



**UNA MIRADA A LOS FACTORES PSICOLOGICOS Y SOCIO CULTURALES  
QUE CONDICIONAN E INFLUYEN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN  
COLOMBIA**

**Daniela Alejandra Hernández Santacruz**

Programa de Administración de Empresas

Auxiliar de Investigación

Universidad Libre Seccional Cali

[daniela.hernandezst@gmail.com](mailto:daniela.hernandezst@gmail.com)

**Ejes Temáticos: Emprendimiento e Innovación**

**RESUMEN**

En las últimas décadas se han adelantado diferentes investigaciones sobre emprendimiento y el aporte que genera en el desarrollo de la sociedad. Sin embargo, según el reporte GEM 2006-2013 casi no existen investigaciones enfocadas al género, específicamente al emprendimiento femenino. Es por esta razón, que la presente ponencia muestra los resultados de la revisión teórica del proyecto de investigación factores psicológicos y socio culturales que condicionan e influyen el emprendimiento femenino en Colombia, que aunque no es un tema que ha sido suficientemente estudiado, existe interés por comprender y tratar de esclarecer por medio de esas dos variable, los motivos por los cuales las mujeres tienen poca participación en la actividad empresarial, además de destacar la importancia económica y social de la mujer en el desarrollo de la sociedad.



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

### **PALABRAS CLAVES**

Emprendimiento, factores psicológicos y socioculturales, genero, emprendimiento femenino

### **ABSTRACT**

In recent decades, several studies have been conducted on entrepreneurship and contribution generated in the development of society. However, according to the GEM report 2006-2013 almost no gender research focused specifically on female entrepreneurship. It is for this reason that in this paper show the results of the theoretical review of the psychological and socio-cultural factors that condition and influence in female entrepreneurship in Colombia, although it is not a topic that has been studied enough, there is a interest to understand and try to clear through these two variables, the reasons why women have little participation in business activity, while highlighting the economic and social importance of women in the development of society.

### **KEY WORDS**

Entrepreneurship, psychological and socio-cultural factors, gender, female entrepreneurship.

### **INTRODUCCIÓN**

El espíritu empresarial es un área de creciente investigación a nivel mundial, esto se debe a que la creación de empresas impacta en el desarrollo y crecimiento económico y social de los países; En las últimas décadas el tema de emprendimiento ha tenido un renacer en la literatura científica y en medios de comunicación, lo cual lo ha convertido en un tema de frecuente investigación y de total actualidad en diferentes escenarios



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

La actividad emprendedora ha ganado gran importancia en la sociedad como una alternativa de generación de ingresos independientes, construcción de dinámicas productivas y como factor importante que promueve la autorrealización como efecto de la motivación de las personas que toman el camino de ser emprendedor (Suarez, 2011) No obstante, recientes trabajos investigativos muestran la brecha existente de género en la actividad emprendedora en diferentes países que deja en inferioridad a las mujeres, si bien se ha observado que el nivel de participación de las mujeres en el emprendimiento cada vez es más alto por su gestión en proyectos que son notorios y que toman fuerza, buscando romper con barreras culturales que permitan progresar a la mujer, siguen siendo significativamente más bajo en comparación con los hombres (Langowitz & Minniti, 2007), no obstante estas diferencias no quieren decir que la mujer desempeñe un rol secundario en la actividad emprendedora, es altamente reconocido en el proceso de crecimiento de los países.

Por ello, este estudio se fundamenta y contextualiza en el más reciente reporte GEM Colombia 2006-2013, debido a que según el concepto de “Tubería Empresarial” configurado por Varela et al (2013), el cual consta de seis etapas correspondientes a: la aceptación sociocultural de la actividad empresarial, empresario potencial, empresario intencional, empresario naciente, empresario nuevo, empresario establecido. El autor concluye que las mujeres son las que mas “fugas” tienen en esa tubería empresarial, pero no existen estudios que determinen o justifiquen el por qué la deserción de estas emprendedoras que no culminan el proceso para llegar a la creación de empresa.

Por consiguiente, el propósito de esta ponencia es realizar una revisión teórica que enmarquen los factores relevantes que determinan la creación de empresas por parte de las mujeres. Para esta revisión bibliográfica solo se tomaran en cuenta los factores psicológicos y socioculturales, debido a que, el primero permite analizar las características personales que son una parte importante en el momento de comprender el perfil de la mujer emprendedora; y el segundo, refleja la influencia de



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

la sociedad como un componente crucial en la decisión de una persona a la hora de crear su empresa.

## **1. APORTE TEÓRICOS**

### **1.1 El Emprendimiento**

La evolución histórica de la figura “emprendedor”, ha estado ligada fundamentalmente a dos aspectos: el concepto de individuo de la época y la visión del mundo y el papel de la ciencia en cada momento histórico. Caldas & Murias, (2008). En la edad antigua, por ejemplo, se consideraba al individuo como tal, pero no se incluía una valoración de emprendedor, la cual consideramos hoy en día. En la edad media, había una visión teocéntrica donde Dios era el centro del Universo, donde regia y determinaba la vida del hombre, caso contrario al Renacimiento, (visión antropocéntrica), donde el hombre era el centro del mundo. Ya en la edad contemporánea, se instituyó a la ciencia como el único sistema de generación de conocimiento verdadero, posibilitando un desarrollo económico y financiero.

Son muchos los autores y personas que se han atrevido a dar opinión y debatir sobre los aspectos que enmarcan el contexto de la palabra emprendedor. Algunas como Caldas y Murias (2008) afirman que una persona emprendedora no es solo aquella que ha creado una empresa, sino también implica una forma de pensar, innovadora, diferente, creativa y flexible además de un conjunto de habilidades y actitudes ligadas estrechamente a la iniciativa y acción.



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

Bajo este contexto histórico, surge una nueva visión del individuo y su rol en el mundo de la producción material, y bajo la cuña de “*entrepreneur*” que fue utilizada por primera vez por el Richard Cantillón dio paso al significado de “aquel que tiene iniciativa”. Este autor definió también al emprendedor como “el agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. E hizo la aclaración de que a diferencia de otros agentes, el emprendedor es quien asume y soporta los riesgos intrínsecos a la actividad empresarial. De igual forma, Say (1803) definió al emprendedor como un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Y afirmó que el éxito no es importante solo para él, sino también para toda la sociedad.

Para Moreno (2013), las personas emprendedoras son capaces de crear, sacar adelante sus ideas, generar bienes y servicios, asumir riesgos y enfrentar problemas. Es un individuo que no sabe solo “mirar” su entorno sino también observar y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Una persona que posee iniciativa propia y sabe crear la estructura de su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Todas estas corrientes y pensamientos que han enmarcado el ambiente del emprendedor y ahora empresario, describen de una u otra forma la importancia y el significado de cada una de las personas que con actitudes, aptitudes y efectos externos a la naturaleza del individuo, dedican a viajar en el mundo del emprendimiento empresarial. Hay que tener en cuenta además, el valor que tiene una de las palabras clave dentro del marco teórico de esta caracterización y es la innovación del emprendedor; autores como Drucker (1985) y Schumpeter (1942) han afirmado desde su teoría clásica, el papel que tiene la innovación dentro del desarrollo del empresario en el mundo económico. Drucker por ejemplo, argumenta que el *entrepreneur* es aquel empresario innovador o que pueda llegar a serlo, capaz de tomar decisiones basadas



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

en la teoría y no en la intuitividad. (Formichella, 2002) Igualmente, Schumpeter (1942) aseguraba que “la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención”, considerando así al emprendedor como un agente de cambio económico, que introduce innovaciones en los mercados lo cual origina desequilibrios temporales en los mismos, y esto a su vez induce a un cambio estructural de las actividades productivas presentes.

De esta forma, se puede dar entendimiento a la función que ejerce el emprendimiento en cada uno de los países que integran la economía mundial, convirtiéndose así en uno de los principales motores que mueve a cada una de ellas.

## **1.2 Enfoques del emprendimiento**

El fenómeno de la creación de empresa sería deficiente si se centrara únicamente en las características y comportamientos de los empresarios individuales (Van de Ven, 1993) es necesario incluir temas que ayuden en la construcción del concepto de emprendimiento y ayude a aclarar interrogantes a la hora de referirse al mismo, es así que autores como (Gartner, 1985), (Gibb, 1993) y (Veciana, 1999) se han referido o han aportado al concepto de creación de empresas incluyendo, factores, perspectivas y enfoques respectivamente, que ha permitido tener un panorama más amplio del concepto del tema a trabajar.

El desarrollo de esta revisión se centra en la propuesta de (Veciana, 1999) el cual considera cuatro enfoques teóricos:

1. El enfoque económico se compilar diversas teorías económicas que explican el proceso de creación de empresas como resultado de la racionalidad económica a nivel de empresario, empresa y sistema económico
2. El enfoque psicológico se centra principalmente en las características personales de la persona.
3. El enfoque socio-cultural se centra en influencia de terceros y del entorno (familia, factores sociales, políticos, etc)



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

4. El enfoque gerencial la cual recoge teorías que se desarrollan en el interior de la empresa. (Alonso Nuez & Galve Gorriz, 2008)

De los anteriores para el tema en discusión solo se desarrollarán los psicológicos y socio-culturales que permiten orientar la búsqueda de factores del entorno que afectan el comportamiento, acciones, aptitudes, etc, que influyen en la caracterización del perfil del emprendedor comprendiendo los atributos de personalidad que pueden intervenir en el proceso de creación de empresa.

- ***Enfoque Psicológico***

En este enfoque es donde se analiza al empresario como persona, el perfil del empresario y las características de personalidad que hacen que sea un ser dispuesto a alcanzar diferentes logros. Existen seres humanos que tienen determinadas características de personalidad que motivan o inciden al iniciar la actividad empresarial antes que las personas que no poseen ciertas características, es en este punto donde el enfoque psicológico se convierte en herramienta para explicar o analizar las razones desde la personalidad a la hora de querer iniciar con el proceso de creación de empresas.

Entre los aspectos psicológicos considerados determinantes del emprendimiento de las mujeres, se encuentra el nivel de satisfacción, el cual afecta significativamente en el hecho de crear una empresa (Verheul et al., 2006). Otros factores que influyen son percepción de oportunidades y autoevaluación subjetiva, tal como habilidades y conocimiento adecuado, sin embargo, el miedo al fracaso se encuentra negativamente relacionado con el emprendimiento de las mujeres (Langowitz & Minniti, 2007)

Es por eso que resulta importante conocer las teorías que se encuentran bajo el enfoque psicológico que permitan visualizar de mejor forma lo anterior: la teoría de los rasgos de personalidad, la teoría propuesta por Kirzner y la Teoría psicodinámica del comportamiento del emprendedor.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

- **Teoría de los rasgos de personalidad**

Existen diferentes rasgos de personalidad que clasifican y caracterizan a las personas emprendedoras y que se vuelven indispensables a la hora de crear empresa y que de una u otra forma diferentes autores han aportando en la construcción de dicho tema (Levesque et al., 2002) (Djankov et al., 2006) En la Tabla 1 se presentan diferentes atributos del emprendedor según (Christensen, 1994), que ayudan en la definición del emprendedor.

Tabla 1. Principales atributos del emprendedor

<b>Autor</b>	<b>Atributo</b>
Stuart Mill (1848)	Tolerancia al riesgo
Weber (1917)	Fuente de autoridad formal
Schumpeter (1934)	Innovación e iniciativa
Sutton (1954)	Responsabilidad
Hartman (1959)	Autoridad formal
McClelland (1961)	Tolerancia al Riesgo y necesidad de logro
Dauids (1963)	Ambición, dependencia, responsabilidad, autoconfianza
Palmert (1971)	Asunción y control del riesgo
Winter (1973)	Afán de poder
Borland (1974)	Control percibido interno
Liles (1974)	Necesidad de logro
Gasse (1977)	Orientado por valores personales
Timmons (1978)	Autoconfianza, orientada a la innovación
Sexton (1980)	Energía, capacidad de enfrentarse a los problemas





Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Welsh y White (1981)	Necesidad de logro, asunción de riesgos, responsabilidad y compromiso
Dunkelgers y Cooper (1982)	Independencia, orientado al crecimiento
Fernal y Solomon (1986)	Orientado por los valores personales
Winslow y Solomon	Ligeramente sociopático

Fuente: Christensen, (1994) en Alonso Nuez & Galve Gorriz, (2008)

De los atributos del emprendedor presentados anteriormente, se destacan por su importancia los rasgos característicos de un emprendedor.

- **Necesidad de logro o de autorealización**

Según (McClelland, 1961) las personas con una elevada necesidad de logro tendrán mayor posibilidad de convertirse en fundadores de empresas. Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito; también (McClelland, 1961) encontró que los grandes realizadores se diferencian de otros por su deseo de realizar mejor las cosas. Buscan situaciones, en las que tengan la responsabilidad personal de brindar soluciones a los problemas, situaciones en las que pueden recibir una retroalimentación rápida acerca de su desempeño, a fin de saber si están mejorando o no y por último, situaciones en las que puedan entablar metas desafiantes; no obstante les molesta tener éxito por la suerte, es decir prefieren el desafío de trabajar en un problema y cargar con la responsabilidad personal del éxito o fracaso.

- **Control interno y autoconfianza:**



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

Las personas con mayor grado de control interno son más proactivas, innovadoras y tienen una mayor disposición para asumir riesgos, atributo importante para el emprendimiento, Harper (1998). Las personas que creen en sí mismas y en las habilidades que poseen pueden controlar su destino y lograr un mayor éxito empresarial. Koellinger (2007). La autoconfianza es el resultado de los esquemas que cada individuo tiene de sí mismo, Husma D. (1978). Precisan Páez D. y García J. (2011), que el autoestima y la autoeficacia son elementos fundamentales que hacen parte de la autoconfianza. Según Bandura (1997), la autoeficacia es la convicción que tiene una persona para organizar y ejecutar efectivamente acciones para producir unos resultados requeridos.

- **Necesidad de poder e independencia:**

Expresan Ettinger, 1983; Genescá y Veciana, 1984, en Alonso y Galve 2008), que el deseo de libertad e independencia favorece la creación de empresas, más que cualquier otro factor. Señala Robbins (1970), que la independencia se relaciona con la autorrealización, incluyendo además la responsabilidad para la toma de decisiones, la formulación de objetivos y su logro, a través del esfuerzo continuado.

- **Espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos:**

Indica Timmons (1989), que los empresarios calculan con precisión el riesgo que están dispuestos a aceptar. De igual manera, Knight (1921), consideró que las personas que asumían riesgos eran las más predispuestas a crear empresas. Sugieren Shane et al. (2003), que las personas no perciben el grado de riesgo de sus propias acciones, y consideran que el riesgo depende de la forma que lo asume cada persona. Otras investigaciones señalan que es un criterio fundamental para el emprendimiento.

- **Tolerancia a la ambigüedad:**



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

La tolerancia a las situaciones ambiguas e inciertas solo es posible con altas dosis de autoconfianza. Robinson, (1996) Timmons , (1999)

- **Teoría del empresario de Kirzner**

Kirzner considera que “la relación entre la consecución del beneficio y alguna habilidad empresarial se explica porque individuos difieren en su habilidad para advertir las oportunidades empresariales” (Kirzner, 1979,179). El estudio señala que el empresario a partir de la perspicacia, percibe la existencia de oportunidades de negocio en el mercado que nadie ha identificado, y por tanto ésta, se convierte en un beneficio. En la teoría kirzniana, el empresario es el sujeto que logra sacar a los mercados del “error” a través del desarrollo de la función empresarial, que consiste en el descubrimiento de nuevas oportunidades de mercado, y la orientación del esfuerzo y los recursos necesarios para la explotación de estos nuevos “nichos de mercado”. De esta forma, el empresario consigue crear los mercados del futuro, al mismo tiempo que desempeña su papel de coordinador económico. Desde esta perspectiva, el empresario es quién, con sus acciones, conduce la economía hacia una posición de equilibrio; posición que, sin embargo, constantemente se encontrará en desequilibrio por el continuo surgimiento de nuevos descubrimientos en el mercado.

- **Teoría Psicodinámica.**

En el nivel individual se identifica la teoría psicoanalítica de la personalidad del empresario que tiene sus orígenes en la obra de Collins y Moore y que ha sido desarrollada por Ketz de Uries (1.970–1.977). La teoría de los rasgos de personalidad destaca que la gente con más capacidad emprendedora difiere en características o rasgos que los hacen diferentes del resto.



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

### 1.3 Enfoque Socio-Cultural

Las teorías contenidas en este enfoque pretenden exponer y explicar el proceso de creación de empresas desde los factores externos o del entorno, que pueden influir en la constitución de un nuevo emprendimiento. En consecuencia Arenius & Minniti, (2005) y Koellinger & Minniti, (2006) expresan en sus hallazgos, que las afectaciones del entorno son relevantes para una persona emprendedora a la hora de empezar el proceso de creación de empresas. Algunas de las teorías que hacen parte de este factor y en las cuales se enfocara la investigación son: Teoría de la Marginación (Collins et al. 1964) y Shapero 1982, la teoría del Rol a partir de Nueno y Veciana (1996), la teoría de Redes, planteada por Baba e Imai (1998), la teoría de la Incubadora, propuesta por la OCDE (1991), la teoría de la Ecología de la Población, presentada por Hannan y Freeman (1977) y, Baumol (1993), la teoría Económica Institucional de North (1990) y Boettke y Coyne (2006).

- **Teoría de la Marginación**

Esta teoría supone que la creación de una empresa, surge a partir de un acontecimiento crítico, que normalmente es negativo lo cual puede influir en el futuro empresario, también conocido como el deterioro del Rol Collins et al., (1964), o suceso disparador Shapero, (1982) . Por tanto son individuos marginados o inadaptados; o grupos minoritarios étnicos, religiosos, inmigrantes o desempleados.

- **Teoría del Rol**

Según ( Nuez & Gorriz, 2008) la teoría del rol intenta explicar porque en determinadas zonas geográficas la población empresarial es más exuberante frente a otras en las cuales existe escases, destacando que el factor externo que influye y posibilita la creación de empresas es la existencia de hechos que lo ratifican. El entorno en el que predomina en abundancia modelos emprendedores a seguir, produce un efecto de arrastre que estimula la aparición de más empresarios (Nueno, 1996) .Mas aun si en ese entorno el



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

empresario es valorado, es decir que aumenta su prestigio social, la obtención de respeto, admiración y gratitud por parte de los demás lo cual es fuente de satisfacción personal que propiciara un contexto favorable en la creación de empresa.

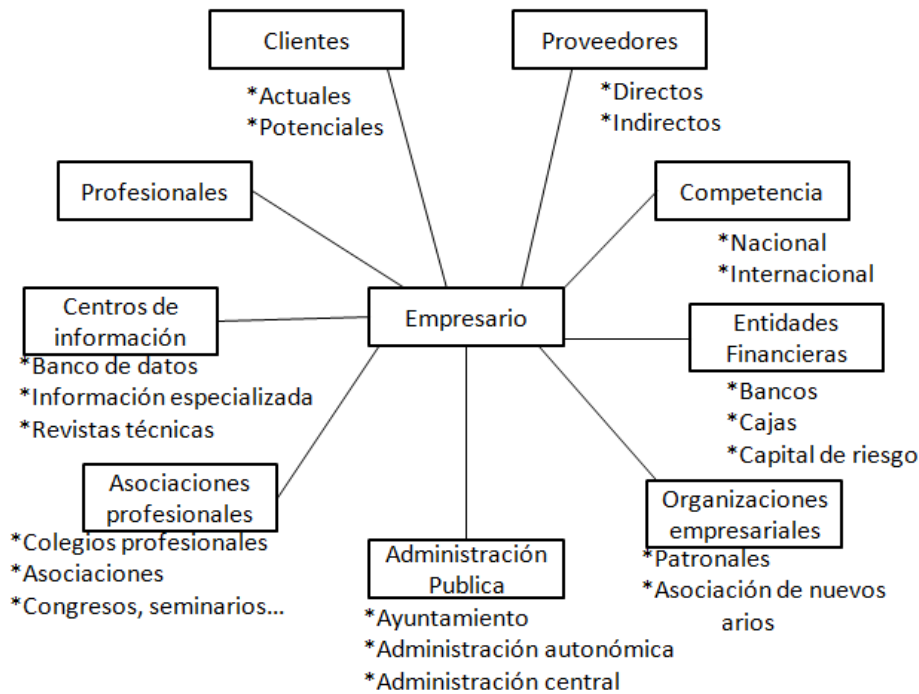
Aunque no sea por factores externos sino internos como lo es el entorno familiar, donde también hallan existido roles empresariales también genera motivación al emprendedor para empezar su proyecto empresarial.

- **Teoría de redes**

La teoría de redes plantea que el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos proporciona múltiples interconexiones en cadena, y que el resultado es circular la información y las ideas, y facilitar al emprendedor la creación de empresa. Según (Nuez & Gorriz, 2008) esta teoría empezó a ser relevante en la década de los ochenta a partir de trabajos de (Birley, 1985), (Aldrich et al. 1986) y (Johannisson, 1988) que a partir de las investigaciones realizadas y los resultados arrojados han concluido el impacto que tienen las redes (network) en el proceso de creación de empresa.

**Figura 1.** La network del creador de una empresa

Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015



Fuente: Ollé & Planellas, 2003. Citados por Nuez & Gorrioz, 2008

- **Teoría de la incubadora**

Esta teoría se fundamenta en la ayuda inicial que se le brinda a un empresario que está apenas arrancando con su proyecto de creación de empresa, las incubadoras ofrecen herramientas básicas que se convierten en recursos del empresario para empezar con su proyecto. Por consiguiente los gobiernos locales y regionales, empresas, universidades, cámara de comercio e instituciones correspondientes, en diferentes partes del mundo han visto la necesidad de crear y desarrollar programas de incubadoras que incentiven el proceso empresarial OCDE, 1999.

- **Teoría de la ecología de la población**

Esta teoría se enfoca en el entorno, en cómo este puede afectar la concepción de un nuevo proyecto empresarial. Esta teoría planteada por Hannan & Freeman, 1977 considera que el éxito de la creación de empresas está determinado por el entorno más que por la habilidad del propio empresario



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

debido a que el entorno esta rodeado de influencias que pueden o no ayudar a que la organización sobreviva. Por lo tanto es posible decir que esta teoria estudia las condiciones del entorno que determinan la tasa de creacion, de mortalidad y cambio de las organizaciones Aldrich, 1990

- **Teoría Institucional**

Mientras las instituciones proporcionan un espacio adecuado para el crecimiento economico,el emprendedor sera el que haga que ese crecimiento sea posible Boettke & Coyne, 2006. Esta teoria explica los aspectos institucionales que incurren en el emprender, Es así como North, 1990 explica la importancia de la existencia de una estructura institucional estable que ayuda a que se aumente el desarrollo empresarial, por medio de una estructura de incentivos que promuevan esta actividad.

En la Tabla 2 Teorías con un Enfoque Sociocultural o Institucional, se presentan los principales factores o condiciones que influyen en este enfoque económico e institucional para el desarrollo del emprendimiento.

Tabla 2. Factores que influyen en el enfoque Socio-Cultural

TEORÍA	FACTORES QUE INFLUYEN	AUTORES
<b>TEORIA DE LA MARGINACION</b>	-Período de Incubación -Desempleo -Despido -Falta de seguridad en el empleo -Rechazo de ideas -Nuevos productos o procesos de cambio -Imposibilidad de ascensos -Rechazos de Ideas -Nuevos productos -Huida de la pobreza	- Deterioro del Rol: Collins et al., 1964  - Suceso Disparador: Shapero, 1982  -Brunet y Alarcón 2004
	-Hechos que fomenten una cultura empresarial. -Existencia en el mercado.	



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

<b>TEORIA DEL ROL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Actitud favorable de la sociedad.</li><li>- Disponibilidad de recursos.</li><li>-Disponibilidad de mano de obra.</li><li>-Acceso a la financiación externa.</li><li>-Acceso a centros de formación.</li><li>-Recompensas a la función empresarial.</li><li>-Políticas de fomento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Nueno y Veciana 1996</li><li>-Roberts, 1970;</li><li>Scout y Twomey; 1988;</li><li>Scherer et al., 1989;</li><li>Matthews y Moser, 1995;</li><li>-Johannisson, 1995)</li></ul>
<b>TEORIA DE REDES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Captar las empresas derivadas de la actividad universitaria.</li><li>-Favorecer la aparición de pequeñas empresas que intentan convertir un invento o una idea original en un producto comercializable</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Baba e Imai 1993</li></ul>
<b>TEORIA DE LA INCUBADORA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Proporcionar infraestructuras y recursos básicos.</li><li>-Entregar diferentes tipos de servicios e información.</li><li>-Adquisición de habilidades y destrezas necesarias para el futuro.</li><li>- Participación en el capital.</li><li>-Apoyo Económico.</li><li>-Asesoramiento en la gestión.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- OCDE, 1999</li><li>-Bull y Willar, 1993</li></ul>
<b>TEORIA DE LA ECOLOGIA DE LA POBLACION</b>	<p>Las diferentes formas de empresas existentes son incapaces de adaptarse a los cambios en un momento dado, a causa de su inercia interna.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Los cambios del entorno generan nuevas empresas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Hannan y Freeman, 1977</li><li>-Baumol 1993</li><li>-Aldrich, 1990</li></ul>





*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

	-Los cambios en las poblaciones de empresas obedecen a procesos demográficos de creación y disolución de éstas	-Brunet y Alarcón
--	--	-------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de las teorías

#### **1.4 Antecedentes de la medición del emprendimiento**

En 1997, investigadores del Babson College y de la London Business School, los cuales se habían dedicado al estudio de los procesos empresariales, consideraron que era importante disponer de mediciones válidas sobre dicho proceso en varios países, basados en lo anterior diseñaron un proyecto de investigación fundamentado en las personas, el cual se denominó Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Es así, como la aplicación de la primera metodología se realizó en 1999, y en ella participaron 10 países (Dinamarca, Finlandia, Israel, Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido y Estados Unidos). Posteriormente, se amplía la participación de otros países, y es en el año 2004, cuando surge la organización sin ánimo de lucro denominada Global Entrepreneurship Research Association, GERA, ésta organización la integraran todos los países participantes, las entidades fundadoras y las entidades patrocinadoras. La función del GERA, se relaciona con todos los aspectos investigativos, técnicos, financieros y administrativos del proyecto.

GEM es reconocido a nivel mundial como el estudio más completo y con mayor credibilidad en términos de medición longitudinal de los procesos de creación de empresa. Tiene cuatro objetivos centrales: (GEM, 2015)

- Identificar y comparar entre diferentes países las características de la actividad empresarial
- Determinar el grado en el cual la actividad empresarial influye el crecimiento de los indicadores socioeconómicos de los países



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

- Identificación de factores favorables y desfavorables que influyen en la actividad empresarial
- Orientar la formulación de políticas para el fomento del emprendimiento

GEM considera que el proceso de creación de empresas es multivariado en su origen, tiene muchas expresiones en su resultado y se ve afectado por todas las condiciones del entorno en el cual se desarrolla. Por tanto, el estudio se realiza en todo tipo de empresas, sin excluir tamaño, proyección, forma jurídica, objetivos de lucro, motivación, capacidad de crecimiento e internacionalización, edad de la empresa, nivel de tecnología, la dirección de la empresa establecida. Se fundamenta el estudio por el entorno institucional referido (Baumol, 1990) (Boettke & Coyne, 2003)

#### - **El Modelo GEM y El emprendimiento Femenino**

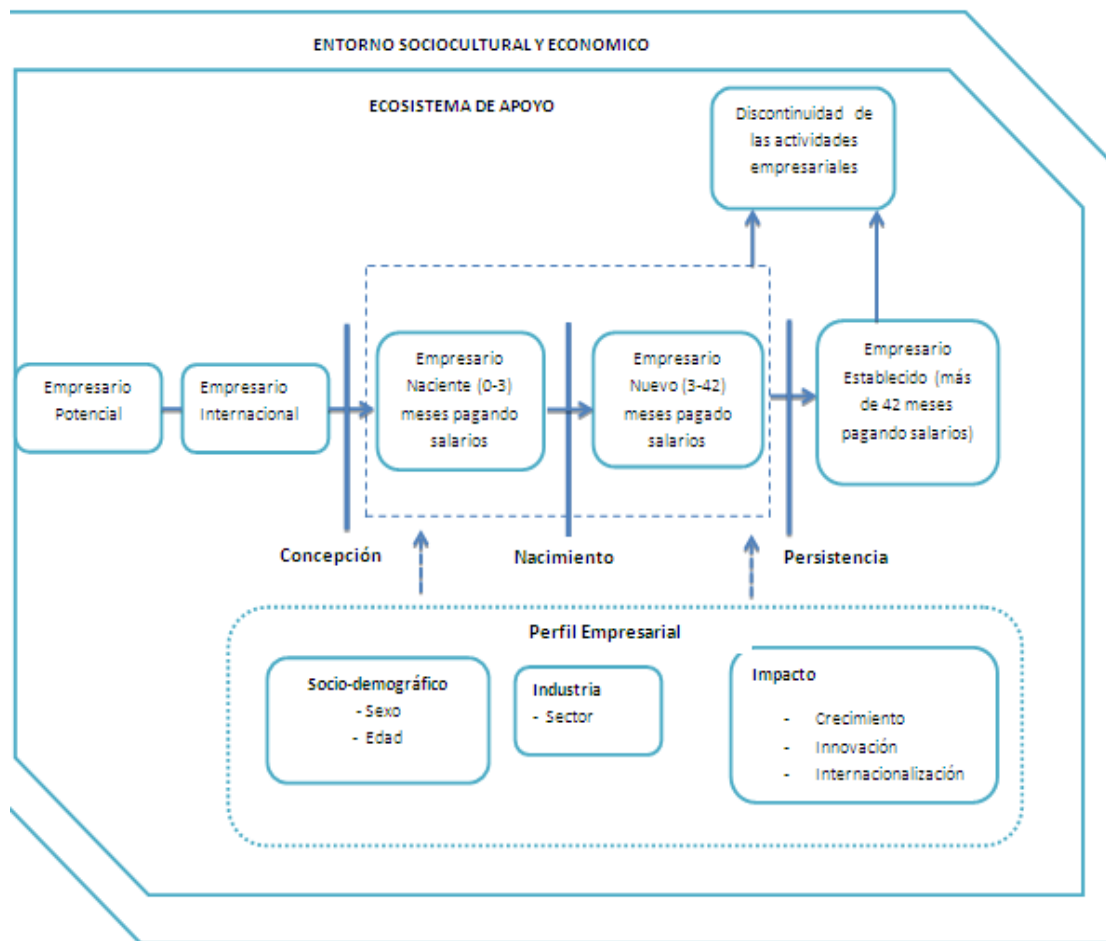
Segun GEM, diversos actores de la sociedad consideran que hay que establecer una relacion entre el proceso de creacion y el crecimiento de la empresa, desarrollo social y economico del mismo para generar indicadores que permita evaluar la dinamica empresarial. GEM define como unidad de observacion y analisis al individuo que participa en las diferentes etapas del proceso de creacion de empresa, lo cual permite incluir a toda la poblacion, y todo tipo de iniciativa empresarial y asociar características de la empresa con las del empresario.

En consecuencia, con el proposito de caracterizar mejor el proceso empresarial la Figura 2. presenta, el modelo básico de GEM 2013, ajustado en el Reporte Global 2014; ésta muestra en forma secuencial las diversas etapas del proceso, e integra: los periodos de concepción, nacimiento y persistencia; los perfiles empresariales tanto del empresario (sexo, edad, educación, motivación, ingreso), como de la empresa (sector); el impacto y la orientación de ellas (crecimiento, generación de empleos, nivel de innovación, nivel de tecnología, grado de internacionalización); los proceso de discontinuidad empresarial. El modelo configura el concepto de *tubería empresarial*, en Varela et al., (2013), para realizar un análisis integral del proceso empresarial e

Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

identificar las fugas que se dan a lo largo del mismo, y así identificar los ajustes que en políticas y en programas deben hacerse para que favorezca más el proceso. Las seis etapas propuestas son: aceptación socio cultural de la actividad empresarial, empresario potencial, empresario potencial, empresario intencional, empresario naciente, empresario nuevo, empresario establecido.

Figura 2: Proceso empresarial



Fuente: Ajustado de GEM 2013 Reporta Global (2014)

Es así, como el GEM define el emprendimiento por la duración de cada una de estas etapas, una actividad que genere una retribución a los empresarios por más de tres



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

meses es considerada como un negocio naciente y su propietario como un nuevo empresario. Una actividad que genere retribuciones por más de 42 continuamente ha superado el periodo de dificultad y puede considerarse como emprendimiento al propietario como emprendedor establecido ( Amoros, 2011).

A medida en que iba acrecentándose la aceptación del individuo como parte fundamental del desarrollo económico y social desde la perspectiva del emprendimiento, se volvió imprescindible también una diferenciación en calidad de género (femenino y masculino) por los diferentes contexto que envolvían la historia de la humanidad que por lo general se han caracterizado en diferencias y solo hasta la actualidad se ha luchado por hacer visible esa equidad de género e igualdad humana, siendo el proceso un poco lento, atropellado y evolutivo.

Estas “diferencias” en tasas de emprendimiento de hombres y mujeres, pueden analizarse desde las características del género masculino y femenino (Moreno, 2013), igualmente, el estudio de las especificidades del emprendimiento de las mujeres parte desde la discusión del concepto de genero.

De acuerdo con Joan Scott (1996) el genero puede definirse como una construcción social y cultural de las diferencias percibidas entre los sexos. Suarez (2011, 53) afirma que el genero “involucra los aspectos normativos de la sociedad e instituciones básicas como la familia, un mercado de trabajo segregado, la educacion y la política. Esta construcción abarca el parentesco y la identidad subjetiva.

En los gráficos 1 y 2, se muestra el contraste que existe en la TEA (Tasa de nueva Actividad Empresarial) como en el porcentaje de empresarios establecidos al analizar el la propensión por genero



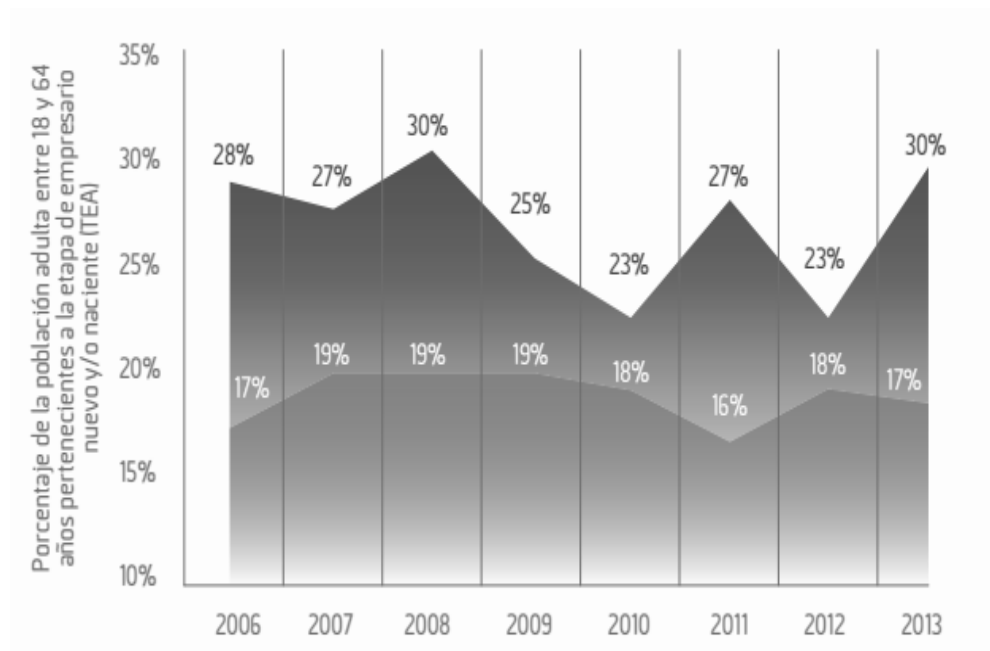
Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Grafica1. Propensión por genero (Empresario naciente)

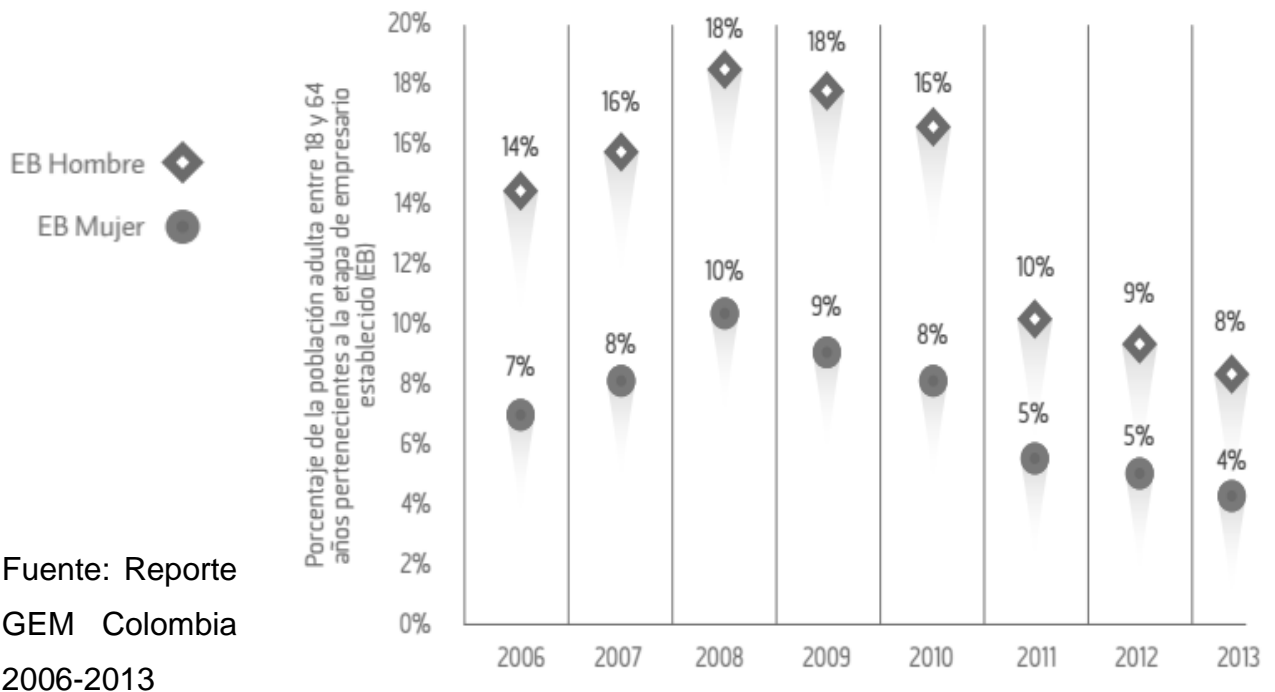
TEA Hombre ●  
TEA Mujer ●

Fuente: Reporte GEM Colombia 2006-2013

Grafico 2. Propensión por genero (Empresarios Establecidos)



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015



En la grafica 1 se observa que la propensión del hombre a crear empresa es mayor que el de la mujer, si comparamos la TEA del empresario naciente del hombre y mujer en los años 2006 y 2013 para los hombres los porcentajes son 28% - 30% y para las mujeres 17%- 17% respectivamente, se puede incidir que a través de los años la tendencia en hombres es el aumento del TEA, mientras que el de la mujer se mantiene con una estabilidad relativa.

En el análisis del grafico de los empresarios establecidos se encuentra que a través de los años, se presenta una secuencia pareja entre los hombres y las mujeres, no obstante, el porcentaje de la mujer siempre es más bajo que el de los hombres en todos los años.



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

Es por ello, que las diferencias entre las tasas de emprendimiento de hombres y mujeres se deben analizar por medio de los factores del género para una mejor comprensión del comportamiento de estas, puesto que, precisamente estas desigualdades se dan a partir de la concepción misma del género, y es aquí donde se evidencia la importancia de la investigación de emprendimiento femenino y los aportes de estos en la construcción de la dinámica emprendedora.

## **2. METODOLOGIA**

La metodología para la construcción de este texto, se centro en la revisión teórica de diferentes artículos científicos e investigativos nacionales e internacionales que consideran el emprendimiento, el emprendimiento por género y factores psicológicos y socioculturales como ejes centrales en el desarrollo de los mismos. La búsqueda se centro en las palabras claves para poder encontrar con mayor facilidad textos que facilitaran el entendimiento del estado actual de investigaciones de emprendimiento por género principalmente en el enfoque femenino. Además la propuesta de investigación como tal surge gracias al más reciente reporte GEM 2006-2013 que en conclusión resalta la poca participación femenina en empresas constituidas, es por eso que uno de las herramientas para la elaboración de este documento fue la revisión completa del GEM 2006-2013 para entender y concentrar la búsqueda de información.

## **3. REFLEXION Y DISCUSION**

Según los aportes de Varela (2015) en el estudio del emprendimiento en Colombia 2006- 2013 señala que existen muy pocas investigaciones sobre emprendimiento femenino en Colombia, es por ello que la presente ponencia fortalece el marco teórico sobre emprendimiento femenino, mediante el enfoque psicológico y sociocultural.

El resultado de esta revisión teórica por parte de los factores psicológicos arrojó que los hombres identifican de forma más fácil y rápida que las mujeres las oportunidades



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

de negocio, por lo cual, se puede decir que los emprendedores hombres están en mayor estado de “alerta” que las mujeres emprendedoras. El anterior resultado se complementa con el hecho de que el hombre teme menos a fracasar que la mujer, por lo cual, enfrenta de una manera más decidida el riesgo al iniciar un nuevo negocio; en la revisión de la literatura se encontró que las mujeres son más sensibles al riesgo que los hombres y que para ellas es más importante estar en un mercado laboral estable, que generar mayores ganancias a costa de mayor incertidumbre o riesgo. También, la falta de confianza en las capacidades y habilidades propias es un factor psicológico que afecta negativamente a las mujeres a la hora de decidir emprender, en razón a que muchas de las mujeres que inician la actividad empresarial lo hacen por necesidad, sin el pensamiento de crecimiento personal por falta de autoconfianza y empoderamiento. En consecuencia, el hecho de que la mujer no se sienta empoderada de su proyecto empresarial hace que la probabilidad de éxito de la empresa disminuya, por que no va a sentir la motivación de crear estrategias para que su negocio prospere, por que separa los objetivos personales de los laborales, lo cual crea una brecha en la vida cotidiana.

En cuanto a lo sociocultural, la barrera cultural que existe en algunos escenarios impide que la población vea a la mujer capaz de dirigir su propio negocio, por que popularmente ellas han tenido como rol el cuidado del hogar y la familia, y se considera que al iniciar actividad emprendedora va a afectar el equilibrio del hogar y el rol de mujer en él, lo cual interrumpe el deseo de emprender por parte de la mujer. También el pertenecer a redes, como así lo dice el enfoque sociocultural es un factor que puede condicionar los emprendimientos femeninos debido a que el conocer a otros empresarios, determina de manera significativa la prosperidad del negocio. Posiblemente el hecho de que el hombre emprenda por oportunidad lo lleva a darle más importancia a pertenecer a redes y conocer a otros empresarios, contrario a las mujeres, que son más precavidas con las relaciones que hacen en el entorno, y este hecho puede afectar la difusión de su empresa





*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

#### 4. CONCLUSIONES

En conclusión es necesario avanzar con la investigación, para poder identificar las estrategias para aumentar la participación de las mujeres en el emprendimiento, para ello se debe profundizar más en el papel de la mujer emprendedora al cabo de unos años, teniendo un contexto real como el SENA, específicamente el Fondo emprender, en donde se pueda aplicar instrumentos que sirvan como herramientas para arrojar resultados y así tener más criterios para apoyar la construcción o propuesta de políticas de desarrollo empresarial con enfoque de género que contribuyan a disminuir la brecha de emprendedores masculino y femenino, desarrollando programas de apoyo que una vez conocido los factores relevantes en la decisión de ser emprendedor favorezca o incentive la creación de empresas por parte de las mujeres y permita crecer y sostener la participación femenina en la actividad empresarial.

#### 5. BIBLIOGRAFIA

- Amoros, J. (2011) Proyecto global Entrepreneurship Monitor: Una aproximación desde el contexto latinoamericano. Academia en: Revista latinoamericana de Administración, 1-15.
- Aldrich, H. (1990). Using an Ecological Perspective to Study Organizational Founding Rates. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 7-24.
- Aldrich, H., Rosen, B., & Woodward, W. (1986). Social Behaviour and Entrepreneurial Networks. *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. (pp.239-240)). Ronstadt, Hornaday et al. Wellesly, MA : Centre for Entrepreneurial Studies, Babson College.
- Alonso Nuez, M. J., & Galve Gorriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 5-44.



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

- Arenius , P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship . *Small Business Economics Journal* , 233-247.
- Baba, Y. Imai, K. (1993). “Una concepción reticular de la innovación y el impulso empresarial: la evolución de los sistemas VCR”. *Revista internacional de ciencias sociales*, No. 135, marzo (pp.27-37).
- Baumol, W. J. (1990). Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy* , 893-921.
- Birley, S. (1985). The role of Networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing* , (pp. 107-117).
- Boettke, P. J., & Coyne, C. (2006). Entrepreneurial behavior and institutions. *Entrepreneurship: The Engine of Growth* . Greenwood Publishing .
- Boettke, P. J., & Coyne, C. J. (2003). Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence. *Advances in Austrian Economics* , 67-88.
- Caldas, M. E., & Murias, M. I. (2008). *Iniciativa Emprendedora* (Cuarta ed.). Editex.
- Christensen, M. A. (1994). The identification of Business Starters using attitude. *University of Calagar Press* .
- Cantillón. R., (1978) *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*, fondo de Cultura Económica, México, 235 p.
- Collins, O. F., Moore, D. G., & Unwala , D. B. (n.d.). The organization makers: a behavioural study of independent entrepreneurs.
- Djankov, S., Qian, Y., Roland, G., & Zhuravskaya, E. (2006). Who are China's Entrepreneurs? *American Economic Review* , 348-352.
- Drucker, Peter F. (1985). *La Innovación y el Empresario Innovador*. Bogotá: Editorial Norma.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Formichella, M. M. (2002). *El concepto del emprendimiento y su relacion con la educacion, empleo y desarrollo local. Chacra Experimental Integrada Barrow (Convenio MAAyP-INTA)*. Tres Arroyos.

Gartner, W. B. (1985). A conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Managment Review* (10(4)), 696-706.

GEM. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor. Reporte GEM Colombia 2006-2013*. Santiago de Cali.

Gibb, A. A. (n.d.). 'Key factors in the design of policy support for the small and medium enterprise (SME) development process: An Overview.

Gibb, A. A. (1993). Key factors in the design of policy support for the small and medium enterprise (SME) development process: An Overview. *In Entrepreneurship and Regional Development* (5), 1-24.

Hannan, M., & Freeman, J. H. (1977). The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology* , 86-118.

Johannisson, B. (1988). Business formation. A network approach . *Scandinavian Journal of Management* , (pp.83-99).

Koellinger, P., & Minniti, M. (2006). Not for lack of trying American entrepreneurship in black and white . *Small Business Economics Journal* , 59-79.

Langowitz, N., & Minniti, M. (2007, Mayo 3). The entrepreneurial propensity of women. (Oxon, Ed.) *Entrepreneurship theory and practice* , 31, pp. 1042-2587.

Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. In *Entrepreneurship Theory and Practice* (pp. 1042-2487). Oxon : Blackwell Publishing.



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

Levesque, M., Shepherd, D. A., & Douglas, E. J. (2002). Employment or self-employment: a dynamic utility maximizing model. *Journal of Business Venturing* (17), 189-210.

McClelland, D. C. (n.d.). *The achieving society*. Van Nostrand .

Moreno Castiblanco, S. E. (2013). La Construcción de la categoría del emprendimiento femenino. *Investigacion y Reflexion* , XXI, 56-63.

North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Nueno, P. (1996). *Evolución de los conceptos de management* (Vol. I). Management Review.

OCDE. (1999). *Estimular el espíritu empresarial*. Paris : OCDE.

Ollé, M., & Planellas, M. El proceso de creación de una empresa: Motivaciones, etapas, recursos y redes. In *en Creación de Empresa: los mejores textos* (pp. (pp.187-212)). Ariel Empresa.

Robinson, S. L. (1996). Trust and breach of the psychological contract. *Administrative Science Quarterly* (41), 574-599.

Say, J.B. (1840). *Tratado de economía política*. Fondo de cultura económica (FCE) Mexico D.F. Primera edición en español por el FCE en el año 2001

Scott, J. (1996). El género, una categoría para útil para el análisis histórico. El género construcción cultural de la diferencia sexual. Martha Lamas (Compiladora): 265-302

Shapiro, A. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. (e. C. (eds), Ed.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship* , 72-90.

Schumpeter, J. A. (1934) *The theory of economic development* (R. Opie, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

Schumpeter, J.A. (1942) *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York.  
Harper & Brothers

Suarez, R. (2011). *Mujeres empresarias en Colombia: Hacia la autonomía económica y la construcción del cuidado*. Tesis presentada para optar al título de Magister en genero, dirigida por Luz Gabriela Arango, Universidad Nacional de Colombia.

Timmons , J. A. (1999). *New Venture Creation. Entrepreneurship in the 1990s* .

Van de Ven, A. H. (n.d.). The development of an infraestructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* .

Van de Ven, A. H. The development of an infraestructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* (8), 211-230.

Van de Ven, A. H. (1993). The development of an infraestructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* (8), 211-230.

Varela et al (2013). *Colombian Entrepreneurial Dynamics*. Recuperado de GEM Caribe: [http// www.gemcaribbean.org/our-publications/colombian-entrepreneurial-dynamics-2013/](http://www.gemcaribbean.org/our-publications/colombian-entrepreneurial-dynamics-2013/)

Veciana, J.M. (1999): “*Entrepreneurship Education at the University Level: A Challenge and a Response*”, Paper presented at the Rencontres de St.Gall1998, in St. Gallen and Elm, (September 28- October 2)

Veciana vergés, J. M. (1999). Creacion de empresas como programa de investigacion científica. *Revista Europea de Direccion* , 8 (3), 11-36.

Verheul, I., van Stel, A., & Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship and Regional Development* , 18, 151-183.



**4to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - *Sociedad y Desarrollo***



*Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015*

---

Winter. S. G. (2000) The satisficing principle in capability learning Strategic  
Mangement Journal, 21 (10-11), p. 981-986