2014). Mujeres emprendedoras: similitudes y diferencias entre las ciudades de torreón. *Revista internacional administracion & finanzas*, 77-90.

Kantis, H., Angelilli, P., & Moori, v. (20 de Junio de 2004). *BID*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/442/Desarrollo%20emprendedor.pdf?sequence=2> la, I. a. (s.f.).

Lee, S., & Wong, P. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective. *Journal of bussines venturing*, 7-28.

Livi Bacci, M. (1993). *Introducción a la demografía*. Barcelona: Ariel.

Luzardo, A. (19 de abril de 2016). *Pulsosocial*. Obtenido de <http://pulsosocial.com/2016/04/19/liderazgo-femenino-economia-creativa-america-latina/>

Montaño, M., Palacios, J., & Gantiva, C. (2009). Teorías de la personalidad. Un análisis histórico del concepto y su medición. *Psicología*, 81-107.

Mujeres Mprende. (16 de Mayo de 2016). *Mprende*. Obtenido de <http://mprende.co/>

NIMD. (13 de marzo de 2018). <http://colombia.nimd.org>. Obtenido de <http://colombia.nimd.org/wp-content/uploads/2016/11/El-feno%CC%81meno-de-la-Violencia-contra-las-Mujeres-en-Poli%CC%81tica-Agosto-2017.pdf>

Ñopo, H. (12 de Octubre de 2012). *groups.google.com*. Obtenido de BID: <https://groups.google.com/forum/#!topic/plan-integral-largo-plazo/dEwS6CHrgvw>

ONU, M. (4 de Mayo de 2016). Obtenido de ONU, Mujeres: <http://www.unwomen.org/es/news/in-focus/women-and-the-sdgs>



Pineda, J. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y Economía*, 239-270.

Polanco, C. (4 de Mayo de 2016). *Colombia-Inn*. Obtenido de <http://colombia-inn.com.co/colombianas-ganan-menos-y-muy-pocas-lideran-grandes-companias-dice-experta/>

Psicología y Mente. (4 de Marzo de 2018). *Psicología y Mente. Net*. Obtenido de <https://psicologiaymente.net/psicologia/tipos-test-psicologicos>

Rojo-Moreno, J., & Moleón-Moscardo, P. &. (2001). Definición vocacional en los estudiantes de medicina: Influencia de la personalidad. *Actas Esp Psiquiatr*, 64-70.

Ruíz, M., Fuentes, M., & Ruíz, J. (2014). Análisis del emprendedor potencial: Integración de factores sociodemográficos, cognitivos y relacionales. *Gestión Joven AJOICA*, 37-51.

Sanchez, N., Gómez, C., & Zambrano, R. (2011). Revisión sistemática del cuestionario factorial de personalidad 16PF. *Pensando Psicología*, 11-23.

Sorvino, C. (11 de 04 de 2017). *Forbes México*. Recuperado el 06 de 11 de 2017, de <https://www.forbes.com.mx/2017-fue-ano-record-las-emprendedoras-multimillonarias/>

Terjesen, S., Hessels, J., & Li, D. (01 de 05 de 2013). *Comparative International Entrepreneurship, A review and research agenda*. Obtenido de Journal of management: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0149206313486259>

Vadillo, M. T. (2013). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*. Madrid: Business Marketing school.

