

XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.

Mujeres emprendedoras en Colombia ¿una cuestión de género?.

Lorena Rocio Cataño Amézquita y Marlene Tamanini.

Cita:

Lorena Rocio Cataño Amézquita y Marlene Tamanini (2015). *Mujeres emprendedoras en Colombia ¿una cuestión de género?.* XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-061/333>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

MUJERES EMPRENDEDORAS EN COLOMBIA: UNA CUESTIÓN DE GÉNERO

Lorena Rocio Cataño Amézquita- Mestranda en el programa
de Pós- Graduação en Sociología de la Universidad Federal do Paraná, Curitiba – Brasil.

Lorenrocat@hotmail.com

Prof^a Dr^a. Marlene Tamanini – Professora en el programa
de Pós - Graduação en Sociología de la Universidad Federal do Paraná, Curitiba – Brasil.

Tamaniniufpr@gmail.com

RESUMEN

La investigación “Mujeres emprendedoras en Colombia: una cuestión de género” pretende comprender a partir de la narrativa de las emprendedoras entrevistadas, los estereotipos, discursos y argumentos que reproducen la división sexual de trabajo en la actividad emprendedora y como con su actuar reflexivo, siendo responsables de sí mismas, de sus proyectos de vida, conscientes de la realidad de su entorno, han posibilitado el comenzar a romper la dominación social y cultural, construyendo su propia historia y modificando el contexto en el que se encuentran.

Palabras clave: emprendimiento femenino, división sexual del trabajo, desigualdad, género, actuar reflexivo.

INTRODUCCIÓN

Con las actuales mudanzas sociales, culturales, económicas y tecnológicas, el número de mujeres incursionando en la actividad emprendedora ha comenzado a aumentar, sin embargo, continúan vivenciando dificultades y limitantes para crear emprendimientos y permanecer en esta actividad en razón a su género reproduciendo la tradicional división sexual del trabajo. Situación ante la cual en la investigación “Mujeres emprendedoras en Colombia: una cuestión de género” se ha identificado que las entrevistadas están generando pensamientos, sentimientos, reflexiones y actuando en pro de eliminar y/o reducir dichas desigualdades.

Para comprender algunas de las dificultades y como las emprendedoras entrevistadas actúan ante estas, en la investigación se planteó a partir de las narrativas, identificar los contenidos reflexivos que son construidos para crear empresas, mantenerse en la actividad y

extraer expectativas, relacionando como estos interactúan con aspectos ligados a las relaciones de género particularmente con la división sexual de trabajo y posibilidades de su emancipación. Para ello se está analizando si en su actividad emprendedora se presentan dificultades relacionadas con la división sexual del trabajo, cómo la orden simbólica de la construcción social relativa a lo masculino y femenino interfiere en la actividad, considerando si las entrevistadas tienen una representación positiva al respecto de su actividad y si perciben que con ella producen transformaciones para sí mismas y finalmente se busca identificar si implementan acciones para reducir o eliminar las barreras dadas en cuestión de género.

Siendo la investigación de cuño cualitativo se realizó entrevistas narrativas a seis emprendedoras, que están en la actividad en un tiempo menor de 48 meses, en un rango de edad de 25 a 42 años de edad. Entre las que encontramos a Daniela¹ quien creó una empresa dedicada a la venta de amigurumis, que son pequeños muñecos tejidos mediante técnicas de crochet, Fernanda quien define su empresa como familiar, administrando junto con su esposo tres parqueaderos en Bogotá, Natalia que creó una empresa de asesoría en planeación estratégica y marketing digital. Ines que ofrece servicios de mantenimiento de ascensores, Julieta quien es empleada en una empresa de telecomunicaciones en el área de asesoría y también está creando su empresa enfocada en la elaboración de productos de decoración y finalmente Camila quien tiene un emprendimiento de distribución y comercialización de dulces.

A partir del análisis que se está realizando en el marco de la investigación, en la narrativa de las entrevistas citadas anteriormente, en este texto se expondrán algunas dificultades ante las que se enfrentan las emprendedoras en razón de su género y cómo actúan ante estas, iniciando con una breve explicación del concepto emprendimiento, su modificación histórica, contextualizando su significado en un sistema de relaciones en el que el individuo mediante esta actividad, puede impulsar procesos de cambio social y cómo está siendo investigado en la actualidad el tema del emprendimiento femenino.

Con el fin de comprender como se presenta la tradicional división sexual del trabajo en la actividad emprendedora, se partirá de las bases teóricas de este concepto, considerando la historicidad y temporalidad que brindan una reflexividad al respecto, a la vez expondremos las diferencias entre los emprendimientos femeninos y masculinos, las desigualdades del entorno y los factores personales que se dan como resultado de esta división y como las entrevistadas actúan ante esto en situaciones específicas.

¹ Los nombres de las entrevistadas fueron modificados

1 ¿QUÉ ES EL EMPRENDIMIENTO Y LO QUE SE SABE DE LAS MUJERES EN ESTA ACTIVIDAD?

El concepto emprendimiento ha sido modificado de acuerdo con el ambiente social y económico a lo largo de la historia, pasando de una concepción de una actividad únicamente mercantil a una en la que se considera la formación de sujetos que pueden modificar mediante este trabajo su propia vida y la de su entorno. Apareció en el campo económico en el año 1755 con la obra de Richard Cantillón, quien exponía que el emprendedor, es el creador de empresa, siendo un agente que asume riesgos. Posteriormente Jean-Baptiste Say (1821) definió y caracterizó al emprendedor como organizador de factores de producción, reuniendo, intercambiando y coordinando recursos económicos a áreas de productividad y rentabilidad. (VALLMITJANA, 2014; CÁRDOZO, 2010).

Esta concepción comenzó a cambiar con el aporte de Schumpeter (1934) quien planteó su teoría en torno de la innovación, con la que se contribuía desde el ámbito económico al social, incluyendo reflexiones psicológicas como el reconocimiento social o la necesidad de mostrar habilidades personales. (CARDOZO, 2010). Expandiendo su campo de acción en los años 80 con Pinchot (1987) quien acuñó el término “Intrapeneurship” para referirse a las iniciativas de proyectos y negocios en el interior de las empresas, afirmando que el emprendedor que está en una empresa puede lograr con sus aportes que esta crezca.

Con los cambios de su significado se comenzó a demostrar que emprender no es característica única del mundo de los negocios, sino que es un fenómeno social, que está en continua interacción entre el individuo, organización y ambiente social, permitiendo la construcción del sujeto y la transformación del entorno. Entendiéndose el emprendimiento como el desarrollo de un proyecto que persigue fines económicos, políticos o sociales, coordinando recursos, promoviendo e integrando diferentes sectores y actores de su entorno y de esta manera generando un impacto en la vida del emprendedor y en su comunidad.

Como afirma Pfeilstetter (2011) la consolidación del término emprendedor y su acción individual se puede explicar en la percepción del cambio social, en el contexto de la modernidad, la cual ha sido descrita por sociólogos en diversos términos, entre los que está Beck (1986) quien a partir de su teoría, con la nueva flexibilidad de la vida profesional y personal, permite explicar la aparición de los emprendedores en términos de flexibilización, individualización y riesgo. Para Sennett (2000) el sujeto emprendedor se enfrenta a la incertidumbre de manera creativa y flexible; otro aporte lo encontramos en la descripción de diferenciación funcional de Luhmann (1987), en la que el emprendedor es un agente que a

partir de la independencia proporcionada por la sociedad se relaciona con todos los sistemas sociales en pro de su beneficio. En la teoría de Giddens (1991) los individuos al ser liberados de sus vínculos tradicionales vuelven a ser reflexivos, por lo que con la creación de instituciones innovadoras, desarrollan elementos que definen al emprendedor.

A pesar de que los significados de emprendimiento no hacen distinción de género, se ha contemplado a lo largo de la historia como una acción natural, cultural y tradicional de los hombres. (STRORBINO, 2009, AMORÓS; PIZARRO, 2006). Encontrándose poca literatura que estudie el emprendimiento femenino, como afirma Justo (2008) esto se debe a la poca creación de empresas por iniciativa de las mujeres y porque la mayoría de estudios sobre el tema centran su atención en los aspectos relacionados con la operatividad de las empresas, independientemente de las especificidades de género, adicionalmente como afirman Rodríguez y Santos (2008) es pequeño el número de investigadores en el área de las ciencias sociales que han comenzado a investigar este tema.

Situación que se demuestra en el hecho de que entre los periódicos más importantes de emprendimiento en Europa y EE.UU tan solo el 25% de las publicaciones es sobre empresarias (ORTÍZ, DUQUE; MAYORGA, 2008), sin embargo existe literatura que nos permite conocer acerca de este tema, la cual comenzó en los años 80 describiendo el perfil de las empresarias, posteriormente en los años 90 se enfocaron en características socio-demográficas, diferencias entre hombres y mujeres, la influencia del contexto, como la definición cultural de género influye en la actividad y como se redefine el género por medio de la actividad. (CASTIBLANCO, 2013).

Entre las instituciones que actualmente investigan el emprendimiento femenino está el Economist Intelligence Unit (EIU) que presentó un conjunto de indicadores para entender el ambiente de los negocios y los factores del éxito empresarial de las mujeres; la Secretaria Permanente del SELA (2010) que desplegó una visión general sobre la realidad de las mujeres empresarias en América Latina; el Banco Mundial (2010) que publicó el libro “mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector formal privado en América Latina y el Caribe; el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) que estudia en varios países los componentes asociados con la creación y desarrollo de nuevos negocios, también se tiene un estudio entre los pocos que investigan historias de empresarias que lograron reconocimiento y posicionamiento en el mercado realizado por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).

Dichos estudios nos brindaron información con la cual se analizó las características de los emprendimientos femeninos y algunas condiciones del entorno emprendedor colombiano,

de acuerdo con los contextos políticos, culturales y económicos, ya que para entender este ámbito y su dinámica es necesario considerar algunas de sus condiciones.

2 ¿DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO EN EL EMPRENDIMIENTO?

Durante décadas alrededor del concepto que se ha construido socialmente sobre el trabajo, se han presentado entre hombres y mujeres estereotipos, discursos y argumentos que reproducen la división sexual de trabajo que se apoya en la diferencia de los sexos que se traducen en desigualdades, a partir de las representaciones que les asignan el lugar que deben ocupar los hombres y las mujeres en la sociedad y en los ramos de actividades en los que pueden incursionar.

Dicha división es estudiada por autores que plantean que es un proceso de relaciones sociales y de sexo, en el que la mujer continuamente se forma subordinada al hombre, entre los que encontramos a Tabet (2005) quien expone que esto se dio como consecuencia de la apropiación de tecnologías y de instrumentos de trabajo, en las que los hombres elaboraban instrumentos simbólicos y limitaban su uso a la mujer. Según Engels (1891) esta situación se dio al variar de una sociedad a otra y de una época a otra, en función de las condiciones económicas y políticas, en que el sexo femenino era considerado con autonomía en sociedades no capitalistas, pero en las capitalistas sus actividades perdieron valor públicamente. Para Sacks (1979) la posición social femenina siempre fue subordinada a los hombres en una relación de dominio y poder de acuerdo con la representación social de la actividad ejercida.

Con el fin de analizar si hay división sexual del trabajo en la actividad emprendedora, identificamos las principales diferencias en este ámbito de acuerdo al género, como es el grado de participación en la actividad. En Colombia los emprendimientos nacientes o nuevos² creados por mujeres corresponde a un 17% y el 30% a hombres, siendo una discrepancia notable, que se agudiza en las fases subsecuentes del desarrollo del emprendimiento, ya que no siempre consiguen permanecer en esta actividad teniendo menos emprendimientos establecidos (4%), a comparación los hombres que aún continúan con mejores índices (8%).

Otra diferencia que se da es que cuando consiguen subsistir su crecimiento es limitado, siendo en su mayoría pequeños emprendimientos (BID, 2010), lo que se refleja en la

² De acuerdo con las categorías establecidas por el GEM, son emprendimientos nacientes los que realizaron pagos de remuneración hace más de tres meses, nuevos los que están entre 3 a 48 meses en la actividad y los establecidos los que tienen más de 48 meses.

investigación, dado que las entrevistadas a pesar de tener expectativas de continuidad y crecimiento, narran su dificultad para permanecer en el mercado y para lograr un punto de equilibrio, tanto así que una de ellas está en búsqueda de un contrato laboral, para tener una solvencia económica hasta que su emprendimiento comience a generar utilidades.

También encontramos diferenciación en el sector en el que emprenden las mujeres, siendo tradicionalmente femeninos sin rentabilidad y con mayor esfuerzo, como son: servicios (atendimiento domiciliario, vestuario, cosméticos, cocina, actividades de cuidado, etc.), manufactura y comercio, lo que puede ocasionar la falta de crecimiento y su subsistencia en el mercado, porque este exige estrategias de modernidad y diversificación, que desplazan los establecimientos tradicionales sin innovación y tecnificación, a diferencia de los emprendimientos creados por hombres que tienen variedad en siete sectores de la industria con mayor innovación tecnológica y utilidades. (BID, 2010, STROBINO 2009).

Con lo que se perpetua la tradicional división sexual del trabajo ya que a medida que se tecnifican las herramientas de determinadas actividades, pasan a ser desarrolladas por los hombres y las que requieren de trabajo manual pasan a ser de mujeres (Tabet, 2005), asignando las actividades que requieren raciocinio, creatividad, innovación, asumir riesgos, implementación tecnológica como propias de los “hombres” y las que requieren dedicación, paciencia, continuidad, atención al detalle y representan cuidado y amor son de “mujeres”, sin reconocimiento en la participación de las relaciones sociales, sin ser vistas como actores sociales. (Kergoat, 2009).

Reproduciendo estereotipos en los que hombres y mujeres son asociados a delineamientos morales en los que las normas, valores y virtudes masculinas se estructuraron en torno a la justicia y los derechos, mientras que las mujeres se determinaron en el cuidado y la responsabilidad limitando la participación femenina en el entorno productivo. (Gilligan, 1982).

Entre las emprendedoras entrevistadas tres de ellas se encuentran en sectores tradicionalmente femeninos, que requieren de bastante tiempo y esfuerzo a cambio de una baja utilidad y crecimiento de su empresa en cuanto a empleados y capital (SELA, 2010, BID, 2010), situación ante la que reflexionan sobre su exclusión histórica y desigualdad, afirmando que “fuimos dedicadas a hacer actividades de menor riesgo y a veces no podemos incursionar en actividades que son predominantes de los hombres y las mujeres comenzamos a competir pero como en un ramo diferente”.

Las otras emprendedoras que se encuentran en sectores vistos socialmente como masculinos, se enfrentan a diversas dificultades en su diario vivir en razón a los estereotipos

sociales del ser mujer, como se presenta en la narrativa de una de ellas: “por el hecho de ser mujer...me sentía muy sí, muy mmm a un lado... por los clientes” reproduciendo la simbología binaria de lo que puede ser realizado o no según el sexo.

Situación que fue expuesta por Puppim (1994) para quien se realiza una asignación del lugar y del papel adecuado a hombres y mujeres en un proceso social de diferencias, que indican adjetivaciones para cada uno determinando socialmente lo adecuado e inadecuado, generando un sistema de valores binario y maniqueista, en el que se es determinado socialmente a los hombres atributos de masculinidad, virilidad, complejidad y a la mujer específicamente lo femenino, delicado y en especial “simple” (MOLINIER; WELZER-LANG, 2009).

3 ENTORNO EMPRENDEDOR: DESIGUALDADES ANTE LAS QUE SE ENCUENTRAN LAS EMPRENDEDORAS Y SU ACTUAR ANTE ELLAS

El emprender es un proceso definido por elementos externos e internos (CARDOZO 2010), por lo que a continuación se identificarán como las diferencias expuestas anteriormente son resultado de diversas variables del entorno y de condiciones personales. Entre estas encontramos las políticas públicas, el SELA (2010) afirma que el tema de pequeñas y medianas empresas de mujeres no es parte de la agenda económica y productiva de los países, lo que les impide a estos y a las emprendedoras desarrollar su verdadero potencial, reflejando la falta de valoración real y concientización del aporte que las empresarias pueden hacer a la sociedad. En el caso de Colombia la Consejería Presidencial de la Mujer, entidad rectora de las políticas públicas para las mujeres, está abordando en el momento temas como el empleo y el desarrollo empresarial a partir de la implementación de programas que den solución a las problemáticas de la pobreza, educación y capacitación.

En el trabajo de campo sin embargo se identificó que solo dos emprendedoras conocían sobre algunos programas, obteniendo de ellos conocimientos y al mismo tiempo estableciendo relaciones sociales en beneficio de la empresa afirmando “estuve metida... haciendo precisamente alianzas, mirando a quien podía conocer y aprovechar y fortalecí las cosas que no estaban como tan fuertes”.

El factor de la educación que es analizado por EIU (2013) en América Latina encuentra que Colombia, es el país que cuenta con la más amplia capacitación vocacional asequible (55% de mujeres inscritas), apoyo técnico a microempresas y PYME, lo que posiblemente se deba a que la formación en emprendimiento se ha convertido en una ley

(1014 de 2006) aplicada como una política cultural que establece la formación para el emprendimiento como obligatoria en los niveles de educación preescolar, básica, primaria, secundaria y educación media y en algunas instituciones universitarias.

Siendo reflejada la importancia de dicha capacitación empresarial en el hecho de que algunas de las entrevistadas que poseen educación en administración de empresas y que están en continua capacitación, recurriendo a cursos en internet o instituciones, les han sido fundamentales estos conocimientos para administrar y planear estrategias, para la creación y manutención de su empresa, mientras que quienes no poseen instrucción empresarial reconocen la necesidad de esta, afirmado “Bueno yo sé que todavía me falta mucho por aprender tengo que capacitarme muchísimo” (Maciel).

Sin embargo nos cabe preguntarnos ¿estás capacitaciones reproducen la división sexual del trabajo?, porque aunque se cuenta con opciones de educación y capacitación en habilidades empresariales específicamente para mujeres, no siempre son pertinentes, como afirma ABREU (2009) la base del discurso educativo en favor de la formación emprendedora viene distorsionada por un carácter ideológico que es naturalizado en relación a los procesos históricos y sociales, perpetuando ideas y reglas de comportamientos y valores, siendo formadas para actividades no cualificadas o manuales y para sectores de lo aceptado socialmente como femenino.

Entre los factores externos que reproducen limitantes en la actividad, están los costos relativamente altos y los requisitos regulatorios en un complejo sistema tributario para constituir una nueva empresa, desmotivando su legalización y persistiendo en la actividad informal, además en la investigación se apunta a que se da también por la falta de conocimiento del proceso, ya que las emprendedoras que no legalizaron aún sus emprendimientos, afirman que se debe tanto por la falta de conocimiento de este proceso, como por sus costos.

Hirata (2002) afirma que las condiciones ante las que se encuentran mujeres y hombres cambian a lo largo de la historia de acuerdo con el contexto cultural y económico, pero no se transforma su desigualdad, continúa la división de los espacios de lo masculino con valor social y lo femenino como lo complementario, reproduciéndose en la vivencia de las emprendedoras al no ser su actividad emprendedora reconocida como un trabajo, siendo entendido socialmente sin valor, como narran las emprendedoras:

Mi mama esta es la hora que me dice que reparta hojas de vida... voy a hacer las entregas y me dicen: y tú aparte de esto ¿qué haces? Yo no, es que yo quiero hacer

empresa, dicen eso es un hobby y ¿eso te da para comer? ¿qué dice tu novio? ¿no estas todo el día en la casa?’ (Daniela)

La familia le dice porque usted se va a salir de trabajar y se va a poner a aguantar hambre (Natalia)

Los clientes conmigo son más no sé más reacios, más limitados, que con mi esposo entonces a mi esposo siempre lo buscan... pues porque si lo ven a él como la cara del administrador del negocio (Fernanda).

Estereotipos que también limitan el acceso al financiamiento de sus proyectos debido a su género (AMORÓS; PIZARRO, 2006) ya que continúan determinando al hombre como el sostén de la familia, considerándolo capaz de tener utilidad de su actividad a diferencia de las mujeres que son vistas como proveedoras de ingresos adicionales asumiendo que no tendrán la capacidad de pago. Las entrevistadas consideran la otorgación de créditos difícil, decidiendo financiar sus proyectos con ahorros, liquidaciones e indemnizaciones obtenidas en empresas en las que trabajaban y el único caso en el que se solicitó crédito en entidad financiera, la emprendedora optó por asociarse con un hombre que tenía mayores posibilidades de obtener la financiación crediticia.

Demostrando con ello que cuando el hombre actúa se percibe como positivo, pero cuando la mujer lo hace del mismo modo se rotula negativamente, conectando valores de lo viril en el que el hombre tiene habilidades para actuar y es adecuado, a diferencia de la mujer que solo debe adaptarse como subalterna en labores asistenciales, sin reconocimiento y que no estén en desacuerdo con los rótulos femeninos y de cuidado (MOLINIER; WELZER-LANG, 2009).

Estas representaciones y simbologías generalmente son sentidas en un conjunto de pensamientos y/o prácticas que envuelven dominación, subordinación, poder, exclusión, limitaciones y valores que giran en torno del hecho de tener un trabajo, lo cual significa tener ocupación, salario y un espacio en la sociedad (MARUANI, 2009). Sin embargo las emprendedoras están rompiendo con esto mediante diversas acciones en las que se empoderan mediante su actividad, como afirman ‘las mujeres somos más conscientes de eso y eso es lo que debo transmitirle al cliente’, ‘yo lo veo como mi empresa...tengo que enfocarme en que si lo es hasta que en realidad la gente, las demás personas lo vean’, ‘he venido dando mi lugar cuando yo entro a interactuar con ellos...siendo más estratégica en el momento de hablar ... entendí que mi rol no estaba en el rango de ser operaria ¿cierto?, sino más bien de poder organizar los recursos, el personal... buscar las estrategias con el cliente grande’.

Se puede pensar con ello que las emprendedoras están en pro de reposicionarse socialmente, Castrillón y Ricaurte (2008) en su investigación de la caracterización de la mujer plantean que el 70,9% de las emprendedoras, cree que tener éxito en un nuevo negocio

contribuye a tener una mejor posición social y consideran que es una opción de vida viable, de realización profesional e independencia.

En cuanto a las condiciones personales se han planteado tipologías para describir los tipos de motivación para crear empresa por oportunidad de desenvolver una idea, o por necesidad para quienes no tienen otro medio o las posibilidades de sustentarse económicamente, por sus responsabilidades reproductivas o como una forma de escape de las desigualdades en el sector laboral. (BID, 2010). Con base en dichas tipologías la mayoría de investigaciones plantean que las empresarias son motivadas por necesidad (AMORÓS y PIZARRO, 2006), encontrando desigualdad de género en cuanto a oportunidades y toma de decisiones ya que del 13,36% de los emprendedores lo hacen como deseo para desenvolver una idea, a diferencia de las emprendedoras, que tan solo un 8,79% son por oportunidad.

En la investigación encontramos que el motivo por el cual las entrevistadas emprenden, es porque identifican en esta actividad una posibilidad de independencia y autonomía, liberándose de las limitantes sociales ante las que se encuentran, y tal vez se podría decir que están iniciando a desconstruir relaciones de dominación, afirmando que crean empresas porque no quieren trabajar para el beneficio económico de otros, para quienes ellas no son importantes, si no que quieren trabajar en la construcción de su empresa y de su vida.

Sin embargo aunque afirman no querer trabajar para el beneficio de “otros”, sus pensamientos son extraer mediante la actividad ventajas personales y beneficiar a quienes estás más próximos, como su familia y posteriormente a la sociedad en general, en lo que se evidencia la ética del cuidado, reflejando un sentimiento responsabilidad del otro, en una red de relaciones de sentimientos con quien está más cercano afectivamente.

En este sentido las relaciones y funciones reproductivas influyen en las motivaciones y aspiraciones, en las que algunas veces encontramos que los emprendimientos se dan como una medida para equilibrar la vida profesional con el cuidado de la familia, lo que se demuestra en el hecho de que las entrevistadas que tienen hijos o planes de tenerlos perciban que sus empresas les brinda mayores posibilidades para ello, afirmando que es una ventaja, a diferencia de cuando es empleada: ‘cuando uno trabaja pierde mucha calidad de tiempo y de todo con los hijos, no hay disposición para ellos’.

Lo que se presenta respondiendo al hecho de que a las mujeres se les ha atribuido histórica y culturalmente normas sociales y culturales con modelos y perfiles femeninos como parte de las funciones y papeles sociales (ALMEIDA, M. A. de. et al, 2008) respecto a actividades reproductivas y de cuidado, como son el gerenciamiento y administración del hogar y sobre todo el cuidado de los hijos como características naturales de su sexo,

realizando una diferenciación del trabajo en la que se denotan estereotipos que limitan su participación y de ascender en funciones que le darían mayor autonomía y libertad de mando y expresión, por lo que se encuentran ante la necesidad de buscar cada día el equilibrio entre la vida profesional y personal.

Tanto así es esta necesidad que generalmente tienden a instalar su negocio dentro del hogar (BID, 2010), lo que afecta el emprendimiento, dado que si la decisión de la ubicación de la empresa no es basada en factores comerciales puede ser perjudicial, lo que se demuestra en la reducción de las ventas, el personal y las utilidades, en la investigación cuatro emprendedoras trabajan en el mismo lugar de vivienda y las dos que cuentan con un establecimiento afirman que cuando sean mamás podrán cuidar sus hijos en ellos o en algunos casos trabajar desde la casa y así compatibilizar lo productivo y lo reproductivo, sin embargo para ellas sigue siendo claro que aunque ambas actividades están localizadas en el mismo lugar, son totalmente distintas, por lo que organizan horarios y reglas que les posibiliten un adecuado funcionamiento de la casa y de la empresa.

Las condiciones del mercado laboral influyen en el emprendimiento en dos sentidos: con su historial laboral debido a que desenvuelven habilidades y conocimientos que posibilitan la creación y manutención de sus proyectos; por otro lado las desigualdades presentes en el ámbito productivo incentivan a incursionar en la actividad emprendedora, en búsqueda de una nueva oportunidad que les de independencia y autonomía, dichas situaciones se perciben en la narrativa de las emprendedoras.

Heller (2010) expone que la creciente participación de las mujeres en el mercado de trabajo está concentrada en trabajos inseguros, mal remunerados, de baja productividad y desempleo, que impactan sobre sus posibilidades de autonomía económica así cuando consiguen la inserción en las empresas se presentan dificultades como la falta de oportunidades, promoción y de recompensas para la contribución económica y generalmente las actividades para las cuales son contratadas se encuentran bajo parámetros de la división sexual del trabajo.

En el caso de Colombia para el trimestre de Mayo – Julio de 2014 la tasa de desempleo de las mujeres fue de 11,7% mayor que la de los hombres que fue de 7,2% y solo el 25% de los cargos directivos son ocupados por mujeres, siendo considerado uno de los primeros países en América Latina con mujeres en cargos de alta jerarquía de acuerdo al estudio Global Gender Gap Report. En este sentido el gobierno Colombiano ha establecido en el marco legislativo leyes que promueven la igualdad de la mujer en el ámbito productivo, con la finalidad de proteger los derechos económicos y laborales de las mismas, lo que se plantea

mediante el código sustantivo del trabajo, sin embargo la realidad laboral aún se encuentra caracterizada con innumerables desigualdades.

CONCLUSIONES

Las mujeres que optan por ser emprendedoras se enfrentan ante diversas dificultades y situaciones que no les permite un desenvolvimiento equitativo en el ámbito, ya que este es condicionado por patrones de género, resultado de su exclusión histórica de lo productivo y del hecho de ser relegadas para actividades de trabajo privado consideradas de afecto o de sentimiento, persistiendo la tradicional división sexual del trabajo, entendiéndose esta como el resultado de un proceso de relaciones sociales y sexuales, en el que son delimitados estereotipos de acuerdo con el sexo, forjando una subordinación de las mujeres a los hombres, así que aunque se ha alcanzado algún nivel de inclusión en el trabajo productivo la desigualdad persiste.

Correspondiendo a una lógica en la que las competencias y habilidades continúan siendo circunscritas al sexo, en la que se considera la actividad emprendedora como propia de lo masculino y cuando la mujer incursiona en esta actividad es percibida como si fuera una decisión para dar solución a una necesidad y generación de renta secundaria. Desarrollando una infinidad de imaginarios sociales de lo que puede o no ser de lo masculino y femenino que limitan negativamente a las emprendedoras en términos de su colocación profesional, calidad de empleo, falta de igualdad de acceso y pertinencia al conocimiento de administración y finanzas, acceso al crédito, marketing, innovación, seguridad social, conciliación del trabajo y familia, etc.

Sin embargo se analiza que las entrevistadas están optando por esta actividad como una opción de vida y de realización profesional, en la que planean y escogen acciones para transgredir diversas barreras, sea mitigándolas o evitándolas, identificando transformaciones que se refieren al espacio privado, social y público, por lo que en el proceso de inserción en el sector empresarial, realizan mudanzas en sus vidas, e implementan acciones para mantenerse en ramos de actividades y del espacio público tradicionalmente considerados espacios de los hombres, a partir de las relaciones que establecen con la empresa, la familia, la cultura local, sobre lo que es ser mujer, el acceso al capital económico y social, formación profesional y empresarial,

Objetivándose entradas importantes en el ambiente empresarial, en lo que se refiere a su participación como propietarias o accionistas de la empresa, comenzando a romper con la dominación social y cultural mediante su actuar reflexivo, siendo conscientes de su entorno, reconociendo las desigualdades ante las que se encuentran y pretendiendo mudarlas, siendo responsables de sí mismas y de sus proyectos de vida, buscando soluciones de igualdad y participación en la sociedad, transformando la interacción y las relaciones sociales.

Demostrando de esta forma una red de sentidos producidos por ellas, como agentes de acción que influyen la transición de un modelo tradicional (en el que la mujer es definida como madre, entre otras posibilidades), rompiendo estereotipos sociales mediante el trabajo y las relaciones que desarrollan en el ámbito empresarial, con lo que pueden reposicionar su rol en la sociedad y a su vez direccionar su emprendimiento a soluciones sociales, percibiendo en su actuar emprendedor posibilidades para construir su historia y modificar determinadas dominaciones del entorno al que se enfrentan.

REFERENCIAS

ABREU, Jane. **Emprendedorismo: O discurso pedagógico no contexto do agravamento do desemprego juvenil**. 2009. 157 f. teses (doutorado) - Linha de Pesquisa Mudanças no Mundo do Trabalho, Universidade Federal do Paraná, Curitiba (2009).

ALMEIDA, M. A. de. et al. Mulheres e cuidado: bases psicobiológicas ou arbitrariedade cultural? **Paidéia**, Ribeirão Preto, v. 18, n. 41, set./dez. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-863X2008000300002&script=sci_arttext>. Acesso em: 08 Ago. 2013. Não paginado.

AMÓROS, José; PIZARRO, Olga. Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio, **Revistas.urosario.edu.co**, Colombia, 2006. Disponible en <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCgQFjAB&url=http%3A%2F%2Frevistas.urosario.edu.co%2Findex.php%2Fempr esa%2Farticle%2Fdownload%2F940%2F841&ei=MV5LVdXABYa6ggTC4IHwCw&usg=AFQjCNET4W1OqW4fgirQ0xS2xbol4ZSQFQ&sig2=V78tBYRjybUI6X9A1-C44g&bvm=bv.92765956,d.eXY>>. Acceso en: 26 Jun. 2014.

AMÓROS, José; PIZARRO, Olga. Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio, **Revistas.urosario.edu.co**, Colombia, 2006. Disponible en <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCgQFjAB&url=http%3A%2F%2Frevistas.urosario.edu.co%2Findex.php%2Fempr esa%2Farticle%2Fdownload%2F940%2F841&ei=MV5LVdXABYa6ggTC4IHwCw&usg=AFQjCNET4W1OqW4fgirQ0xS2xbol4ZSQFQ&sig2=V78tBYRjybUI6X9A1-C44g&bvm=bv.92765956,d.eXY>>. Acceso en: 26 Jun. 2014.

Banco Internacional de Reconstrucción y fomento – Banco Mundial. Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina. Washington, 2010.

CARDOZO, Alejandro. **La motivación para emprender**. Evolución del modelo del rol en emprendedores argentinos. 2010. 314 f. Tesis (Doctorado) - departamento de organización de empresas, Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2010. Disponible en <<http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo/Documento.pdf>>. Acceso en: 26 jun. 2014.

CASTIBLANCO, Suellen. La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. **Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión**, Bogotá, vol. XXI, número 2, p. 53- 66, 2013, disponible en <<http://www.redalyc.org/pdf/909/90930501005.pdf>>. Acceso en: 23 Mar. 2015.

CASTRILLÓN, Glenda, RICAURTE, Juan. **Caracterización de la mujer emprendedora en Colombia**. 2008. 74 f. Tesis (maestría) – administración de empresas, Fundación Universitaria del Norte, Barranquilla (2008).

COLOMBIA- Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura de emprendimiento. Ministerio de Educación Superior. **Congreso de Colombia, Bogotá D.C, 26 Ene.** 2006. Disponible en <<http://www.camarasai.org/web/uploads/images/registro-mercantil/10LEY-1014-DE-2006.pdf>>. Acceso en: 1 nov. 2014.

Fondo Multilateral de inversiones miembro del grupo BID – Fomin. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. Mancera, 2014.

GEM, **Dinámica empresarial Colombiana**, Colombia, 2014.

GILLIGAN, Carol. **In a different voice: Psychological Theory and Women's Development, Cambridge, Mass:** Harvard University Press, 1982. U Ou GILLIGAN, Carol. Uma voz diferente: psicologia da diferença entre homens e mulheres da infância à idade adulta. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos, 1982.

HELLER, Lidia. **Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe:** realidades, obstáculos y desafíos. CEPAL – división de asuntos de género. Chile, 2010.

HIRATA, HELENA. Vida reproductiva e produção: família e empresa no Japão. In: VVAA. **O sexo do trabalho**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 63 – 78.

JUSTO, Rachida. **La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras**. 2008. 284 f. Tesis doctoral – Departamento de estructura económica y economía del desarrollo, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, 2008.

KERGOAT, Daniele. Divisão sexual do trabalho e relações sociais de sexo. In: VVAA. **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2009. p. 67 – 75.

MARUANI, Margaret. Empleo. In: VVAA. **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2009. p. 85 – 89.

ORTÍZ, Carolina; Duque, Yenni; Camargo David. Una investigación en emprendimiento femenino, **rev.fac.cienc.econ.**, Colombia, v. XVI (1), p. 85-104, 2008. Disponible en <<http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v16n1/v16n1a07.pdf>>. Acceso en: 26 Jun. 2014.

PASCALE WELZER-LANG, Daniel. feminilidade, masculinidade, virilidade. In: VVAA. **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2009. p. 101 – 105.

PFEILSTETTER, Richard. El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de su concepto. **Gazeta de Antropología**. Sevilla, 17 Jun. 2011. Disponible en <<http://hdl.handle.net/10481/15684>>. Acceso en: 1 Jun. 2014.

PUPPIM, Andréa. Mulheres em cargos de comando. In: VVAA. **Novos olhares: mulheres e relações de genero no Brasil**. São Paulo: Fundação Carlos Chagas: Editora Marco Zero, 1994. p. 13 – 35.

SACKS, Karen. Engels Revisitado: A mulher, a organização da produção e a propriedade privada. In: MICHELLE, Zimbalist Rosaldo; LAMPHERE, Louise. **A mulher a cultura a sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979. p. 185 -231;

SELA, Desarrollando Mujeres Empresarias: **La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES**. Venezuela, 2010.

STROBINO, Márcia. **O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família**: estudo de multicasos no setor da construção civil da cidade de curitiba. 2009. 133 f. dissertação (mestrado) - administração área de concentração: estratégia e organizações, Universidade Federal do Parana, Curitiba, 2009.

TABET, Paola. Las manos, los instrumentos, las armas. In: CURIEL, Ochy; FALQUET, Jules (orga). **El patriarcado al desnudo**: tres feministas materialistas Collete Guillaumin, Paola Tabet, Nicole Claude Mathieu. Buenos Aires: Brecha Lésbica, 2005. p.57 – 129.

THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, Índice del entorno empresarial para emprendedoras – **WEVentureScope**, 2013.

VALLMITJANA, Núria. **La actividad emprendedora de los graduados IQS**. 2014. 378 f. Tesis (Doctorado en gestión empresarial) - gestión empresarial, Universitat Ramon Llull, Barcelona, 2014. Disponible en <URL <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/145034/Tesis%20Nuria%20Vallmitjana%20Palau.pdf?sequence=1>>. Acceso en 25: mar. 2015.