

ELEMENTOS SOCIOECONÓMICOS QUE DETERMINAN EL INICIO Y
SOSTENIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES ESTUDIANTES
DE PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE EN LAS SEDES CALI.

GABRIELA POSSO RESTREPO
LEONOR TORRES ÁLVAREZ

TRABAJO DE GRADO
PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES
PROGRAMA ACADÉMICO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SEDE CALI
SANTIAGO DE CALI
2021

ELEMENTOS SOCIOECONÓMICOS QUE DETERMINAN EL INICIO Y
SOSTENIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES ESTUDIANTES
DE PREGRADO DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE EN LAS SEDES CALI

PRESENTADO POR:

GABRIELA POSSO RESTREPO
LEONOR TORRES ÁLVAREZ

TRABAJO DE GRADO
PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

DIRECTOR:
EDGAR GUILLERMO RODRÍGUEZ GUEVARA

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES
PROGRAMA ACADÉMICO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SEDE CALI
SANTIAGO DE CALI
2021

TABLA CONTENIDO

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	7
1.1 ANTECEDENTES	8
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y REVISIÓN DE LA LITERATURA	11
1.3 OBJETIVOS	16
1.3.1 Objetivos General	16
1.3.2 Objetivos Específicos	16
1.4 JUSTIFICACIÓN	17
2. MARCO DE REFERENCIA	19
2.1 MARCO TEÓRICO	19
2.1.1 Emprendimiento	19
2.1.2 La mujer y el emprendimiento	22
2.2 MARCO CONCEPTUAL	25
2.3 MARCO LEGAL	27
3. METODOLOGÍA	30
3.1 BÚSQUEDA INVESTIGATIVA SOBRE EL EMPRENDIMIENTO	30
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	31
3.3 MUESTRA O POBLACIÓN A ENCUESTAR	31
3.4.1 Fuentes primarias	32
4. CONTEXTO EN EL QUE SE ENMARCA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA	33
4.1 Contextualización de Colombia frente a los factores de éxito del emprendimiento	33
4.2 Condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial en Colombia	34
4.2.1 Apoyo financiero	35
4.2.3 Tecnología	37
4.2.4 Infraestructura para la competitividad y desarrollo económico	38
2.4.2.5 Programas gubernamentales	41
4.2.6 Educación emprendedora	43
4.2.7 Dinámica del mercado interno	45
4.2.8 Políticas gubernamentales	47
4.2.9 Infraestructura comercial	49
4.2.10 Normas sociales y culturales	51

4.3 Contextualización de la ciudad de Santiago de Cali	52
4.3.1 Panorama del emprendimiento en Cali	54
4.4 Contextualización de la Universidad del Valle	59
4.4.1 Emprendimiento en la Universidad del Valle	60
5. RESULTADOS	63
5.1 Caracterización de la actividad emprendedora de estudiantes de la universidad del valle atendiendo sus particularidades de género	63
5.1.1 Aspectos socioeconómicos de la muestra	64
5.1.2 Estado de embarazo o de maternidad de la muestra	65
5.1.3 Emprendimiento de la muestra	68
5.1.3.1 Estudiantes de pregrado mujeres de la Universidad del Valle sedes Cali que actualmente tienen activos sus emprendimientos	69
5.1.3.1.1 Razones por la cual no tienen activos los emprendimientos en la actualidad algunas mujeres	73
5.1.3.2 Estudiantes mujeres de la Universidad del Valle sedes Cali que no tienen o nunca han tenido un emprendimiento	73
5.1.3.2.1 Estudiantes mujeres de la Universidad del Valle sedes Cali que no tienen o nunca han tenido un emprendimiento, pero quieren emprender	77
5.1.3.3 Aspectos exclusivos de las entrevistas	77
5.2 Relación de los aportes teóricos, conceptuales y legales con las características de las mujeres emprendedoras de la universidad del valle, a través de fuentes primarias y secundarias	79
6. CONCLUSIONES	81
7. BIBLIOGRAFÍA	85
8. ANEXOS	88
ANEXO 1: Encuesta	88
ANEXO 2: ENTREVISTA	89

RESUMEN

El emprendimiento es una temática donde muchas áreas del conocimiento, instituciones y centros de investigaciones locales e internacionales lo han evaluado bajo su lupa investigativa. Sin embargo, en la actualidad Colombia a pesar de ser un país que se caracteriza por una alta actividad emprendedora, está se enfrenta con una problemática inminente que es la baja participación de las mujeres en este campo, a lo cual lo acompaña, una alta tasa de desempleo y un nivel ingresos promedio inferior que el de los hombres.

Es así, que se llevó a cabo esta investigación con una muestra de estudiantes de pregrado en la Universidad del Valle sedes Cali, 1 de las 32 universidades públicas en Colombia, pero siendo esta la más importantes del suroccidente del país. Se escogió esta universidad por ser un escenario idóneo para el tipo de muestra que se quería tomar (nivel de ingresos y edad promedio). Además, según GEM (2014), Cali es la tercera ciudad con más alta Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de Colombia por debajo de Barranquilla y Bogotá.

Dentro de lo evaluado a lo largo de la investigación, se observaron los elementos socioeconómicos por los cuales las mujeres estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle emprenden o no, y cuáles son los retos que deben vivir continuamente en su ejercicio emprendedor. Esto, complementándolo con fuentes secundarias de información que permiten argumentar las razones de fondo, por la cual la TEA de la mujer es más baja. Además, de la ineficiencia del paso de la mujer del emprendimiento hasta convertirla en empresa.

Finalmente, se encontraron dentro de los elementos socioeconómicos que determinan el inicio y sostenimiento de los emprendimientos, algunos recursos como el tiempo y el dinero que son en cierto modo limitantes cuando escasean a la hora de emprender y de sostenerse en el mercado. Estos, están relacionados a su vez con otros factores como los diversos roles que desempeñan las mujeres en la sociedad.

Palabras claves: Emprendimiento femenino, Universidad, Tasa de actividad emprendedora.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a subject where many areas of knowledge, institutions and local and international research centers have evaluated it under their investigative magnifying glass. However, at present Colombia, despite being a country characterized by high entrepreneurial activity, is facing an imminent problem that is the low participation of women in this field, which is accompanied by a high rate of unemployment and an average income level lower than that of men.

Thus, this research was carried out with a sample of undergraduate students at the Universidad del Valle in Cali, one of the thirty two public universities in the country, but this being the most important in the southwest of the nation. This University was chosen because it is an ideal setting for the type of sample to be taken (income level and average age). Also, according to GEM (2014), Cali is the third city with the highest rate of entrepreneurial activity in Colombia, below Barranquilla and Bogotá.

Within what was evaluated throughout the research, the socioeconomic elements by which women undergraduate students of the Universidad del Valle undertake or not were observed, and what are the challenges that they must continually live in their entrepreneurial exercise. This, complementing it with secondary sources of information that allow arguing the underlying reasons, why the rate of entrepreneurial activity of women is lower. In addition, the inefficiency of the passage of the woman from entrepreneurship to turning it into a company.

Finally, within the socioeconomic elements that determine the start and sustainability of ventures, some resources such as time and money that are somewhat limiting when they are scarce at the time of undertaking and these are related in turn to other factors such as the various roles played by the women under study, among others.

Keywords: Female entrepreneurship, University, Entrepreneurial activity rate.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se ha convertido en un tema muy importante e interesante en general para quienes emprenden, para los académicos e investigadores e incluso para los gobiernos; en el caso de Colombia se ha observado que posee una alta TEA. Sin embargo, se ha encontrado una baja participación de las mujeres en este índice, que se relaciona también con una alta tasa de desempleo y un nivel ingresos promedio inferior que el de los hombres según varios datos encontrados en estudios del GEM (Global Entrepreneurship Monitor).

Por lo anterior se decide analizar los elementos socioeconómicos que determinan el inicio y sostenimiento de los emprendimientos de las mujeres estudiantes de la Universidad del Valle sedes Cali, para comprender un poco más a que se debe este fenómeno, entendiendo desde su contexto cuáles han sido sus principales problemáticas en el ejercicio de emprender, para ello se determina practicar unas encuestas y entrevistas de forma aleatoria a la población objeto de estudio.

Como conclusión de la investigación se pudo encontrar que los recursos como el tiempo y el dinero son en cierto modo limitantes cuando escasean a la hora de emprender y estos están relacionados a su vez con otros factores como los diversos roles que desempeñan las mujeres objeto de estudio, entre otros.

En este documento encontrarán diferentes apartados, en su primer capítulo se presentan aspectos de importancia para el contexto del trabajo como los antecedentes, la formulación del problema y la revisión literaria acerca de él, los objetivos, y la justificación objeto de esta investigación; en el segundo capítulo se aprecian los diferentes marcos de referencia que tienen relación con el tema objeto de estudio sobre el emprendimiento y la mujer, estos son: marco teórico-conceptual y marco legal. En el tercer capítulo se aborda la metodología empleada, el tipo de investigación, la descripción de la muestra y los instrumentos de recolección y los tipos de fuentes consultadas. Finalmente están los resultados y el análisis de la información recopilada por los medios antes mencionados con el fin de responder a los objetivos planteados y las respectivas conclusiones al tema.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En este apartado se exponen algunos elementos relevantes que dan objeto al presente trabajo como los antecedentes, formulación del problema, objetivos y la justificación de este.

1.1 ANTECEDENTES

El emprendimiento ha tomado partido y relevancia durante los últimos años, no solo para quienes emprenden sino también para la academia, la investigación, las empresas y los gobiernos, debido a su importante aporte a la economía como dinamizador de la misma y a su impacto social. Muestra de lo anterior, es el GEM (Global Entrepreneurship Monitor), es un proyecto de investigación internacional que inició desde 1999, en el que participan alrededor de 69 países con el fin de monitorear la actividad de creación de empresas, medir el emprendimiento e identificar los factores que, a nivel institucional, cultural, normativo y de políticas públicas, determinan el nivel de actividad emprendedora.

En Colombia para el año 2003 el gobierno emitió una ley por la cual se dictan normas sobre igualdad de oportunidades para las mujeres, es la ley 823 que tiene por objeto “establecer el marco institucional y orientar las políticas y acciones por parte del Gobierno para garantizar la equidad y la igualdad de oportunidades de las mujeres, en los ámbitos público y privado” (Ley 823, 2003). Además, para el año 2006 se emitió otra ley “De fomento a la cultura del emprendimiento” (Ley 1014, 2006), es la 1014, que sustenta el marco legal, las definiciones, directrices y los actores encargados de desarrollarlo; esto muestra el interés del estado colombiano sobre la importancia del emprendimiento en el país.

Se han encontrado otros estudios sobre el emprendimiento y la mujer como un estudio de Castiblanco Moreno (2017) que considera que la vinculación de las mujeres al mercado laboral es un elemento central en su proceso de empoderamiento, y el emprendimiento es una herramienta clave para el logro de este objetivo, su investigación se basó en “caracterizar socio demográficamente la población emprendedora informal y la relación entre estas características y el género del emprendedor”, su estudio usó una metodología mixta (correlacional no causal y de análisis de contenido) a partir de datos recogidos de una muestra de 586 individuos y llegó a la conclusión que los individuos inician este tipo de actividades ante las restricciones existentes en el mercado laboral formal y que las disparidades entre hombres y mujeres que existen en el mercado formal se trasladan a los mercados.

También se encontró según Herrera & Montoya (2013) en su estudio “The entrepreneur: An approach to its definition and characterization”, que el emprendimiento como campo de investigación está por consolidar un escenario conceptual, por ello realizaron una revisión bibliográfica con el objetivo de recopilar y

sistematizar los conceptos emitidos por diferentes autores acerca de la definición y caracterización del emprendedor, y concluyeron que la complejidad del tema no ha permitido que los investigadores lleguen a un acuerdo en los conceptos o a una teoría única. Sin embargo, en su conjunto, se complementan, por ello consideran que el emprendedor y el emprendimiento deben verse como un evento contextual en un ecosistema, bajo un pensamiento sistémico que difiere de una persona a otra.

Además, Ordoñez, y otros (2021) consideran en su estudio realizado que el comportamiento dinámico de la economía local es motivado en gran parte por el empoderamiento femenino a través del emprendimiento y la innovación como estrategia de crecimiento, la metodología que emplearon consistió en la búsqueda de artículos científicos publicados y enfocados en el empoderamiento femenino en el desarrollo de estos dos temas. Finalmente, los hallazgos lograron evidenciar la forma en que se aborda la participación de mujeres en procesos organizativos e iniciativas emprendedoras, y las implicaciones que tiene en los contextos domésticos y comunitarios en un orden patriarcal.

Camacho Corredor (2007) de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, escribió un artículo en el que busca resaltar la importancia de las condiciones que un sistema educativo universitario de calidad debe poseer para responder a las necesidades de la sociedad y a las expectativas de los estudiantes teniendo en cuenta tanto a las empresas como al entorno regional; dentro de los resultados de su investigación “Competencias necesarias para desarrollar el emprendimiento en los estudiantes de la UPTC”, presentó un modelo sustentado en el desarrollo local, que permite a los estudiantes optar por el emprendimiento de forma paralela y voluntaria al desarrollo de sus programas académicos que les permita tener un proyecto de vida profesional y personal. Además, concluyó que la universidad debe propender por la vinculación del sistema de educación y la capacitación de acuerdo al perfil productivo del entorno, según las necesidades regionales y que el gobierno municipal debe apoyar la disponibilidad de servicios empresariales avanzados de forma que permitan disponer de la información de mercados y tecnologías, líneas de comercialización y cooperación entre empresas.

Se encontró también que Delgado Osorio y Aragon Vásquez realizaron un estudio descriptivo exploratorio para caracterizar el desarrollo del emprendimiento en los estudiantes de la Universidad del Valle en la sede regional de Palmira en el año 2013, en el que concluyeron que el 69% (160 estudiantes) de los doscientos treinta y dos (232) encuestados desconocen el programa de apoyo Centro de Emprendimiento que creó la universidad en dicha sede, y que el 41,3% de los estudiantes encuestados necesitan direccionamiento y asesoramiento en temas como: actividad económica del negocio, importancia de un componente innovador, estructuración del plan de negocio y conocer las diferentes instituciones que apoyan financieramente los emprendimientos.

Es necesario definir y abordar el problema que se relaciona con varios elementos mencionados anteriormente como el emprendimiento, la mujer, la universidad, entre otros, de ello se ocupa el siguiente punto.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y REVISIÓN DE LA LITERATURA

En el histórico de la evaluación que la GEM realiza en Colombia sobre el índice de la TEA se observa el comparativo entre mujeres y hombres en este índice, la mujer siempre ha tenido unos valores inferiores desde el 2006 hasta el 2020. A pesar de que año a año es fluctuante y en algunos se reduce la brecha, sin embargo, siempre ha sido constante el porcentaje inferior del sexo femenino.

Figura 1. Comparativo entre la TEA de hombres vs la de mujeres entre los años 2006 y 2020



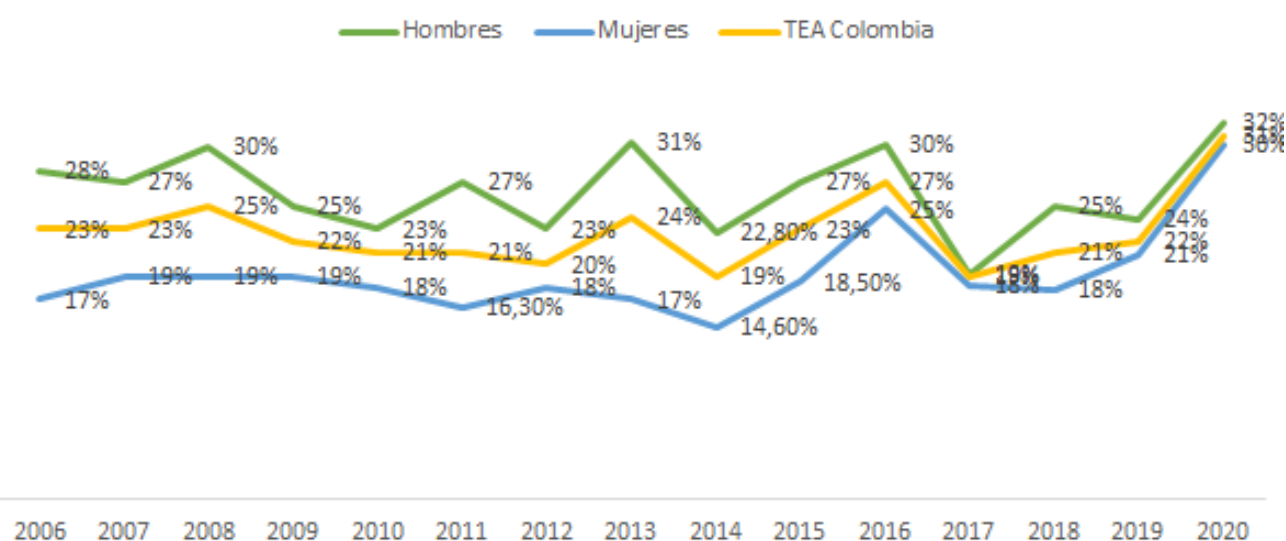
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2020.

Como se puede observar en la figura 1, la TEA de mujeres siempre ha sido más baja que la TEA de los hombres desde los años 2006 al 2020, y a pesar de que hay años en que la brecha porcentual es más baja que en otros, siempre existe esa diferencia marcada. Dentro de los años que se puede ver mayor diferencia es el año 2006 y 2008 con 11 puntos porcentuales de diferencia y en 2013 con 13 puntos porcentuales. Mientras que, en el 2017 sólo los diferenciaba 1 punto porcentual, y en 2019 y 2020 con 3 y 2 puntos porcentuales, respectivamente.

Los años con valores más altos de la TEA de las mujeres fueron los años 2016, 2019 y 2020, con 25%, 21% y 30%, y los años en que sus porcentajes fueron más bajos son los años 2011 y 2014, con 16,3% y 14,6%.

En el caso de los hombres, los años con los valores más altos de la TEA son: 2013 y 2020, con el 31% y 32% correspondientemente; y los años con menor porcentaje son 2014 y 2017, con 22,8% y 19% respectivamente.

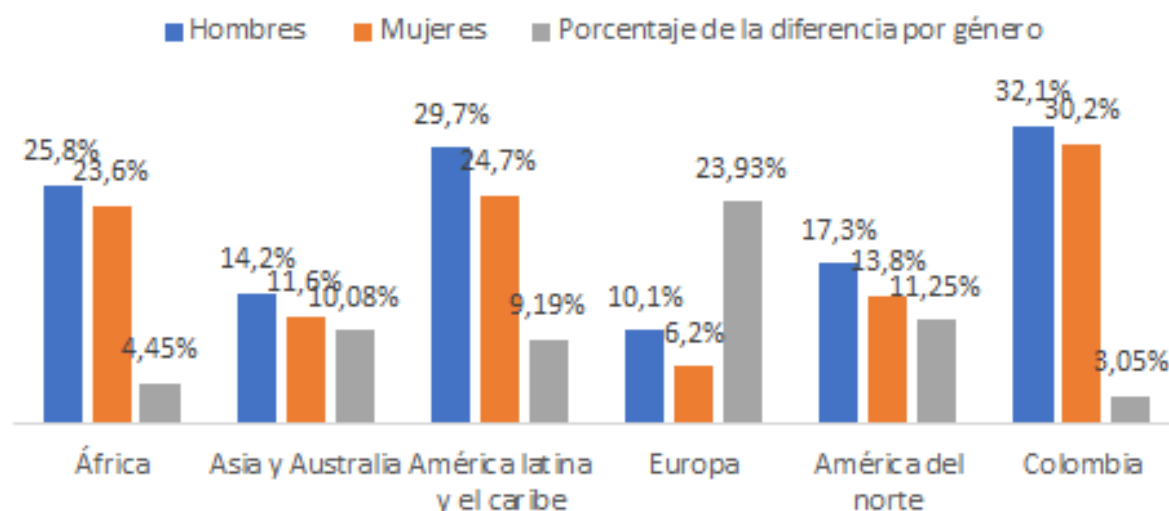
Figura 2. Relación entre la TEA Colombia con la TEA de hombres y mujeres entre los años 2006 y 2020



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2020.

En la figura 2, se puede observar como la TEA hombre tiene mayor relación con el comportamiento de la TEA de Colombia, mientras que con la TEA de mujeres no es vinculante con está, como es el caso para el año 2008 y 2013. Aunque hubo casos en los que la relación de la fluctuación de la TEA de Colombia con la TEA de hombres y mujeres coincidieron, como en los años 2016, 2017, 2019 y 2020.

Figura 3. TEA por género. Comparación de Colombia con el resto del mundo para el año 2020.

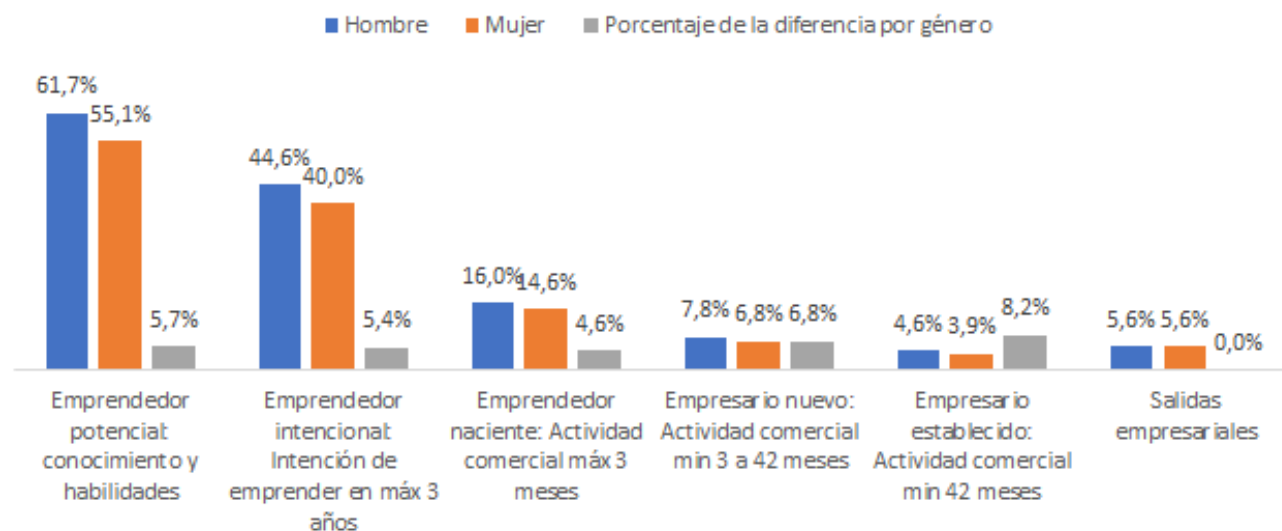


Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2020.

En la figura 3, se contempla la diferencia entre géneros en Colombia vs el resto del mundo para el año 2020, lo que se puede notar es que Colombia y África son los que menos tienen el porcentaje de diferencia respecto la TEA de hombres y TEA de

mujeres, con un 3,05% y un 4,45% respectivamente; y quien tiene más marcada esa diferencia es Europa con una brecha del 23,93%.

Figura 4. Etapas del emprendimiento por género según GEM en el año 2019

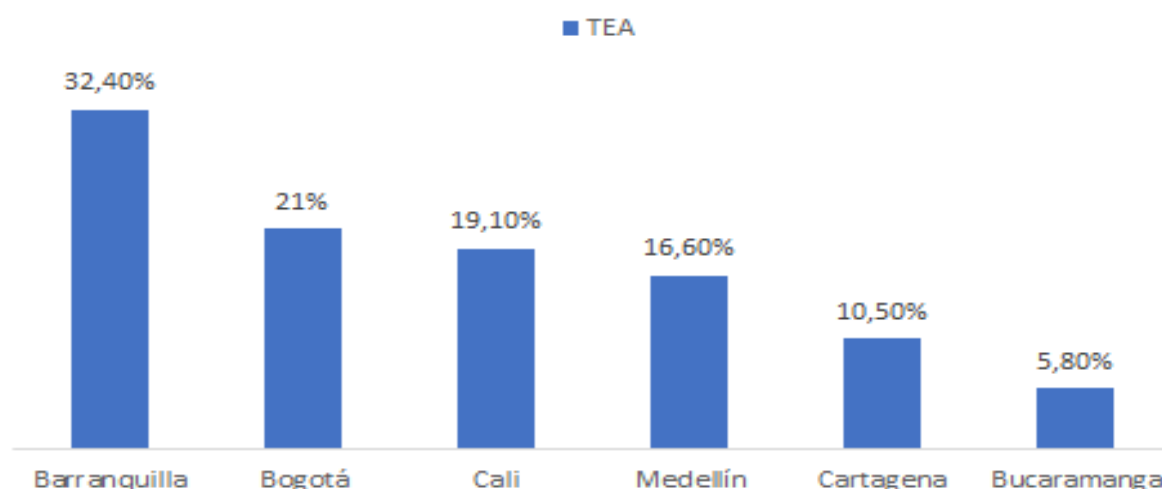


Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la figura 4 se contempla el hecho de que las mujeres siempre han estado por debajo en porcentaje en todas las etapas de emprendimiento en comparación con los hombres, a excepción de las salidas empresariales que tienen el mismo valor. Lo anterior, se debe a que hay más salidas porcentuales de las mujeres, teniendo en cuenta la participación de este sexo en comparación con los hombres en las otras etapas, en las cuales siempre los porcentajes son menores.

Con el porcentaje de la diferencia por género se puede verificar que la menor brecha entre hombres y mujeres es cuando se emprende y se considera *emprendedor naciente*, pero la brecha crece a medida que se pasa a hacer *empresario nuevo* y a *empresario establecido*. Así que, se puede concluir que las salidas de las mujeres pueden presentarse en mayor medida en la primera fase de emprendedor naciente y *empresario establecido*, que es la actividad comercial que dura hasta los 3 meses y de 3 a 42 meses.

Figura 5. TEA por ciudades (Colombia) año 2014



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM Cali, 2014.

En la figura 5 se observa la TEA del año 2014 en las ciudades principales de Colombia. Estas tienen la siguiente participación: Barranquilla el 32,4%, Bogotá el 21%, y Cali 19,1%. Mientras que ciudades como Medellín 16,6%, Cartagena 10,5% y Bucaramanga 5,8% tienen porcentajes inferiores.

Con la evaluación de estos datos surge la necesidad de preguntarse ¿Qué elementos socioeconómicos determinan el inicio y sostenimiento de los emprendimientos de mujeres estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle en las sedes Cali?, ya que la tendencia en el promedio nacional y mundial en la tasa de actividad económica y emprendedora de las mujeres es inferior a la de los hombres, por lo cual la intención es identificar a qué se debe esté fenómeno en el que las cifra no responden al cierre de brechas de género en el periodo comprendido entre el año 2006 y 2020, con este escenario se desarrollará el presente trabajo de grado.

1.2.1 Pregunta de Investigación

¿Qué elementos socioeconómicos determinan el inicio y sostenimiento de los emprendimientos de las mujeres estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle en las sedes Cali?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivos General

Analizar los elementos socioeconómicos que determinan el inicio y sostenimiento de los emprendimientos de mujeres estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle en las sedes Cali.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar el contexto en el que se enmarca el emprendimiento femenino en una sociedad como la colombiana, especialmente en el 2021.
- Caracterizar la actividad emprendedora de estudiantes de la Universidad del Valle atendiendo a sus particularidades de género.
- Relacionar los aportes teóricos, conceptuales y legales con las características de las mujeres emprendedoras de la Universidad del Valle, a través de fuentes primarias y secundarias.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento ha ido teniendo un papel importante a nivel global en general y también en Colombia, pues este ha venido generando un impacto positivo para la economía, las personas, y la sociedad, ya que de cierta forma genera empleos y en varios casos propicia la creación de empresas de manera formal.

Para el ente gubernamental este trabajo puede aportar un conjunto de elementos que sirvan como base hacia la creación de políticas públicas para fomentar el emprendimiento, en la que se enfoquen a aumentar la tasa en la actividad de emprendimiento para la reactivación económica de la mujer, y busquen también la formalización de los emprendimientos hasta llegar a ser empresa para generar mayores beneficios a la sociedad.

Este estudio es importante para la universidad, ya que permite conocer en este caso algunos factores y elementos relevantes de las mujeres estudiantes que de una forma u otra han decidido emprender y tienen el gran reto de mantenerse en el tiempo y de aquellas que han tenido la intención de hacerlo, pero por diferentes razones no han logrado dar ese paso.

La universidad aporta a la sociedad no solo desde el ámbito académico, sino que también busca apoyar e impulsar los emprendimientos que se gestan dentro de ella por parte de los estudiantes, es por ello que la Universidad del Valle creó un programa Institucional de Emprendedores, que busca fortalecer el potencial emprendedor de sus estudiantes a través del desarrollo de habilidades para concebir, planear y poner en marcha nuevas organizaciones con o sin ánimo de lucro, de autogestión, colectivas o asociativas (Dirección de Extensión y Educación Continua,sf). También, ha creado diferentes asignaturas electivas, como: Desarrollo de la creatividad, desarrollo de clientes, desarrollo del proyecto emprendedor, asesoría en emprendimiento, emprendimiento, cultura y ciudad, que pretenden brindar herramientas para que los estudiantes puedan visualizar la alternativa de crear empresa dentro de su proyecto de vida.

Además, es una oportunidad para la institución de aplicar la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento, implementando una educación transversal sobre este tema, que desarrolle talleres, diplomados, asesorías y capacitaciones que logren un mayor acercamiento y formación real de esto, e incentive el acceso a recursos, pues se encontró que la gran mayoría de participantes manifestaron no tener el conocimiento, herramientas o recursos suficientes para emprender.

El 34,1% de las estudiantes encuestadas hacen parte de la facultad de ciencias de la administración, esta facultad ofrece 7 distintos programas en pregrado, algunos de ellos son administración de empresas, que busca fomentar el conocimiento holístico con una impronta del humanismo, visibilizando la diversidad de perspectivas e

intereses en tres ámbitos principales, el profesional, el emprendedor y el investigador; y el programa de gestión del emprendimiento y la innovación que tiene como propósito estudiar el conocimiento sobre el emprendimiento y la innovación, el desarrollo de las competencias del emprendedor. Es importante entonces, para estos programas los resultados obtenidos a través de la labor investigativa, ya que permite caracterizar un poco las estudiantes emprendedoras y sus emprendimientos, además de identificar cuáles son sus posibles necesidades y oportunidades de mejora que se pueden solventar con la creación de estrategias de apoyo desde la facultad que permitan a las estudiantes mantener en el tiempo su negocio y lograr dar el paso para ser empresa, pues muchas se quedan en el proceso y otras ni siquiera inician debido a que “querer no es poder, necesariamente”, ya que se depende de diversos factores para hacerlo, no sólo de las capacidades del emprendedor sino también de elementos externos.

Por otra parte, es de interés para las emprendedoras ya que permite conocer cuáles son los principales elementos que determinan el inicio y sostenimiento de sus emprendimientos estos pueden ser económicos y/o sociales, también identificar las entidades públicas y privadas que ofrecen apoyo al emprendimiento, y cuáles son los mayores retos y barreras que pueden enfrentar.

Como estudiantes de la Universidad del Valle y de la Facultad de Ciencias de la Administración la realización de este trabajo tiene como objetivo aportar a nuestra alma mater y a nuestras compañeras una caracterización de su labor emprendedora, los desafíos que enfrentan, que les permita buscar estrategias para el inicio y sostenimiento de su labor, todo esto teniendo en cuenta las competencias adquiridas a largo de nuestra formación. También, proporcionar un aporte que oriente a mejorar el proceso de emprender.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Emprendimiento

El término emprender recibe muchas acepciones dependiendo el contexto en que sea empleado, aunque diversos autores concuerdan en que se deriva de la palabra *entrepreneur* originaria del verbo francés *entreprendre* que traduce “encargarse de”; (Moncayo 2008; Valdaliso y López 2000; Gámez 2008) en países de Norteamérica como Canadá y Estados Unidos el emprendedor es quien negocia o financia negocios, en Reino Unido es el que dirige una empresa. Para (Osorio & Pereira 2011) el origen del término *entreprendre* pasó al inglés como *entrepreneurship*, y traducido al español ha originado los términos emprendimiento, emprendedurismo y espíritu emprendedor.

Actualmente se diferencia entre emprendedor, inversionista y empresario; para Zorilla (2009) en estos conceptos: el emprendedor es quién tiene la idea o el concepto de determinado producto o servicio; el inversionista es quien aporta el capital para el sostenimiento inicial y la puesta en marcha; finalmente, el empresario se encarga de administrar y rendir las cuentas. Según Gámez, J (2008), el empresario puede ser un emprendedor, sin embargo, el emprendedor no deja de ser innovador, el autor considera que no hay unidad de criterios en la definición del término ni en la caracterización de quién emprende y crea empresa. En el caso de los autores (Herrera & Montoya 2013) el emprendedor es aquel que mediante un proceso considerando factores endógenos (cualidades, habilidades conocimientos, experiencia y formación) y factores exógenos (mutaciones del entorno) lleva a cabo un proyecto que puede ser económico, social, político o ambiental.

Para otros autores, “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Requiere una visión, pasión y compromiso para guiar a otros en alcanzar dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados” (Timmons, 1989). Según Drucker (1985), el emprendimiento tiene como objetivo maximizar las oportunidades, es decir, aumentar la efectividad que es la esencia y no tanto la eficiencia, exclusivamente.

Tabla 1. Emprendimiento en el tiempo

Emprendimiento en el tiempo	
	Con base a (Gamez 2008, Valdaliso y López 2000, Formichella 2004, Varela 2001) el emprendedor entre el siglo XVIII e inicios del XX era visto por los clásicos como un trabajador superior, con la

Los clásicos	capacidad de crear empresa y asumir riesgos, para Richard Cantillon era una persona inteligente, que asume y soporta el riesgo que hay en el mercado, pone en marcha y lleva a cabo un proyecto. Para Jean Baptiste Say el emprendedor era un trabajador superior y el protagonista del desarrollo económico de la actividad en general, quien reúne y moviliza recursos y medios para producir valor, desde una zona de bajo rendimiento a una alta productividad; Smith lo consideraba como un trabajador superior e innovador y lo identificaba como business management para referirse a las fuerzas externas. Según (Hidalgo 2014) Hasta principios del siglo XX, no se reconocía en la economía el rol del emprendedor y del riesgo.
Los neoclásicos	Para los neoclásicos a inicios del S. XX el emprendedor es visto aún como trabajador superior y tomador de riesgos. Weber contemplaba al emprendedor como un líder con ética, mentalidad y código de conducta diferente con la finalidad de multiplicar la riqueza. Por otra parte, para Alfred Marshall es un líder por naturaleza que aprende y adquiere habilidades para emprender y actúa bajo condiciones de incertidumbre. Keynes lo considera bajo la misma doctrina de marshall, además lo considera como un actor espontáneo, para Frederick Hawley es un tomador de riesgo que genera crecimiento económico. (Valdaliso y López 2000, Formichella 2004)
Las escuelas	
	Para Hidalgo (2014), Joseph Schumpeter reconoció al emprendedor a inicios del S. XX, como el centro del sistema económico, quien pone en

Escuela Schumpeter	marcha las ideas de negocio, y las hace rentables con la capacidad de romper ciclos ajustados del mercado, las ganancias se obtienen del cambio que se produce por el empresario innovador. En conclusión, para él la innovación era la razón de ser del entrepreneur. Schumpeter (1950) percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promueve las combinaciones o innovaciones, no es un inventor, pero puede explotar una invención, no es un capitalista, pero asigna recursos, toma decisiones y organiza de forma innovadora las actividades económicas, tiene actitudes, actividades rutinarias y capacidades para resolver problemas y tomar decisiones, rompe con la tradición y construye la nueva forma de interpretar las interacciones. Decía que la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posible técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera.
Escuela Austriaca	Para Ludwig Von Mises e Israel Kirzner de la escuela austriaca, el emprendedor es aquel que descubre en el mundo una oportunidad que otros aún no han visto, conoce las imperfecciones del mercado y esa alerta a los cambios para sacar ventaja, especula sobre la incertidumbre, es audaz. Para Hayek el emprendedor está listo para la sorpresa, genera acciones especulativas donde hay oportunidades de obtener beneficios. (Castillo, Kirzner, 1999,1997)

Otras Escuelas y Autores	Para la escuela de procesos el emprendedor impulsa oportunidades para explotarlas mediante una organización sin inquietarse por los recursos que haya o no en el momento (Nueno 2009). Para la escuela psicológica y comportamental el emprendimiento se basa en actividades puestas en marcha con el fin de crear una organización, el emprendedor toma riesgos y quiere tener el control de su destino, cree que la innovación es posible (Gartner,1985, Rodríguez, C. y Jiménez, M. F. 2005). Así mismo, también autores se aproximan al definir el término entrepreneur. Para David McClelland las características del emprendedor son: un tipo especial de comportamiento e interés por ocuparse en actividades que implican emprender por su prestigio y por su riesgo (Nueno, 2009). Peter Drucker plantea una visión idealista sobre el tema, distinguiendo dos conceptos claves, la innovación y el emprendimiento (1989), el entrepreneurship es una práctica y un comportamiento, el cual existe una estrecha relación entre espíritu emprendedor y la educación. Aclara la confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento; y así mismo, quien lo lleva a cabo es un emprendedor. Teniendo en cuenta que el concepto de innovación no consigue estar sustentado sin el emprendimiento (1999).
--	--

Fuente: Elaboración propia.

2.1.2 La mujer y el emprendimiento

Para iniciar a definir las teorías de género más relevantes para las mujeres, es importante que se pueda revisar la historia por la cual estas han sido relevadas a la esfera más baja de la sociedad por debajo de la figura del hombre. Según Engels (1884) en su libro de “Origen de la familia y propiedad privada”, recalca que las

comunidades primitivas se asociaban a través de un “comunismo primitivo”, en el cual todo era colectivo y la figura de la mujer tenía una gran posición en la comunidad, siendo la mujer la dadora de vida y la que traía la vida a los hijos que conforman la comunidad, además las relaciones entre la comunidad no eran monogámicas.

Sin embargo, lo que asegura F. Engels (1884) es que cuando llega la alfarería y la agricultura, el fenómeno de la propiedad privada llegó a la comunidad, las relaciones sociales se tornaron monogámicas y el cuerpo de la mujer pasó a hacer de su propia propiedad a hacer de su marido y de sus hijos, principalmente del primero. Los padres hombres en su afán de dejar herencia a sus hijos, debían asegurarse de que, si fueran de su sangre y esto se solventó monogamizando las relaciones de la mujer, así asegurando que estos serían hijos propios. Allí fue, donde la mujer pasó de tener una figura relevante en la comunidad (esfera pública) al hogar o a las tareas del cuidado (esfera privada), ya que esto garantiza una propiedad única de su familia y compañero.

Para Silvia Federici (2004) en su libro “El Calibán y la bruja” explica como las causas profundas de la cacería de brujas que se presentó en los siglos XVI Y XVII, ya que en realidad estaba orientada en dos vías, una como “utilidad de la pobreza” para reprender y corregir al proletariado e incentivar la necesidad de trabajar y esto se vio reflejado en los altos precios y bajos salarios. La segunda, era la necesidad de que no redujera la población sino por el contrario incentivar la natalidad para tener mayor oferta de mano de obra. Sin embargo, esta última se vio afectado por la miseria que se estaba viviendo en esos momentos, por lo cual era muy comunes los infanticidios y los abortos con plantas hasta llegar a la infertilidad, aspectos que se reprendía de forma muy severa a las mujeres haciéndolas pasar por brujas.

Además, según Engels comparaba a las mujeres con los esclavos, ya que argumentaba que tenían en común su trabajo en la esfera de lo privado. La mujer era el “proletariado del proletariado”, es decir, el marido le servía el burgués en la esfera pública, y la mujer le servía a ese marido en la esfera privada. Para Federicci, la mujer no solo servía para las tareas básicas del hogar, sino también para un apoyo emocional y sexual para el hombre.

El capitalismo se ha construido según Marx “chorrean sangre y lodo por todos los poros, de la cabeza hasta los pies”, esto es una frase célebre y muy acorde para lo que han vivido las mujeres, con el objetivo de conservar ese capitalismo y esa propiedad privada que se ve de primera mano en la limitaciones que se le ha impuesto al sexo femenino por su capacidad de procreación y dar a luz a la nueva mano de obra, es por esto, que han sido relegadas totalmente a esa esfera privada de la familia y las tareas del cuidado, con la intención de conservar y asegurar ese linaje y esa herencia.

Ahora bien, después de estos dos hitos importantes como lo son: el inicio de la propiedad privada y la privatización del cuerpo de la mujer, y la cacería de brujas como

“apuesta divina” a la masacre a todas las mujeres autónomas que decidían sobre su cuerpo, se empieza a dibujar a través de estas apuestas coercitivas unos lineamientos culturales y sociológicos de los comportamientos de la sociedad, asignando tareas específicas a los hombres y a las mujeres como una apuesta colectiva.

Silvia Federici (2018) en su libro “El patriarcado del salario”, argumenta cómo la sociedad cree que las amas de casa, las mujeres no sufren el capital, sino que sufren por la ausencia del mismo. Sin embargo, ella hace una crítica profunda al contradecir que estas tareas sí generan valor en el sistema capitalista, y ese valor es el tiempo. Elemento por el cual los maridos tienen la capacidad para dedicar más tiempo a la producción de bienes y servicios. Los economistas clásicos no lo ven así, es por esto por lo que las tareas del hogar han sido históricamente infravaloradas, ya que se reconoce el salario como la línea divisoria que define qué es el trabajo y que no, por lo cual estas tareas no son consideradas ni trabajo, ni son remuneradas.

Ahora bien, las mujeres han estado inmiscuidas en los trabajos de las fábricas en menor proporción que la participación de los hombres, pero sí han estado, y esto se daba porque las mujeres se veían obligadas a trabajar por la miseria en la que vivían. Sin embargo, sucedía dos aspectos que resalta algunas autoras como lo es Federici, esto son: uno, las mujeres laboraban las mismas tareas de los hombres, pero se les pagaban menos para desincentivar su propio trabajo en la fábrica, ya que se suponía culturalmente que su lugar era al cuidado de la familia, y su estatus era inferior que el del hombre. Dos, el salario que devengaba como remuneración de su trabajo lo recibía su marido, y era él quien disponía en administrarlo.

Jiménez Sureda (2009) analiza las diversas esferas laborales en que las mujeres occidentales han estado presentes, los hitos y los mitos asociados a las mismas, los enfoques historiográficos pasados y presentes y cómo esas esferas evolucionaron a lo largo de la historia. En la cual, logra concluir como las mujeres en la actualidad han logrado entrar el mercado laboral, pero con dificultades y limitaciones, como son:

- Los llamados “Techos de cristal” que son la discriminación salarial por el hecho de ser mujeres, a pesar de que realice las mismas labores que un hombre.
- Doble trabajo, ya que a pesar de que las mujeres ingresan al mercado laboral deben seguir cumpliendo con las tareas del hogar o la maternidad, como labores exclusivas para ellas. Así que, se le duplica el trabajo.
- Sexualización en el cuerpo de las mujeres, eso explica los casos de acoso laboral, entre otros casos.
- Que haya cargos feminizados, en el cual se asigna culturalmente al perfil de la figura del sexo femenino.
- En la actualidad, aún es muy común ver los casos de altos cargos de poder, en los cuales el mayor porcentaje de participación o de ocupación de estos, están a cargo de los hombres.
- Dentro de la cotidianidad laboral, también se encuentran escenarios de micromachismos hacia la mujer, como, por ejemplo: reconocer una opinión más

importante que la otra o asignación de tareas por el hecho de su condición sexual, entre otros casos.

En relación con el emprendimiento y la mujer, este primero se enmarca bajo una esfera pública que, para algunos autores, como Mesa Escobar, J. E. (2014), está esfera es un hecho central de toda sociedad, e implica una activa interacción dentro de la sociedad civil, y a su vez interactúa entre lo público y lo privado a través de la opinión de sus ciudadanos. Según, el autor la política es el claro ejemplo de un escenario de la esfera pública, sin embargo, no desconoce que hay otros aspectos que juegan dentro de esa misma dinámica, como lo son los negocios. Es allí, el desafío de la mujer en participar en una actividad que no sea la esfera privada, sino por el contrario es tan retante a su condición histórica.

Para Castrillón G. M. y Ricaurte J. C. (2008), la mujer colombiana emprendedora es algo optimista, pero temerosa para tomar riesgos. Sin embargo, reconocen como sus factores socioeconómicos implican positivamente para que emprendan, dentro de los aspectos que reconocen como relevantes, son: su nivel de ingresos, nivel educativo y experiencia laboral. Estos autores también reconocen que las mujeres a corta edad emprenden en el país más por necesidad que por oportunidad.

Actualmente, las mujeres emprendedoras no tienen un nivel alto en innovación e implementación de tecnología en sus negocios, lo cual implica negativamente en su rentabilidad y estabilidad en el mercado, ya que su valor agregado a comparación a su competencia es muy similar o incluso no existe. También, para Castrillon. G & Ricaurte J.C, aseguran que los emprendimientos de mujeres contemplan un campo de acción muy limitado a nivel regional, local o nacional, y son pocos los casos que tienen perspectiva internacional. Además, de que sus productos son poco innovadores internacionalmente.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Según el Congreso de la República de Colombia en la Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento, plantea algunas definiciones importantes sobre términos claves como emprendimiento, emprendedor, empresarialidad y formación para el empoderamiento. En el caso de la definición del **emprendimiento** es:

“Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Congreso de la República de Colombia, 2006, párrafo 3).

Según esta definición el emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar orientada a la creación de riqueza, con una planificación previa encaminada por un liderazgo equilibrado y con un nivel de riesgo, que se espera que sea calculado y previsto en diferentes escenarios como respuesta del mercado al ser un servicio o bien innovador o nuevo en el mercado (Ley 1014, 2006).

En el caso de la definición de **emprendedor** por la misma Ley, asume que el emprendedor es “una persona con capacidad de innovar, entendida esta como una capacidad esencial para la creación de bienes y servicios” de diferentes formas para que pueda ser rentable en la introducción en el mercado (Ley 1014, 2006, párrafo 2).

A pesar de la cantidad de definiciones del emprendimiento y el emprendedor, se ha decidido basar la definición que aporta la GEM sobre este concepto para abordar de una buena medida el trabajo, teniendo en cuenta que este concepto brinda una clasificación cualitativa y cuantitativa que nos permite medir el tipo de emprendedor dependiendo con el factor tiempo.

La GEM denota cinco tipologías de su ciclo de emprendimiento. La primera es el emprendedor potencial, el cual corresponde a personas que tienen las capacidades y cualidades para emprender, pero que en ese momento no está emprendiendo. El segundo es el emprendedor intencional, que son las personas que tienen la intención de emprender durante los tres años siguientes. El tercero es el emprendedor naciente, los cuales son personas que tienen actividades comerciales con una duración de hasta 3 meses. El cuarto es el empresario naciente, el cual tiene un emprendimiento con una duración de 3 hasta 42 meses. Por último, el quinto es el empresario establecido, que son aquellas personas que tienen una actividad comercial que perduran más de 42 meses. La GEM mide la TEA con los emprendedores nacientes y nuevos empresarios (GEM, 2012).

Así mismo, también GEM asocia un perfil de este emprendedor a unas características puntuales, las cuales son: reciben información o experiencia de una persona cercana frente al tema del emprendimiento, participan en redes de emprendimiento, son innovadores, atentos a las oportunidades, tomadores de riesgos y consideran que la creación de empresas es la “carrera” ideal (Herrera, C. E & Montoya, L.A, 2012).

De la misma ley 1014 de 2006, se define términos como **empresarialidad**, el cual es considerado como el “despliegue de la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;” (Ley 1014, 2006, párrafo 4).

Así mismo, para conceptos como **formación de emprendimientos**, los cuales tienen el propósito de buscar el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que

buscan la formación dentro del sistema educativo articulado con el sector productivo (Ley 1014, 2006).

También de la misma ley, se definen los planes de negocios como “un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.” (Ley 1014, 2006, párrafo 6).

2.3 MARCO LEGAL

En Colombia el Estado y el Congreso de la República emiten leyes y normativas que buscan favorecer la libertad del desarrollo económico y social de las personas que deciden emprender y crear negocio. Para hacer comprender un poco la anterior premisa, se abordarán distintas leyes, sentencias, y normativas legales en general que benefician a los emprendedores, apoyando y protegiendo a las mujeres.

- Constitución Política de Colombia de 1991: Se inicia con la ley de leyes colombiana en la cual en el artículo 38 nos habla de las garantías que tiene cada ciudadano para “la libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad” (Constitución política de Colombia, 1991, artículo 38).

En la misma constitución está el artículo 333, el cual se refiere que “toda actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.” (Constitución política de Colombia, 1991, artículo 333).

- La Ley 789 de 2002, la cual dictamina las “normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.” (Ley 789, 2002, párrafo 3).

También, en esta norma se reglamenta la creación de Fondo emprender, una entidad bastante importante para la investigación, en términos de un proyecto que aporta capital semilla a las emprendedoras mujeres, entre otros.

- ARTÍCULO 40. Fondo Emprender. Créase el Fondo Emprender, FE, como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, el cual será administrado por esta entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su

formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que para los efectos legales, sean reconocidas por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen. (Ley 799, 2002, artículo 40).

- Decreto 934 de 2003: Reglamenta el Fondo emprender (FE) creado en la Ley 789 de 2002 en el artículo 40 (Decreto 934, 2003).

- Ley 905 de 2004: Modifica la Ley 590 de 2000. Tiene como propósito estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MiPymes (Ley 905, 2004, párrafo 1).

- Ley 1014 de 2006: Esta ley es muy importante para el ejercicio investigativo que se lleva a cabo, ya que esta ley es considerada la ley del emprendimiento en Colombia, y uno de sus objetivos es “disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;” (Ley 1014, 2006, artículo 2 numeral b). Esta Ley tiene dos sentencias de relevante información a tener en cuenta, encaminadas al propósito de esta normativa, las cuales son: Sentencia C-392 de 2007 y Sentencia C-448 del 3 de 2005.

- Ley 2069 de 2020: Esta ley modifica la ley 1014 de 2006. Dentro de sus modificaciones relevantes se puede encontrar en el artículo 57, la siguiente información:

“Las Redes Regionales para el Emprendimiento se integrarán al Sistema Nacional de Competitividad e Innovación - SNCI a través de las Comisiones Regionales de Competitividad e Innovación y su objeto será el de articular las políticas, planes, proyectos y programas de emprendimiento con las necesidades propias de cada renglón.” (Ley 1014, 2006, capítulo II)

En este artículo se reglamenta la instancia SNCI que estará encargada a nivel nacional articular toda la normativa de emprendimiento, con las comisiones regionales de competitividad e innovación de cada regional del país.

- Ley 29 1990: Con esta ley se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo. Además, esta ley dictamina las “disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias” que favorece la innovación empresarial un componente estratégico para el éxito de los emprendimientos en el país (Ley 29, 1990, párrafo 1).

- Ley 344 de 1996: Ley que se encarga en la racionalización de gasto público, se puede resaltar el artículo 16, el cual habla de “desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo. El SENA ejecutará directamente estos programas a través de sus centros de formación profesional o podrá realizar

convenios en aquellos casos en que se requiera la participación de otras entidades”. (Ley 344, 1996, artículo 16).

- Ley 1009 de 2006: Esta Ley también resulta muy clave para la investigación, ya que con esta normativa se crea el observatorio de los asuntos de género (OAG), el cual tiene el siguiente propósito:

El OAG tiene por objeto identificar y seleccionar un sistema de indicadores de género, categorías de análisis y mecanismos de seguimiento para hacer reflexiones críticas sobre las políticas, los planes, los programas, las normas, la jurisprudencia para el mejoramiento de la situación de las mujeres y de la equidad de género en Colombia. (Ley 1009, 2006, párrafo 2).

- Ley 823 de 2003: Así como el carácter de la ley anterior, esta tiene como objetivo generar un marco institucional que prepondera la igualdad de la mujer. En su artículo 4, tiene como propósito “establecer el marco institucional y orientar las políticas y acciones por parte del Gobierno para garantizar la equidad y la igualdad de oportunidades de las mujeres, en los ámbitos público y privado.” (Ley 823, 2003, artículo 4).

- CONPES 4011 de 2020: Este CONPES 4011 (2020) tiene como objetivo generar condiciones habilitantes en el ecosistema emprendedor para la creación, sostenibilidad y crecimiento de emprendimientos que contribuyan a la generación de ingresos, riqueza y aumentos en la productividad e internacionalización de las empresas del país (CONPES 4011, 2020, p.55).

3. METODOLOGÍA

3.1 BÚSQUEDA INVESTIGATIVA SOBRE EL EMPRENDIMIENTO

El término emprendimiento posee diversos conceptos, sin embargo, aún no logra consolidarse en una sola definición, ya que varios autores en el transcurso de la historia han aportado numerosos elementos de gran importancia, y no se ha unificado a una sola concepción del término.

Según Moncayo (2008) y Matiz (2009), el emprendimiento es un área del conocimiento reciente en el panorama de la investigación a nivel global, es relevante dar una mirada hacia esta área y hacia las personas que tienen actitud emprendedora, dado que generan nuevos negocios y crecimientos empresariales que repercuten en la economía y la sociedad. El emprendimiento puede abordarse desde distintas áreas y teorías, puede ser visto desde la psicología social, desde lo económico, lo geográfico, lo institucional, entre otros. Las investigaciones en emprendimiento adoptan teorías de otras disciplinas para diversos fenómenos del emprendimiento (Shane, S. y Venkataraman, S. 2000).

Con base a lo anterior se decidió realizar una consulta en la base de datos Scopus con el término “entrepreneurship” para ver el panorama investigativo en este tema, la consulta arrojó como resultado lo siguiente: se encontraron 15.991 artículos desde el año 2017 hasta octubre de 2021 sobre el tema; el año con más publicaciones fue el 2020 con 3886 artículos. Los 5 países con más publicaciones son: Estados Unidos (2.976), Reino Unido (1.739), China (1.112), España (1.047), y Alemania (842), y por su parte Colombia está en el puesto #22 con 236 publicaciones. Los idiomas en que más se publican son: Inglés (15.216), español (412), ruso (132) y portugués (109). Los autores más citados son : Ratten, V.(Vanessa Ratten,Universidad de Queensland) (110), Dana, L.P. (Leo Paul Dana, profesor de Entrepreneurship) (72) , Audretsch, D.B. (David B. Audretsch, Economista) (58); y las áreas que más publican son :Negocios, Gestión y Contabilidad (13,123) ,Ciencias Sociales (8,352) , Economía, Econometría y Finanzas (6,838) , e Ingeniería (2,704).

Se buscó también “entrepreneurship and women” desde el año 2017 hasta octubre de 2021 y se encontraron 3,588 documentos como resultado, los idiomas en que más se publican son: inglés (3,535) ,español (45), y francés (4), los países que más han publicado son: Estados Unidos (736), Reino Unido (565), India (251), Alemania (218), España (197), y por su parte Colombia está en el puesto #29 con 43 publicaciones. Los autores más citados son: Ratten, V. (Vanessa Ratten, Universidad de Queensland) (46), Dana, L.P. (Leo Paul Dana, profesor de Entrepreneurship) (29), Ramadani, V. (Veland Ramadani South East European University) (23), Welter, F (Friederike Welter) (23).

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio se realiza mediante una investigación de tipo descriptiva y cualitativa en la que se elaboran descripciones claras de los datos obtenidos sobre los estudios realizados por la GEM en Colombia y en Cali, y busca también comprender los emprendimientos de las estudiantes de la Universidad del Valle de pregrado desde su perspectiva en relación con su contexto, con el fin de conocer sus desafíos, sus retos, sus facilidades y caracterizarlas de algún modo con base a su actividad emprendedora.

El método descriptivo permite almacenar e interpretar la información obtenida en lo referente a la formalidad, así como diversas situaciones que describen la TEA en Colombia, distinguiendo entre hombres y mujeres y la brecha existente entre ellos. Además, el método cualitativo para recoger y evaluar datos no estandarizados pretende obtener una comprensión más profunda de los criterios de decisión y motivación de las estudiantes de la Universidad del Valle en rol como emprendedoras.

3.3 MUESTRA O POBLACIÓN A ENCUESTAR

La muestra o población a encuestar y entrevistar se enfoca en estudiantes de pregrado mujeres de la Universidad del Valle entre los 18 y los 44 años de edad. La naturaleza de la información que se busca es la complejidad del detalle de la experiencia que vivió y/o vive cada una de las mujeres en su ejercicio de emprender en la ciudad de Cali, principalmente en la Universidad del Valle, y así tener información sobre las razones por las que emprenden, sus principales barreras y cuáles son los elementos importantes alrededor de ese ejercicio que facilitan el éxito.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

Los medios a través de los cuales se recogerán los datos serán una entrevista personal semiestructurada, con preguntas iniciales de orden cerradas dicotómicas de carácter sociodemográficas, y un guión con algunas preguntas base que tienen como objetivo guiar la discusión a los temas que se quieren abordar con las entrevistadas (Ver Anexos).

El proceso que se realizará para hacer la entrevista, es el siguiente:

- Fase 1. Preparación de la entrevista con la mujer que se va a entrevistar.
- Fase 2. Realización de la entrevista con el guión de entrevista definido.
- Fase 3. Finalización de la entrevista y agradecimiento a la mujer entrevistada por su participación.

Al finalizar el proceso de encuestas y entrevistas con la muestra correspondiente, se hará el proceso de transcripción y sistematización, el cual permitirá tener datos compilados y brindar información como aporte a la investigación y al desarrollo del análisis requerido.

3.4.1 Fuentes primarias

En el caso de las fuentes primarias se utilizarán dos instrumentos, estos son una encuesta y una entrevista semiestructurada, que serán aplicados en la Universidad del Valle a la población objeto de estudio.

1. Encuestas a mujeres emprendedoras estudiantes de la Universidad del Valle, principalmente de programas de pregrado entre los 18 y 44 años; según datos del registro académico y recursos humanos de la Universidad del Valle (2017) a la fecha, hay 18.105 estudiantes de pregrado, de los cuales el 47% son mujeres con 8.556 estudiantes y los hombres con el 53% con 9.549 estudiantes, lo que da como resultado la necesidad de tener una muestra de mínimo 368 mujeres a encuestar con un nivel de confianza del 95% y con un 5% de margen de error.
2. Entrevistas semi estructuradas aplicadas de forma directa-personal (cara a cara) con las entrevistadas, debido a la pandemia COVID 19 las entrevistas se realizaron con apoyo de tecnologías TIC'S, a través de una muestra a conveniencia no probabilística de mujeres de la ciudad de Cali emprendedoras, estudiantes de la Universidad del Valle, con edades entre los 18 y los 44 años (Ver Anexos).

3.4.2 Fuentes secundarias

En cuanto a las fuentes secundarias, implican una revisión bibliográfica, pertinente utilizada para fundamentar algunos aspectos importantes del documento, como los aportes principalmente de las definiciones y teorías sobre el emprendimiento, investigaciones de GEM realizadas en Colombia, aportes gubernamentales en cuanto a legislación y políticas, así mismo se han revisado los planteamientos de otros autores.

4. CONTEXTO EN EL QUE SE ENMARCA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

4.1 Contextualización de Colombia frente a los factores de éxito del emprendimiento

Para entender un poco el panorama del emprendimiento en Colombia se explican algunos conceptos los cuales se usarán como base para el análisis.

El GEM (Global Entrepreneurship Monitor) es un proyecto de investigación internacional que monitorea la actividad de creación de empresas en los países que participan en él), actualmente colaboran 69 países alrededor del mundo, los cuales son categorizados en tres grupos, estos son:

- Economías impulsadas por los factores (EIF), cuya principal fuente de ingresos y riqueza corresponde a los procesos de extracción de las materias primas.
- Economías impulsadas por la eficiencia (EIE), en las cuales el principal factor de generación de riqueza es la intensidad de la producción, basada en el logro de economías de escala. Es donde según GEM (2020), se ubica Colombia.
- Economías impulsadas por la innovación (EII), en las que el principal factor de generación de riqueza es la producción de bienes y servicios innovadores.

Además, GEM emplea 2 tipologías para los emprendedores con base a la Nueva Actividad Empresarial (TEA): emprendedores potenciales y empresarios nacientes. Según la GEM (2010) el emprendedor promedio se caracteriza por ser hombres jóvenes de 25 a 34 años, con educación secundaria completa, de ingresos bajos; con participación en redes de emprendimiento; son innovadores, y atentos a las oportunidades.

El objetivo de GEM es poder abordar y medir algunos indicadores que permitan evaluar la actividad emprendedora en los diferentes países, que permita hacer comparaciones año a año con otros países. La investigación que realiza GEM involucra diferentes tipos de colección de datos. Realiza encuestas a población adulta entre 18 y 64 años de edad (Adult Populations Survey – APS), para crear dos índices de vital importancia para el tema de emprendimiento en el mundo, como lo son: la actividad total emprendedora (TEA), este permite conocer el número de personas activas en el proceso de creación de empresas; y el índice que mide la actividad de las empresas establecidas (FEA). La estandarización de estas encuestas brinda la base para las comparaciones armonizadas a nivel mundial.

Según la GEM (2011), hay varias etapas de emprendimiento. Sin embargo, la TEA solo contempla al emprendedor naciente y al nuevo empresario. Estos son:

a) Emprendedor potencial, que es una persona que tiene los conocimientos y habilidades para emprender.

- b) Emprendedor intencional, el cual tiene la intención de emprender dentro de los tres años futuros.
- c) Emprendedor naciente, el cual tiene una actividad comercial con máximo tres meses de duración.
- d) Empresario nuevo, el cual tiene una actividad comercial con una duración de 3 a 42 meses.
- e) Empresario establecido, el cual tiene una actividad comercial con una duración mínima de 42 a más número de meses.

La GEM también realiza una encuesta llamada “Encuesta nacional de expertos” (NES) a diferentes expertos con experiencia empresarial y/o académica a nivel nacional con una muestra mínima de 36 personas, con el objetivo de evaluar las nueve condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial, que según la GEM (2020), son necesarias para el debido desarrollo de un adecuado entorno para emprender. Esta evaluación se realiza a través de una escala Likert de 10 puntos.

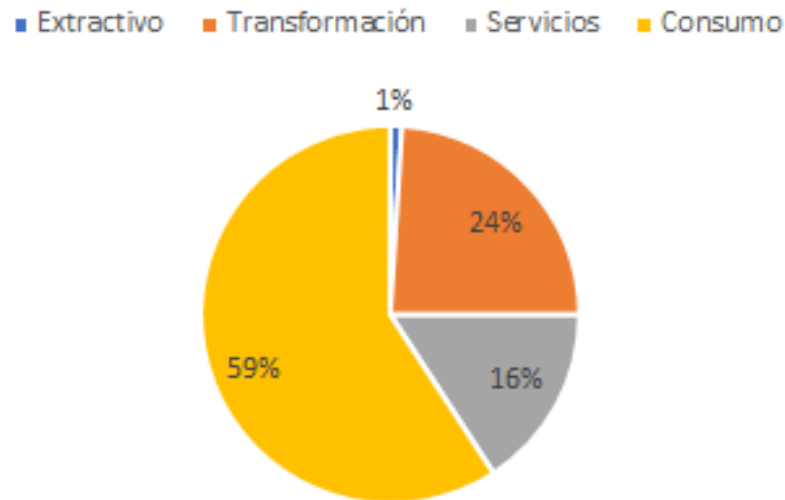
Adicionalmente, la GEM tiene en cuenta datos sobre características de cada país para la elaboración de diferentes boletines de cada lugar, que incluye también la participación de organizaciones internacionales de investigación, tales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional, las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo, entre otros.

4.2 Condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial en Colombia

Como un ejercicio metodológico se analizarán las condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial en Colombia con base a la “Encuesta nacional de expertos” (NES) que realiza la GEM (apoyo financiero, políticas y programas gubernamentales, educación emprendedora, transferencia en I+D, infraestructura comercial, dinámica del mercado interno, acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales), y algunas apreciaciones que hay sobre esto.

Para la evaluación de esta encuesta se evaluó a través de una escala Likert de 10 puntos, en la cual: 1 significa que el enunciado es completamente falso y 10 significa que el enunciado es completamente verdadero.

Figura 6. Sectores económicos de emprendimiento en Colombia



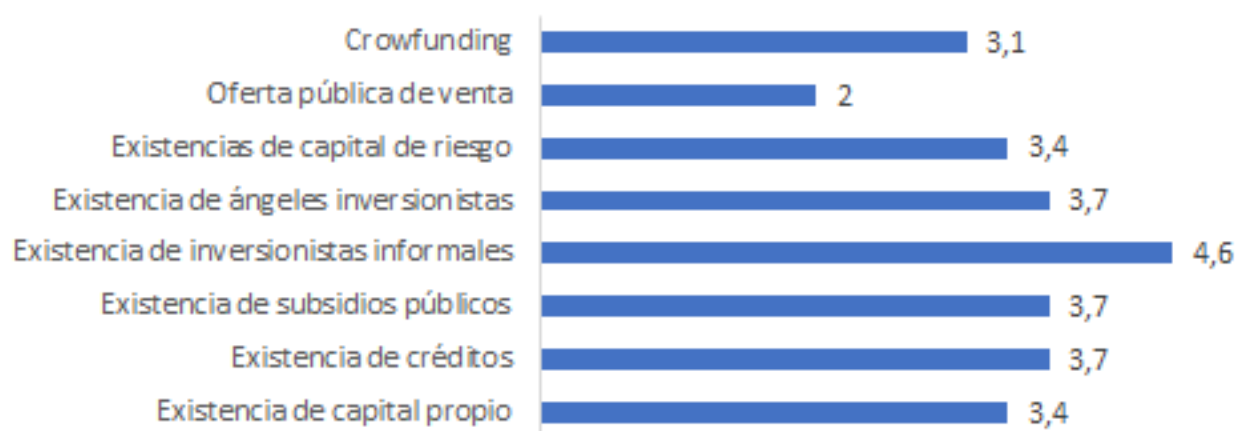
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

Se observan los sectores económicos de emprendimiento en Colombia para el 2020, el sector más grande es el de consumo que abarca un 59%, seguido de la transformación con 24%, servicios con un 16% y mínimamente el extractivo con un 1%.

4.2.1 Apoyo financiero

Respecto al tema financiero en Colombia se puede señalar que se requieren políticas públicas que regulen tasas de interés y a la banca en general para que puedan acceder de mejor manera los emprendedores a créditos financieros. Ahora bien, en Colombia se requiere inversión a través de capitales semillas y de riesgo para brindarle a los emprendedores las herramientas y las oportunidades para financiar sus ideas de negocio.

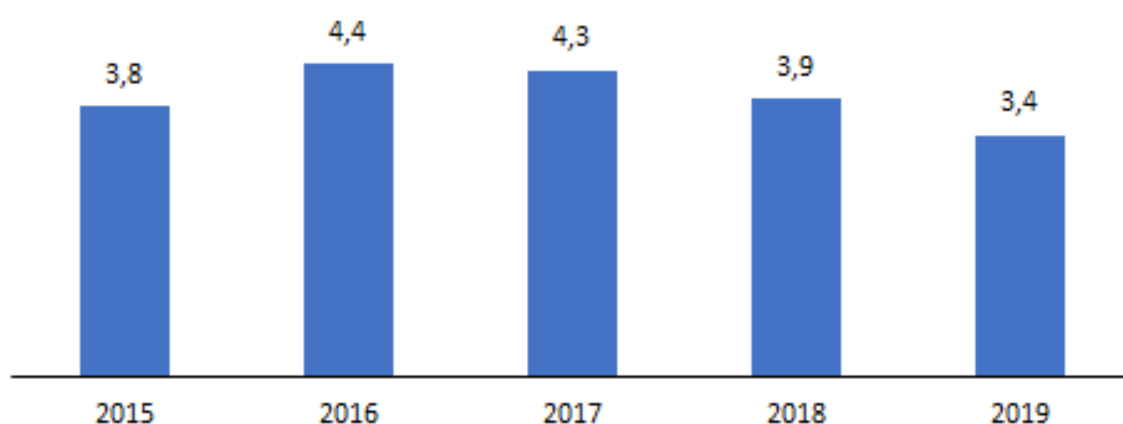
Figura 7. Evaluación de los componentes del apoyo financiero emprendedores en Colombia 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

Dentro de la evaluación de los componentes de apoyo financiero para emprendedores en Colombia (2019) que se presenta en la figura 7, se puede denotar que la puntuación más baja es la de la oferta pública de venta con un puntaje promedio de 2,0 y el mejor calificado fue el de inversionistas informales con un puntaje de 4,6.

Figura 8. Evaluación del apoyo financiero emprendimiento en Colombia del 2015 al 2019



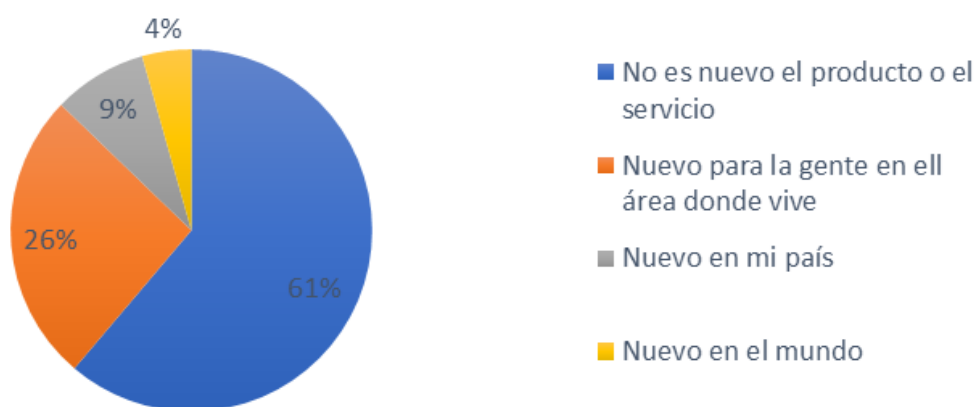
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

Así mismo, para la evaluación del apoyo financiero en los emprendimientos en Colombia del 2015 al 2019 presentado en la figura 8, se puede notar que el año 2019 recibió el puntaje más bajo con un 3,4, mientras que el 2016 fue el mejor calificado con un 4,4.

4.2.2 Transformación en I+D

En relación al tema de innovación, es un término que se asocia directamente con el emprendimiento, por esto es tan importante que se desarrolle de la mejor manera este campo para así incentivar distintos emprendimientos en el país. Sin embargo, lo que muestran las cifras de la GEM (2012), es que la innovación es muy baja tanto en los nuevos emprendimientos como en los nuevos empresarios, ya que se compite en mercados con productos y servicios muy similares. Para la GEM (2008), este tipo de políticas que incentive la innovación se pueden desarrollar en una triple hélice, entre las universidades, el gobierno y la empresa privada.

Figura 9. Innovación del producto respecto a la competencia en los emprendimientos de Colombia 2020



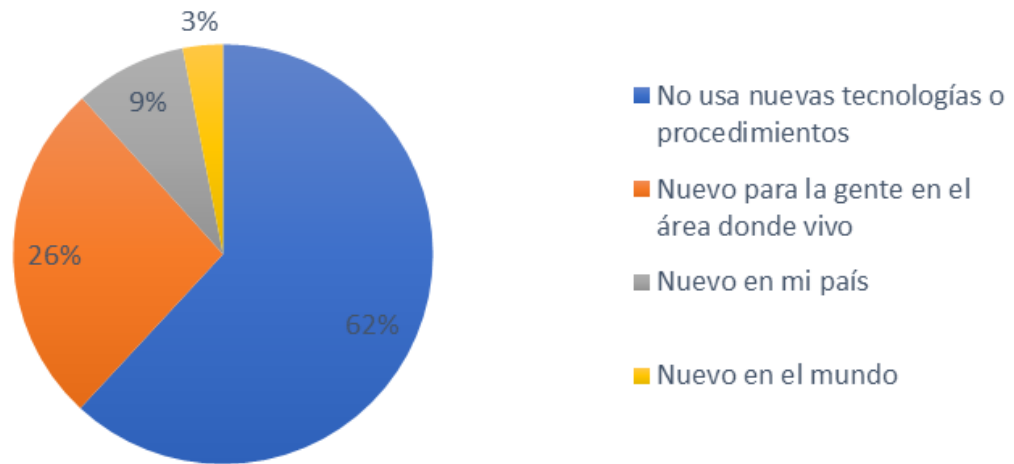
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2020.

En la figura 9 se pueden observar los resultados de las encuestas realizadas a los emprendedores y nuevos empresarios colombianos por la GEM (2020), mostró que el 61% de lo que se vende en Colombia no es un producto o servicio nuevo, y solo el 4% es un producto nuevo en el mundo, esto es un reflejo claro del bajo nivel de innovación en productos o servicios que se comercializa en el mercado, siendo un panorama bastante competitivo y salvaje en termino de nuevos emprendedores.

4.2.3 Tecnología

El nivel de tecnología en Colombia es supremamente bajo y obsoleto, según la GEM (2013) en el país se utiliza tecnología que está obsoleta desde hace aproximadamente cinco años en comparación a países desarrollados. Así mismo, en la aplicación de modelos de negocios de los emprendimientos en el país, el porcentaje de utilización de tecnologías es muy precario.

Figura 10. Nivel de tecnología en los emprendimientos de Colombia 2020



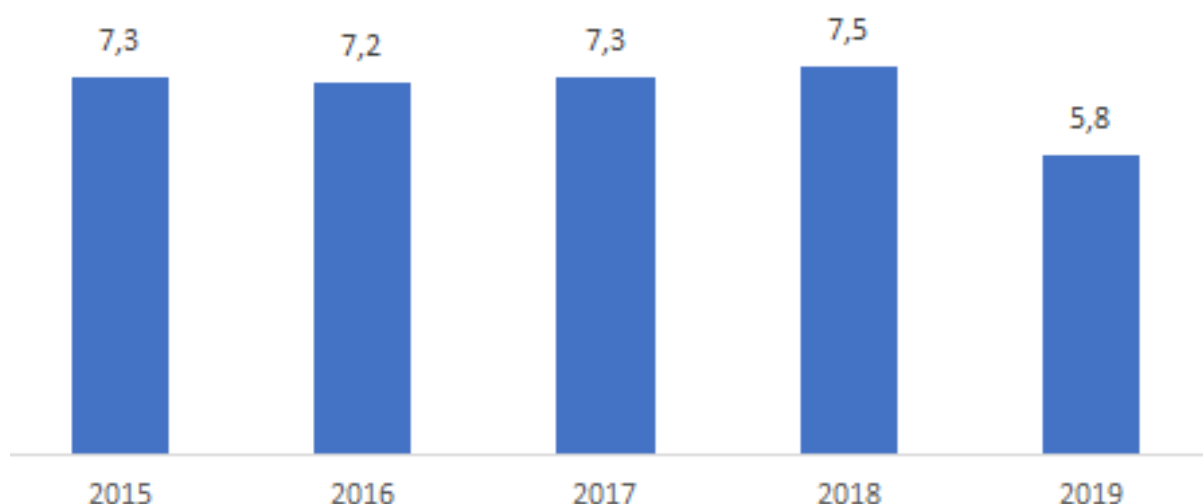
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2020.

En la figura 10 con datos primarios de la GEM (2020), se puede observar que el 62% de los emprendimientos y empresas no utilizan nuevas tecnologías o procedimientos y sólo el 3% utilizan tecnología nueva en el mundo.

4.2.4 Infraestructura para la competitividad y desarrollo económico

La infraestructura para la competitividad y el desarrollo económico de un país se compone de vías, puentes, aeropuertos, puertos, entre otras obras grandes que puedan beneficiar la logística y comercializar los productos, para así generar competitividad nacional e internacional.

Figura 11. Evaluación de la infraestructura física y de servicios en Colombia del 2015 al 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

Así mismo, para la evaluación de la infraestructura física y de servicios de Colombia del 2015 al 2019 presentado a partir de datos de la GEM, en la figura 11 se puede notar que el 2019 fue el año que recibió el puntaje más bajo con un 5,8 mientras que el 2018 fue el mejor calificado con un 7,5.

Figura 12. Evaluación de los componentes de la infraestructura física y de servicios en Colombia 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2020.

Dentro de los componentes que evalúa la GEM para la infraestructura física y de servicios en Colombia se encuentran: acceso rápido a servicios básicos, la posibilidad para costear los servicios básicos, acceso rápido a telecomunicaciones, posibilidad para costear las telecomunicaciones y apoyo de la infraestructura. En la figura 12, el componente con el puntaje más alto fue el de acceso rápido a telecomunicaciones

con 8,5, mientras que el apoyo a infraestructura física tiene el menor puntaje, que es de 3,8.

A continuación, se detallan distintos aspectos que componen la infraestructura física de Colombia, que permiten el buen desarrollo de la movilidad de bienes al interior del país y que incentiva a la economía nacional. Estos son:

- Vías y puentes: Las vías en Colombia se componen de tres elementos, la red Primaria (Grandes Autopistas, a cargo de la nación), red secundaria (a cargo de departamentos) y red terciaria (compuesta por carreteras o caminos Interveredales, a cargo de los municipios). Según The Logistics Capacity Assessment (2017), Colombia cuenta con una red de carreteras de 206.102 km, de los cuales el 6.9% corresponden a la red primaria, el 21% que corresponden a la red secundaria y el 69.46% a la red terciaria.

Según Portafolio (2019), el Banco Interamericano de Desarrollo -BID (2019), Colombia requiere 45.000 kilómetros de vías adicionales para aumentar su productividad y tener un crecimiento económico sostenido para brindarle las óptimas condiciones a los empresarios y emprendedores en el ejercicio de comercialización. Además, señala que la brecha en cuanto a dotación y calidad de las carreteras es de -52%, en comparación con países de ingreso per cápita similar.

Para el Banco Interamericano de Desarrollo (2018), Colombia recibió un préstamo del BID con el objetivo de realizar los 29 proyectos en concesión llamados de Cuarta Generación (4G), estos están dentro de los proyectos viales más ambiciosos en la historia del país. Según The Logistics Capacity Assessment (s.f), Bajo un costo aproximado de 18.000 millones de dólares en la modalidad de asociación Público Privada, se construirán 8.000 kilómetros, incluyendo 1.370 km de doble calzadas, y 160 túneles, en más de 40 nuevas concesiones, mejorando así aspectos que se consideran relevantes como de tiempos de viaje, beneficios de tipo social y económico, beneficios para el productor, en seguridad vial, conectividad, mantenimiento del tramo de concesión, en especial, de carga, desde los puntos de manufactura hasta los puertos de exportación y accesibilidad.

- Aeropuertos:

Según el ministerio de transporte (s.f.), Colombia cuenta actualmente con 590 aeropuertos y campos de aterrizaje de los cuales: 74 son de propiedad de Aerocivil, 14 de los Departamentos, 94 Municipales, 9 Militares, 185 Fumigación y 214 Privados.

El consejo nacional de competitividad (2019), considera que el sector de transporte aéreo colombiano en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial 2019, está por debajo de otros países, como Chile, Brasil, México y Panamá. Por lo cual, para mejorar en este índice, se requiere inversión en infraestructura física y tecnológica del aeropuerto, competencia entre proveedores de

los distintos servicios en el aeropuerto y la adecuada intervención del gobierno para regular el poder monopólico que naturalmente tienen los aeropuertos.

- Puertos: Actualmente, Colombia tiene 10 zonas portuarias, de las cuales 8 están en la zona caribe, en los municipios de Cartagena, Santa Marta, Ciénaga, La Guajira, Barranquilla, Urabá, San Andrés y Golfo del Morrosquillo; y dos del pacífico, con Buenaventura y Tumaco.

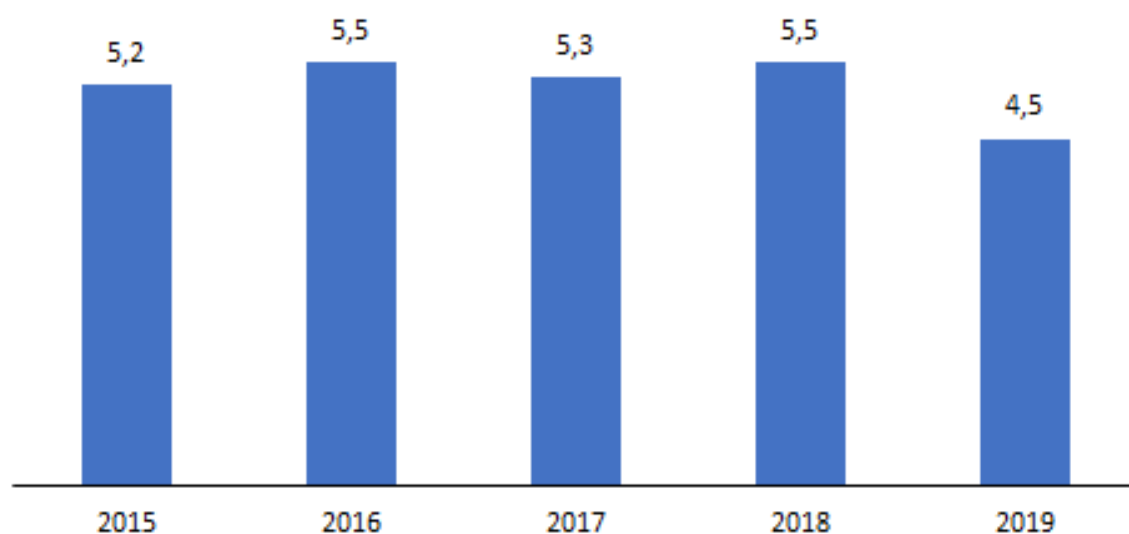
De acuerdo con ProColombia (2015), el 94% del tráfico de las mercancías que pasan por los puertos marítimos corresponden al comercio exterior. Los productos que más se comercializan son hidrocarburos y carbón.

Es así, como para la infraestructura de competitividad y desarrollo económico en Colombia según GEM (2013), tiene unos resultados que son relativamente aceptables. Sin embargo, es conveniente incrementar por un lado los proyectos de instalaciones que permitan realizar incubación, aceleración y capacitaciones a los emprendedores; y por otro lado, también hacer mejoras en toda infraestructura física del país para beneficiar la logística comercial y desarrollo empresarial nacional e internacional, con aeropuertos, puertos, vías, etc.

2.4.2.5 Programas gubernamentales

Para el caso de programas gubernamentales encontramos las capacitaciones y redes para el debido desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos en Colombia.

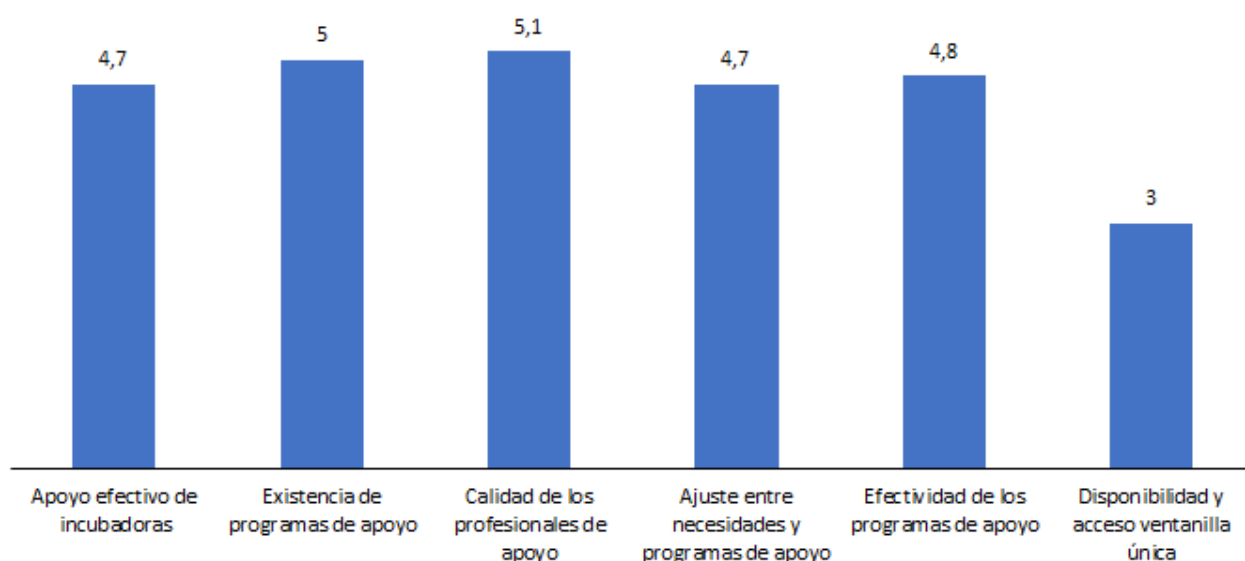
Figura 13. Evaluación de los programas gubernamentales de emprendimiento en Colombia 2015 al 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la figura 13 se puede observar la evaluación de los programas gubernamentales entre los años 2015 hasta el 2019, este último año recibió la menor calificación a comparación de los demás años con un 4,5 y los años mejores calificados son 2016 y 2018 con 5,5.

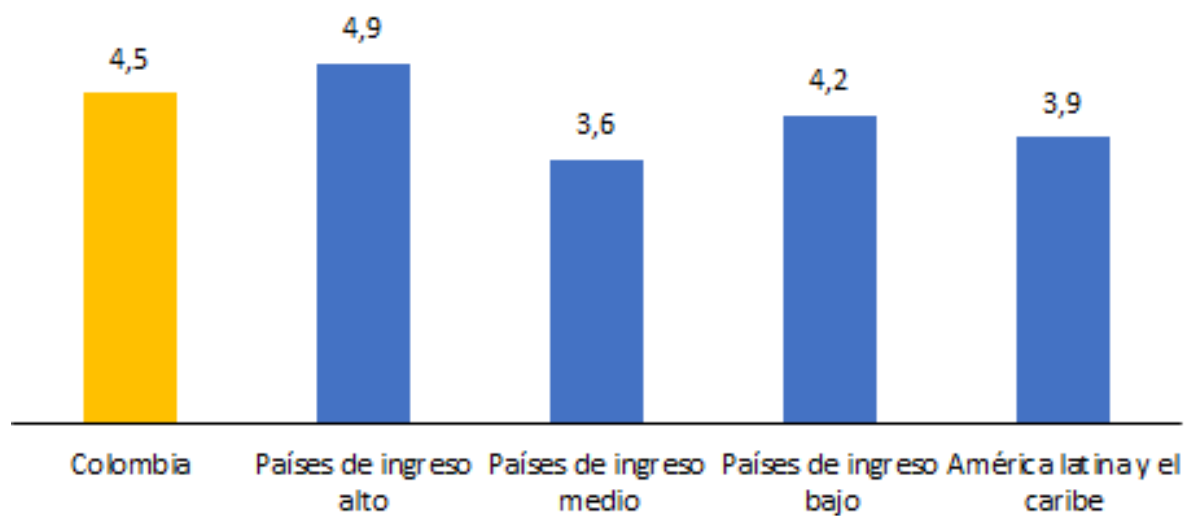
Figura 14. Evaluación de los componentes de los programas gubernamentales 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

Dentro de los ítems que se evaluaron en el tema de programas gubernamentales, están: Apoyo efectivo de incubadoras, existencia de programas de apoyo, calidad de los profesionales de apoyo, ajuste entre necesidades y programas de apoyo, efectividad de los programas de apoyo, y disponibilidad y acceso de ventanilla única para apoyo a emprendimientos. Del cual, este último según la figura 14, fue el que obtuvo el puntaje más bajo en término de comparación con los otros ítems, con una puntuación de 3. El ítem con puntaje más alto fue calidad de los profesionales de los programas de apoyo con 5,1.

Figura 15. Calificaciones de los programas gubernamentales en los países GEM 2019



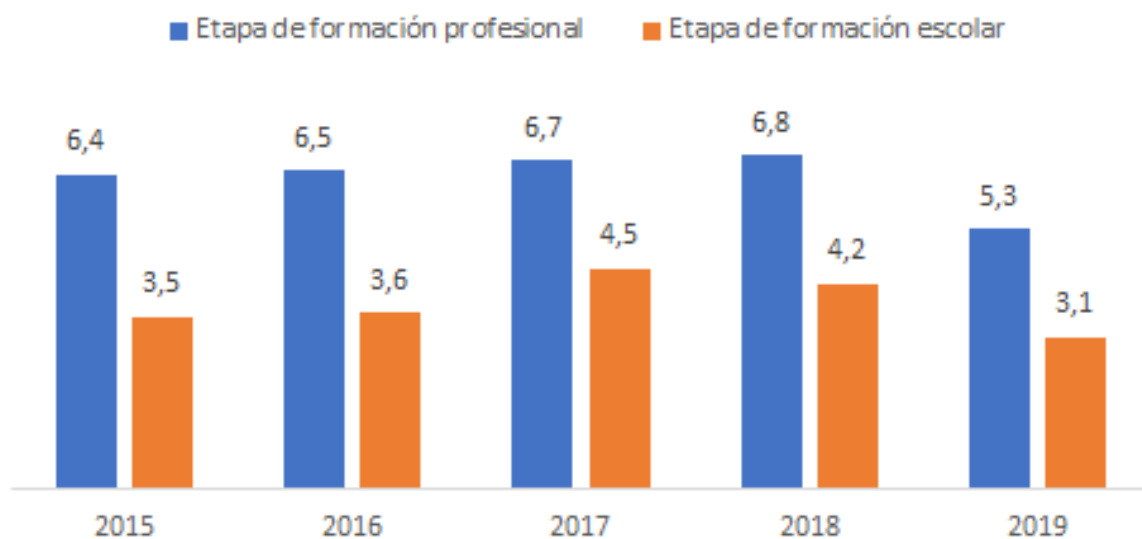
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la figura 15 se aprecia la evaluación de las calificaciones promedio de los distintos programas gubernamentales que fomentan el emprendimiento en Colombia con respecto a los países de ingresos bajo, medio y bajo, en América latina y el Caribe. Colombia tiene una calificación por encima de los países de ingreso medio y de América latina y el caribe, mientras que es inferior para los países de ingreso alto.

4.2.6 Educación emprendedora

La GEM (2020), afirma que la educación emprendedora se divide en dos: escolar y profesional. La primera que aborda la primaria y la secundaria; y la segunda toda la formación técnica, tecnológica y de posgrados. Ahora bien, desde la formulación de la Ley 1014 de 2006 se planteó la necesidad de que el gobierno incentive una educación emprendedora transversal en el plan educativo de los colegios y la necesidad de que se aplique también en instituciones de educación superior.

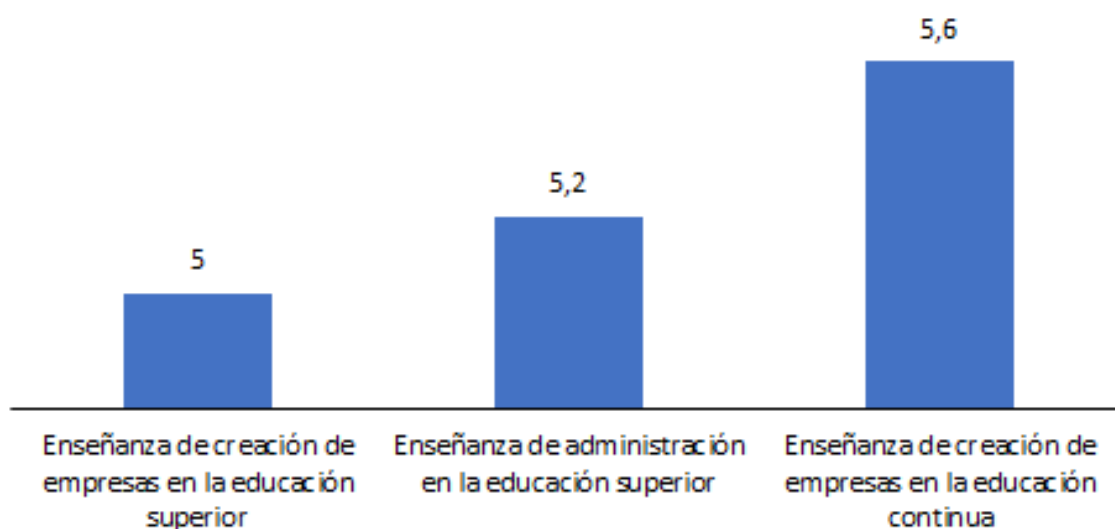
Figura 16. Evaluación de la educación de emprendimiento en Colombia 2015 al 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la figura 16, se puede observar como para el 2019 la etapa de formación profesional y escolar bajó su calificación en comparación con los años anteriores. Para el caso de la etapa de formación escolar la mejor calificación fue para el año 2017 con 4,5, mientras que para la etapa profesional el año mejor calificado fue el 2018 con 6,8. Se aprecia también que la etapa de formación profesional está calificada con puntuación por encima de la escolar.

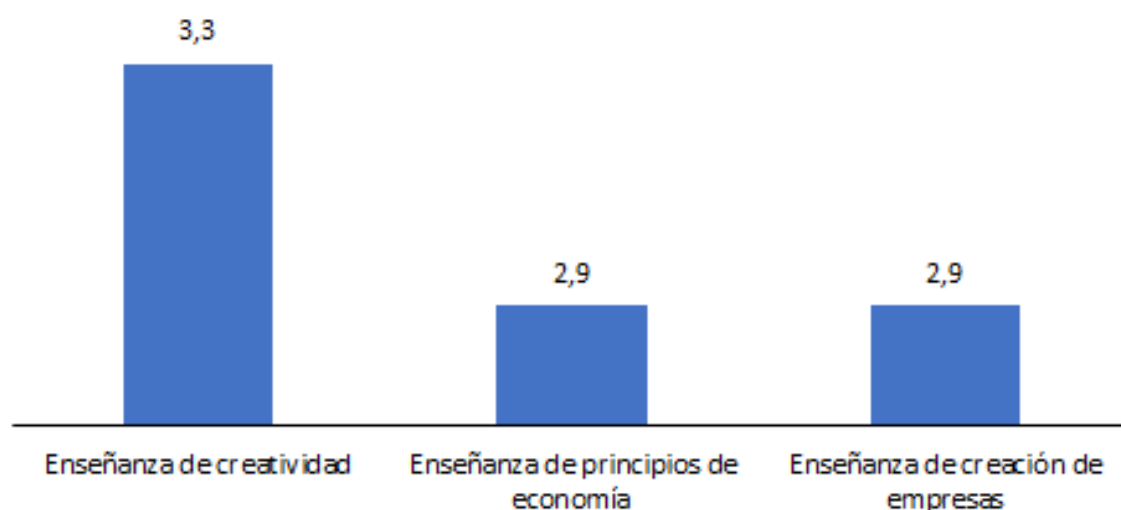
Figura 17. Evaluación de los componentes de la educación superior para la educación emprendedora 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la figura 17 se observa dentro de la evaluación de los componentes de la educación superior para la educación emprendedora, la calificación más baja es para la enseñanza de creación de empresas con un puntaje de 5 y la más alta es la enseñanza de creación de empresas en la educación continua con un puntaje de 5,6.

Figura 18. Evaluación de los componentes de la educación escolar para la educación emprendedora 2019



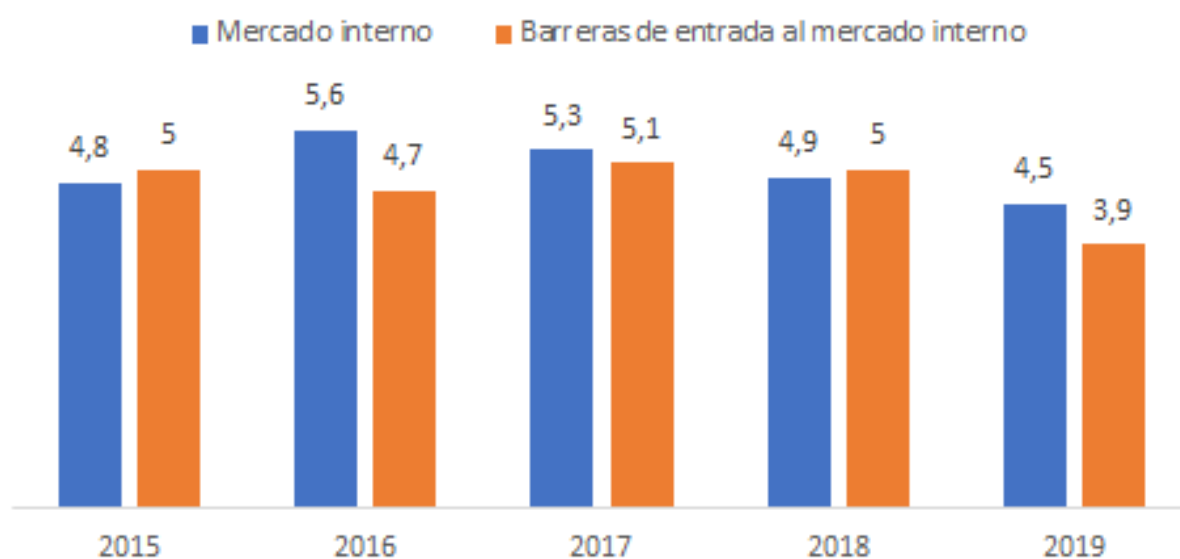
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la figura 18 se observa dentro de la evaluación de los componentes de la educación escolar para la educación emprendedora unas calificaciones promedias muy bajas a comparación de la educación superior. La calificación más alta fue la enseñanza de creatividad con un 3,3, por encima de la enseñanza de principios de economía y de creación de empresas.

4.2.7 Dinámica del mercado interno

Este ítem pretende evidenciar la evaluación realizada por la GEM en cuanto al mercado interno y las barreras de entrada que tienen los emprendedores frente a la competencia en el país.

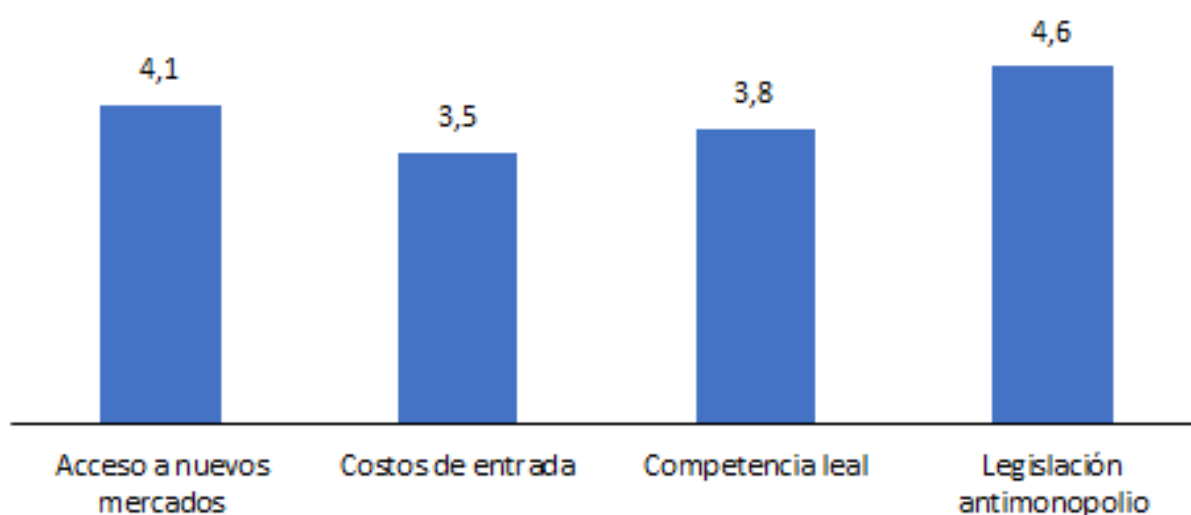
Figura 19. Evaluación de dinámica interna del emprendimiento en Colombia 2015 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la figura 19 se puede observar como para el año 2019 la variable de dinámica interna es más baja que en los demás años, tanto para las barreras de entrada, como para el mercado interno. En el caso del mercado interno el año mejor calificado fue 2016 con 5,6, mientras que en las barreras de entrada al mercado interno el año mejor calificado fue 2017 con 5,1.

Figura 20. Evaluación de los componentes de las barreras de entrada al mercado interno en Colombia 2019

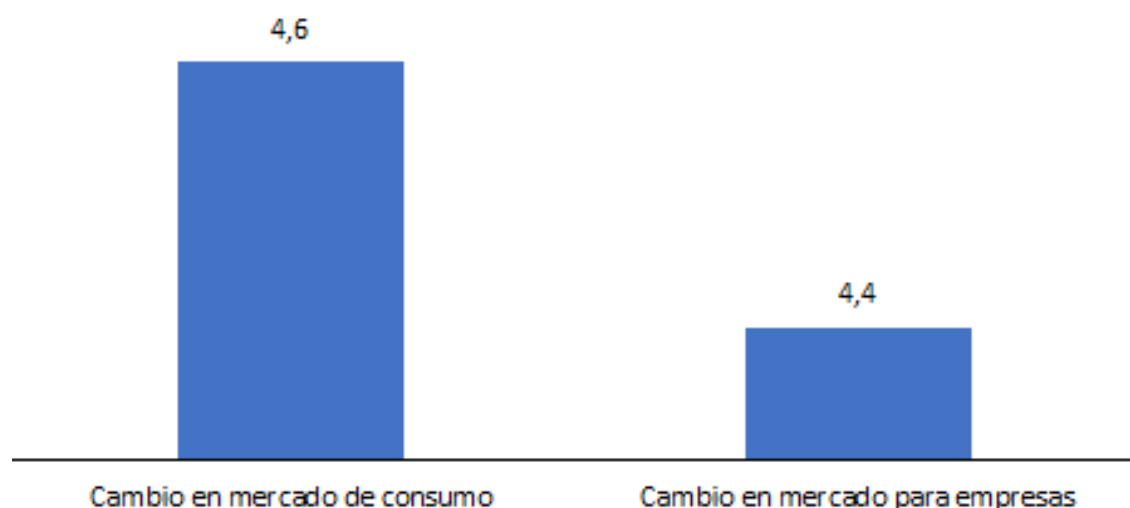


Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En el caso de la figura 20, se aprecia la evaluación de los componentes de las barreras de entrada, estos son: accesos de nuevos mercados, costos de entrada, competencia

leal y legislación antimonopolio. La calificación más baja fue para los costos de entrada con un puntaje promedio de 3,5 y la calificación más alta fue para la legislación antimonopolio con un puntaje promedio de 4,6.

Figura 21. Evaluación de los componentes del mercado interno en Colombia 2019



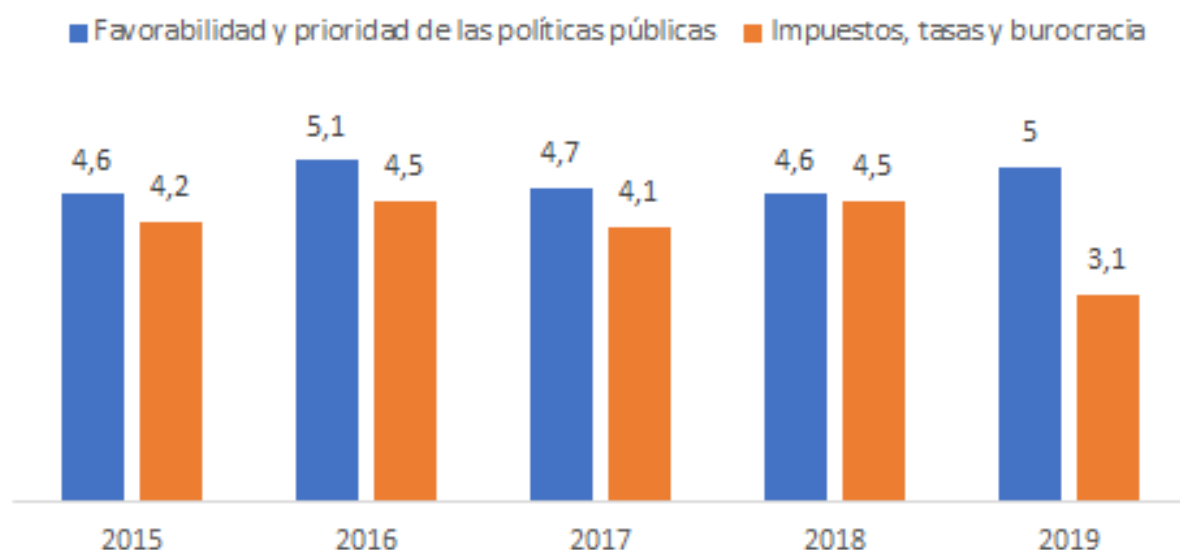
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

La figura 21, muestra la evaluación de los componentes del mercado interno, el cual está compuesto por el cambio en el mercado de consumo y el cambio en el mercado para las empresas. El puntaje más alto fue para el cambio en el mercado de consumo con un 4,6.

4.2.8 Políticas gubernamentales

Las políticas gubernamentales están compuestas por dos componentes que son la favorabilidad y prioridad de las políticas públicas en torno al emprendimiento e impuestos, tasa y burocracia gubernamental en aspectos que vivencian los emprendedores en el país.

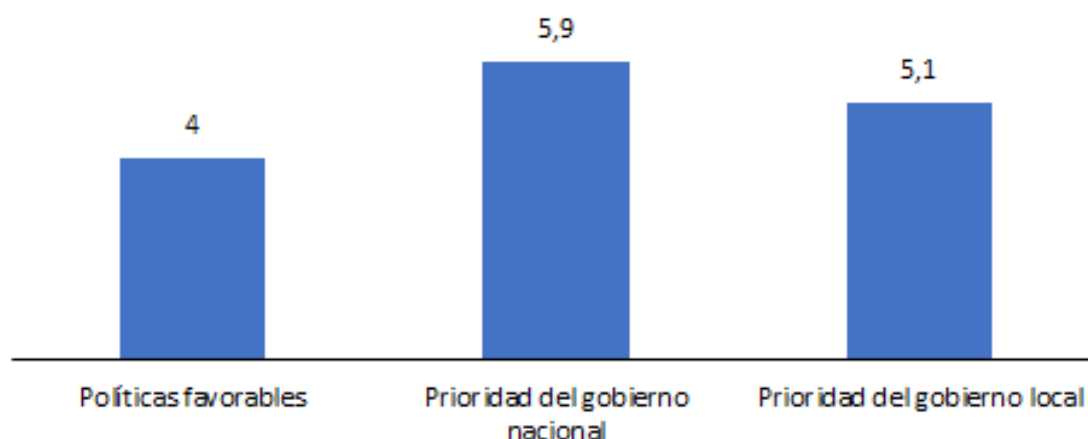
Figura 22. Evaluación de las políticas gubernamentales de emprendimiento en Colombia de 2015 al 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la figura 22, se puede contemplar como para el año 2019 en comparación a los otros años evaluados, en el caso de impuestos, tasas y burocracia obtuvo el puntaje más bajo con una calificación de 3,1. Ahora bien, en el caso de favorabilidad y prioridad de las políticas públicas su mejor calificación fue para el año 2016 con 5,1.

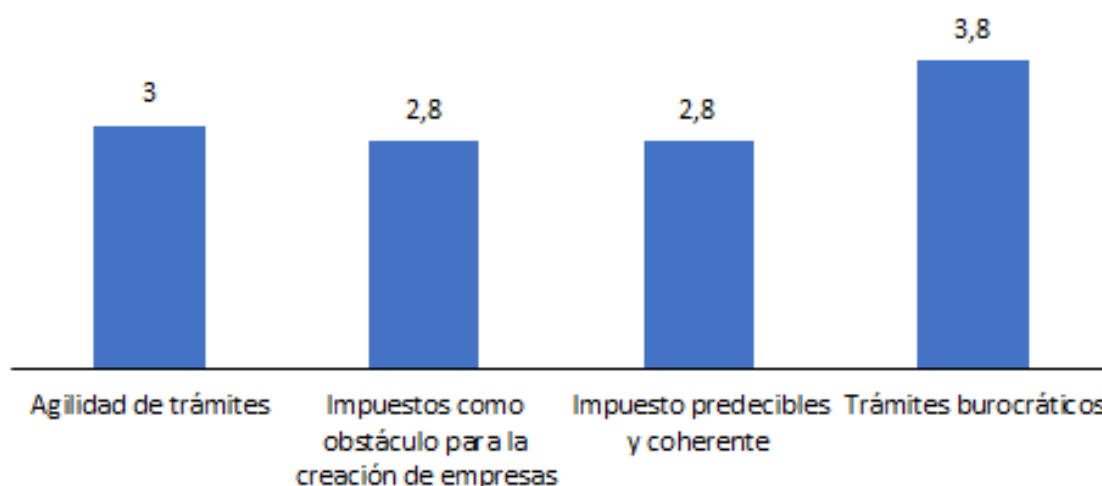
Figura 23. Evaluación de los componentes de la variabilidad de las políticas públicas de emprendimiento en Colombia 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

Dentro de la evaluación de los componentes de la favorabilidad y prioridad de las políticas públicas del emprendimiento en Colombia en el 2019 que se presenta en la figura 23, se observa que la prioridad del gobierno nacional frente al emprendimiento tiene un puntaje de 5,9, mientras que las políticas favorables para los emprendedores tienen la evaluación más baja de 4,0.

Figura 24. Evaluación de las componentes de impuestos tasas y burocracia para el emprendimiento en Colombia del 2019



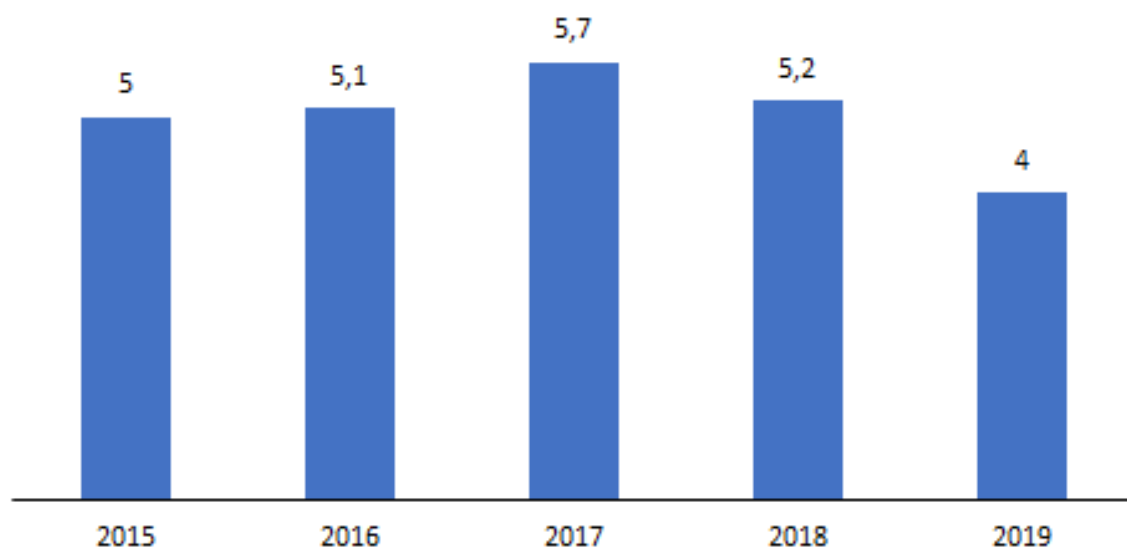
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

Para el caso del componente de impuestos, tasas y burocracia del emprendimiento en el 2019, según la figura 24 tiene unos puntajes generales inferiores que el otro componente. Ahora bien, los puntajes más bajos son para impuestos como obstáculos para crear empresas, y los predecibles y coherentes con una calificación de 2,8.

4.2.9 Infraestructura comercial

La infraestructura comercial evalúa varios componentes como lo son la oferta de proveedores, costo de proveedores, acceso a proveedores, acceso a servicios profesionales y acceso a servicios bancarios que permitan e incentiven el emprendimiento en Colombia.

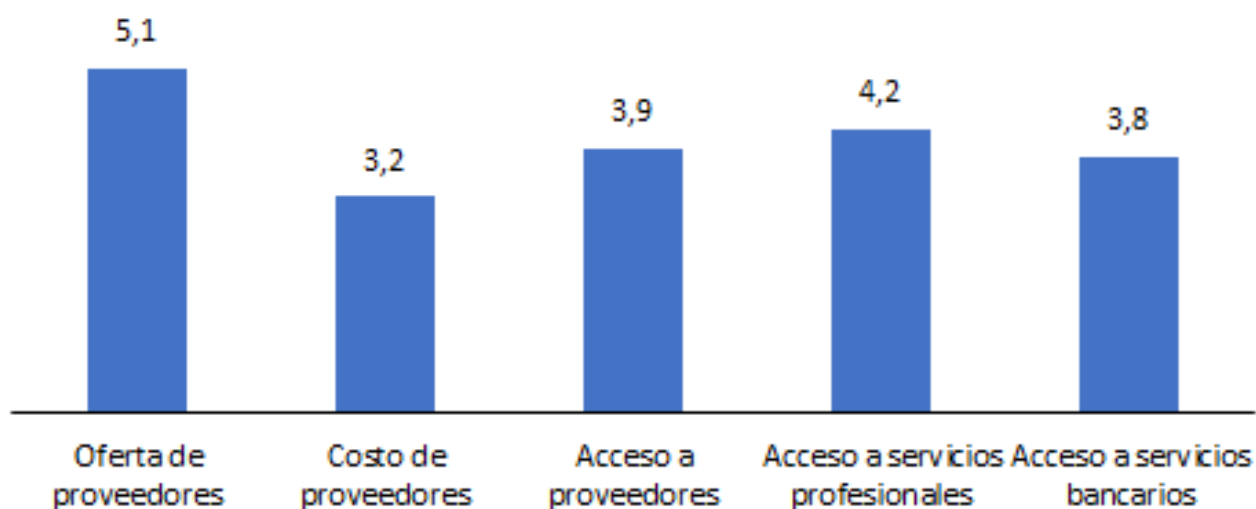
Figura 25. Evaluación de la infraestructura comercial del emprendimiento en Colombia 2015 al 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la figura 25, en la evaluación de la infraestructura comercial en el año 2019 se puede ver que tiene la calificación más baja con un puntaje de 4 en comparación al resto de los años evaluados. Mientras que, el 2017 es el año mejor calificado con 5,7.

Figura 26. Evaluación de los componentes de la infraestructura comercial del emprendimiento en Colombia en el año 2019



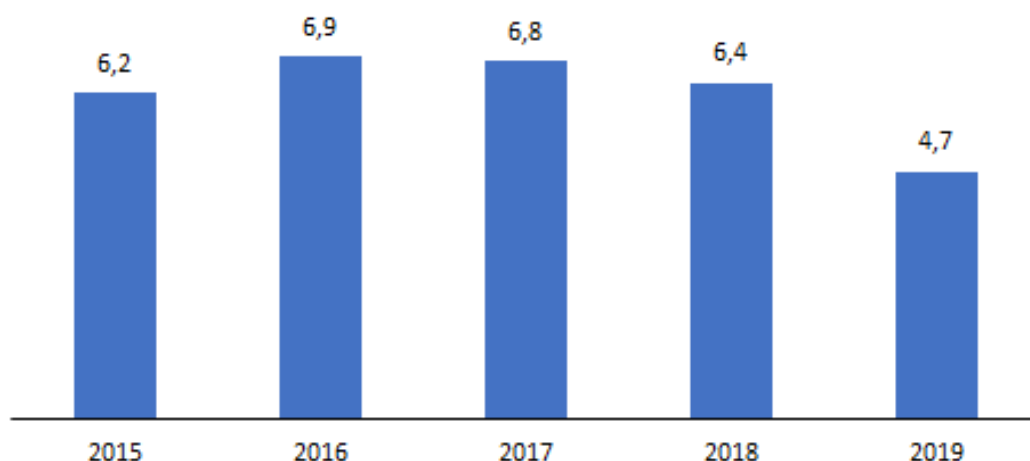
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

En la evaluación de los componentes de la infraestructura comercial del emprendimiento en Colombia que se representa en la figura 26, se observa que el costo de los proveedores fue el que obtuvo la calificación más baja con 3,2, mientras que la oferta de proveedores fue la más alta con 5,1.

4.2.10 Normas sociales y culturales

Dentro de este ítem de normas sociales y culturales se tienen en cuenta componentes como: apoyo y valoración del esfuerzo personal, énfasis en la autonomía, fomento de la toma de riesgos, estimulación de innovación y énfasis en la responsabilidad.

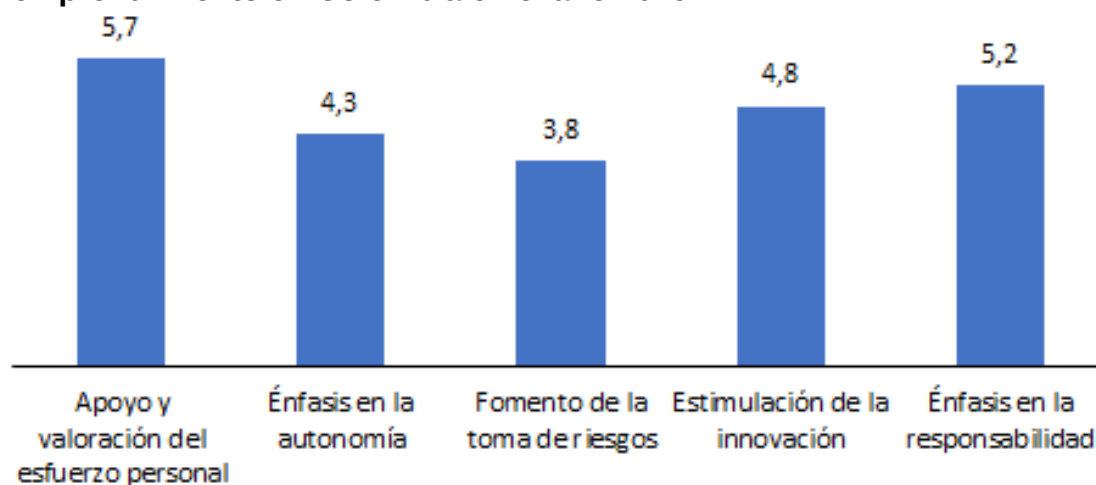
Figura 27. Evaluación de las normas sociales y culturales del emprendimiento en Colombia entre los años 2015 y 2019.



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

Frente al tema de normas sociales y culturales según la figura 27, se percibió para el año 2019 una baja calificación en comparación con los otros años, con un puntaje promedio de 4,7. El puntaje más alto fue para el año 2016 con 6,9.

Figura 28. Evaluación de los componentes de las normas sociales y culturales del emprendimiento en Colombia en el año 2019



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2019.

Para el caso de la figura 28, en la evaluación de los componentes de las normas sociales y culturales que fomentan el emprendimiento en el país, se encontró que el fomento de la toma de riesgos es el componente con la menor calificación con un 3,8, mientras que el apoyo y valoración personal es el mejor calificado con 5,7.

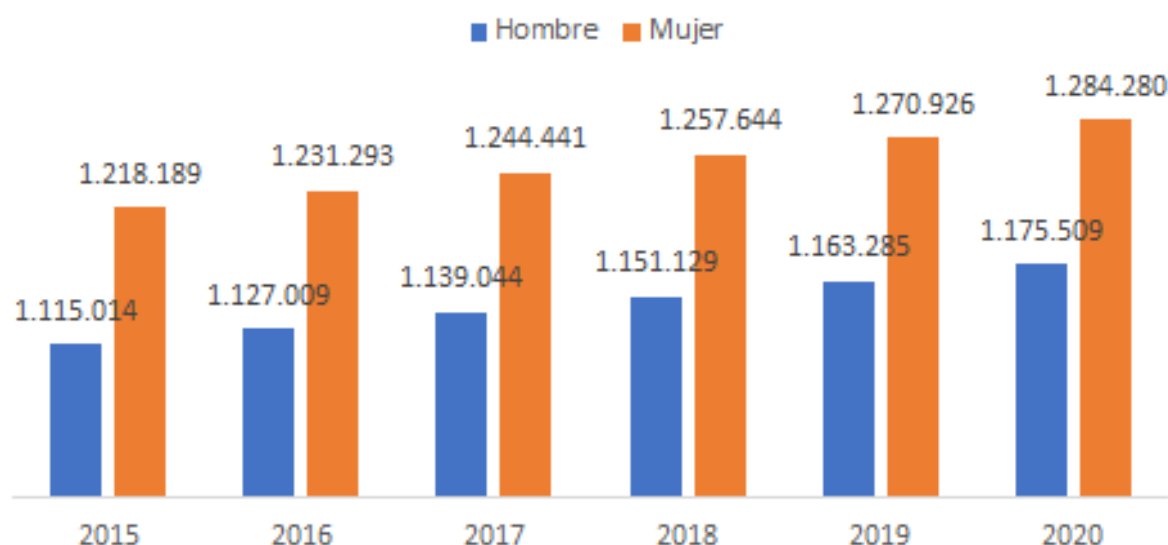
4.3 Contextualización de la ciudad de Santiago de Cali

En este punto se describen algunos aspectos sobre el escenario en el que se desarrolla la investigación. Cali es el municipio capital del departamento del Valle del Cauca en Colombia, fue fundado el 25 julio de 1536, tiene una población de 2´470.852 habitantes y una Extensión Municipal de 561 KM2, según la página oficial de la ciudad de Cali (2014)

Cali junto con el departamento del Valle del Cauca representan el tercer centro económico de Colombia y son un punto estratégico de intercambio económico nacional e internacional por su ubicación. La ciudad es un corredor obligado desde/hacia el sur del país, y con la frontera con Ecuador, y está conectado internacionalmente a través del puerto marítimo de Buenaventura.

Según el diagnóstico socioeconómico de Santiago de Cali (2019), de los 561 Km2 solo 119 Km2 son de suelo urbano, compuesto por 22 comunas, y 426 Km2 son suelo rural compuesto con 15 corregimientos, los cuales son: Navarro, El hormiguero, Pance, La buitiera, Villa carmelo, Los andes, Pichindé, La leonera, Felidia, El saladito, La Elvira, La Castilla, La paz, Montebello y Golondrinas.

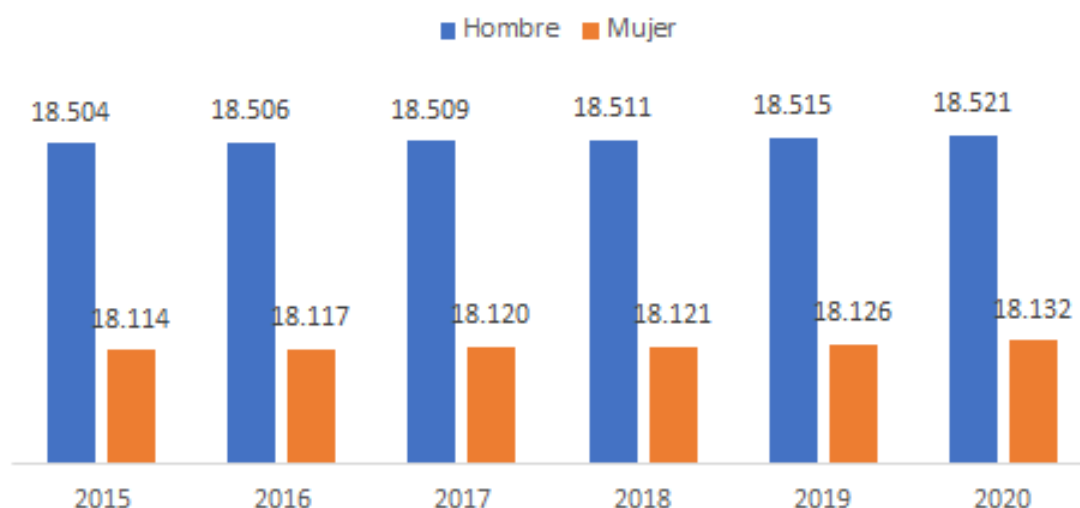
Figura 29. Población de la cabecera de Cali entre mujeres y hombres de los años 2015 a 2020



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2020.

En la figura 29, se puede observar cómo las mujeres en la cabecera de Cali son más que los hombres en los últimos cinco años, y el crecimiento ha sido paulatino año a año. Para el año 2020, la cantidad de mujeres son 1'284.280 y los hombres son 1'175.509.

Figura 30. Población de corregimientos de Cali entre mujeres y hombres en los años de 2015 a 2020.



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2020.

En la figura 30, se puede observar cómo los hombres en los corregimientos de Cali son más que las mujeres en los últimos cinco años, y el crecimiento ha sido paulatino

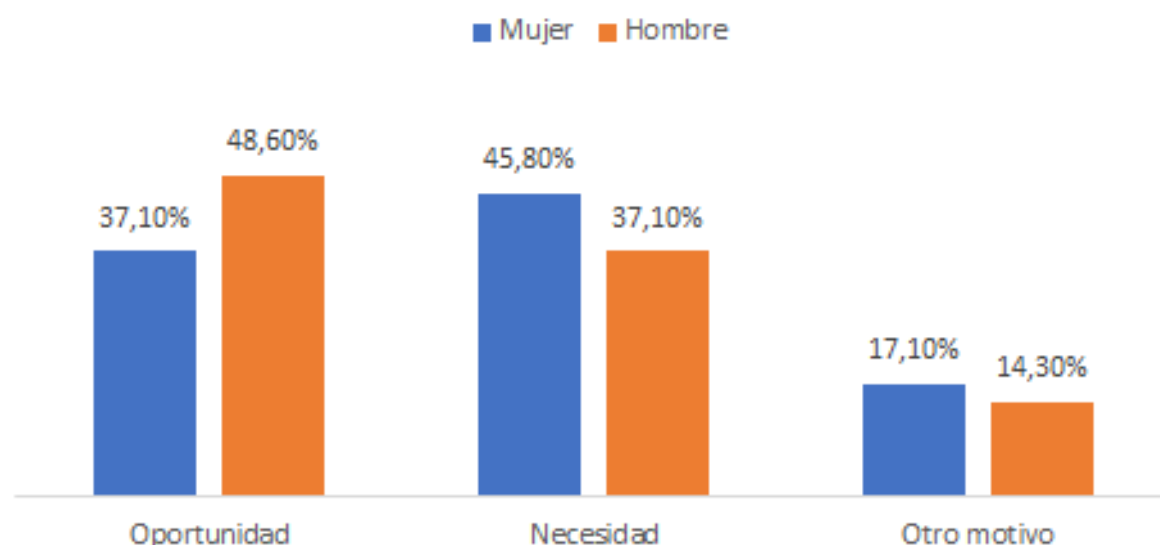
año a año, aunque la tasa de crecimiento es menor que la cabecera. Para el año 2020, la cantidad de mujeres era de 18.132 y los hombres 18.521.

4.3.1 Panorama del emprendimiento en Cali

Según la GEM (2017), existe el emprendimiento por necesidad y oportunidad. El emprendimiento por necesidad se conforma por aquellos emprendedores motivados a montar negocio por la necesidad de no disponer oportunidades de trabajo y ven en emprender su única opción de generar ingresos.

El emprendimiento por oportunidad, corresponde a aquellos individuos que al momento de tomar la decisión de poner en marcha una empresa tienen pleno conocimiento del entorno para emprender, además que lograron vislumbrar una oportunidad empresarial y seleccionaron esta opción con respecto a otras posibilidades de generación de ingresos que tenían como alternativas.

Figura 31. Motivaciones para emprendedores establecidos en Cali según género entre los años 2012 y 2013.



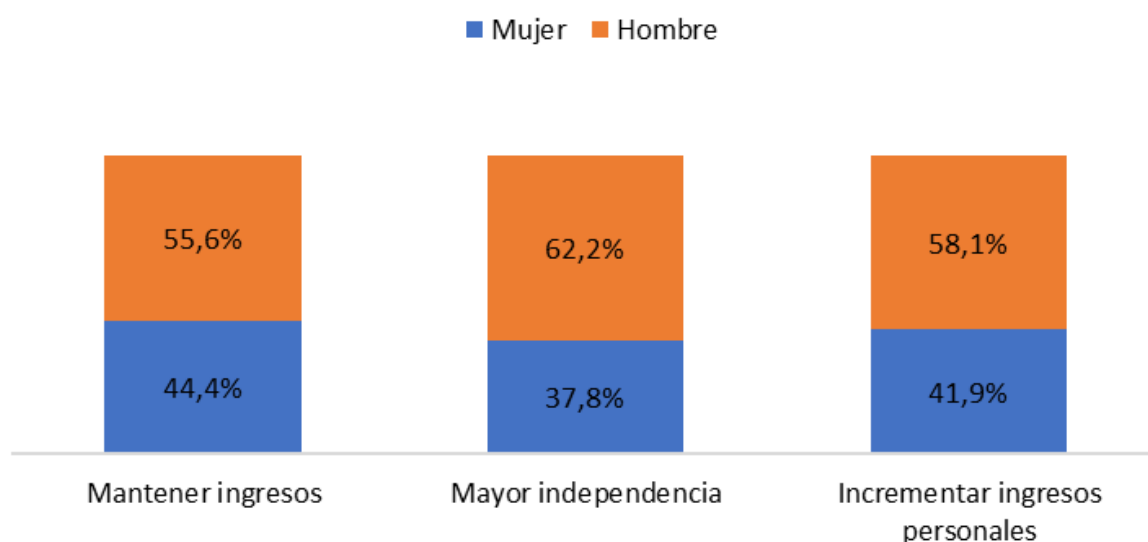
Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM Cali, 2013.

Otro factor importante para emprender es la motivación para hacerlo, en la figura 31, se aprecian las motivaciones de los emprendedores establecidos en Cali, se observa que las mujeres emprenden más por necesidad con un 45,7% que por oportunidad con un 37,1% para los años de 2012 y 2013. Aunque esta percepción permite abordar una perspectiva interesante de la posición y la motivación de la mujer a la hora de emprender, no se encuentran datos más actualizados sobre ese tema. También, se

resalta que está gráfica enseña que los hombres emprenden más por oportunidad que por necesidad.

En la encuesta (GEM, 2020) en Colombia, el 77 % de la población encuestada seleccionó como motivación para emprender la opción “para ganarme la vida porque el trabajo escasea”. En segundo lugar, está “para marcar una diferencia en el mundo”, con 62,9 %; “para crear riqueza o una renta muy alta”, en tercer lugar, con 61,6 %, y finalmente, “para continuar una tradición familiar”, la cual fue seleccionada solo por el 37,1 % de la población encuestada.

Figura 32. Razones de los caleños para aprovechar la oportunidad según género en el año 2010



Fuente: Adaptación a partir de la GEM Cali (2010).

La figura 32, permite analizar las razones de los caleños y caleñas por las cuales eligen aprovechar la oportunidad de emprender en el año 2010. La mayoría de las mujeres crean empresa por la oportunidad para mantener sus ingresos con un 44,4% mientras que la mayoría de los hombres con un 62,2% dicen que es por mayor independencia.

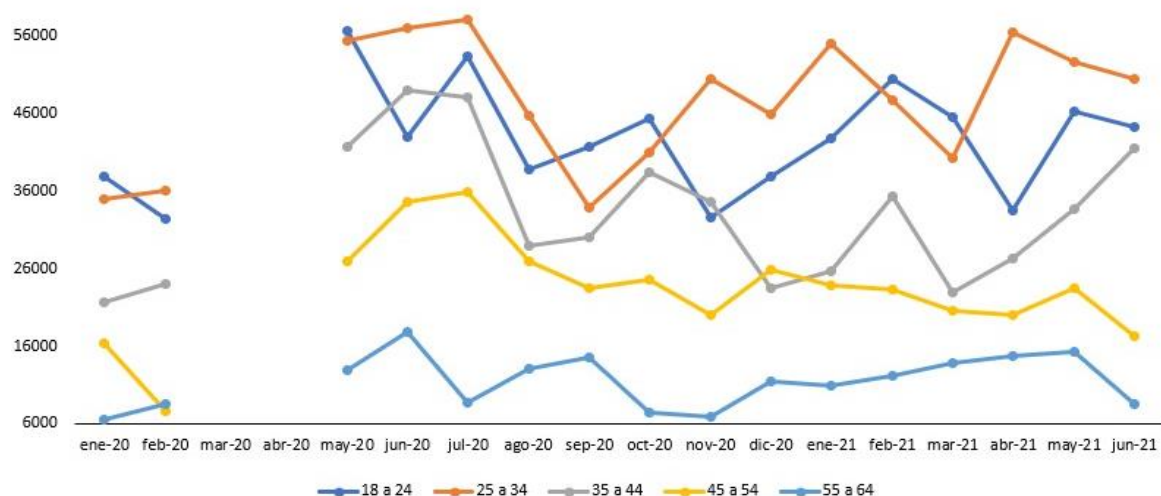
Figura 33. Tasa% de desempleo en Cali A.M según sexo 2020 a 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de microdatos del DANE GEIH 2020 y 2021.

En la figura 33, se observa la tasa de desempleo de Cali del área metropolitana según su sexo de 2020 a 2021, en la cual se presentan los datos históricos de las mujeres, ya que siempre han tenido tasas más altas de desempleo que la de los hombres. Para el caso de mayo de 2021, la brecha entre hombres y mujeres se redujo, pero esto se debe a que la tasa de desempleo de hombres aumentó, lo cual se asocia a las movilizaciones ciudadanas que hubo al interior del país y a la situación de pandemia covid-19.

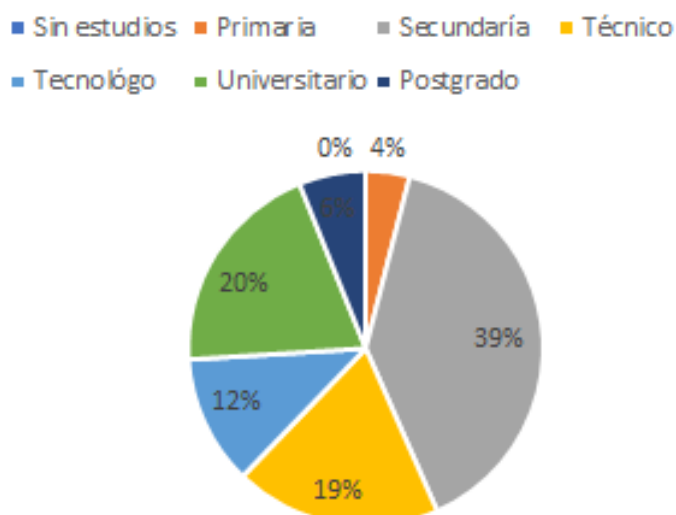
Figura 34. Mujeres desempleadas en Cali A.M por rango de edad entre el año 2020 y 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de microdatos del DANE GEIH 2020 y 2021.

Según la gráfica 34, se puede contemplar que el rango de edad de 18 a 24 años, es el rango de edad de las mujeres con mayor fluctuación en la tasa de desempleo. Actualmente, el mes de junio de 2021 tiene el segundo rango de edad con mayor desempleo para las mujeres con 44.365 personas, el primero es el rango de edad con mayor nivel de desempleo es el de 25 a 34 años con 50.577 personas.

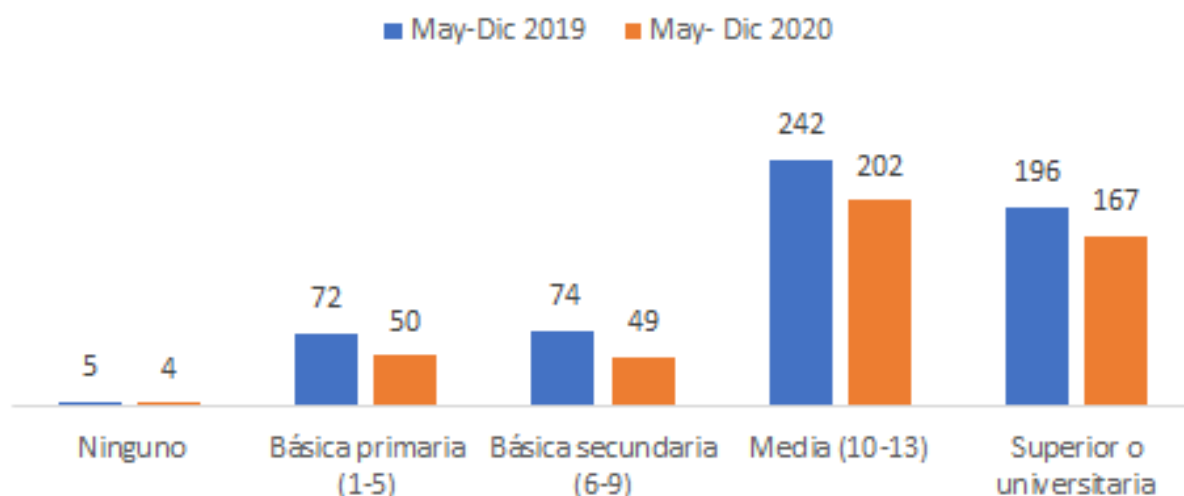
Figura 35. Nivel educativo TEA colombiana en el año 2020



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2020.

En la figura 35, según datos de la GEM en Colombia, la TEA es más preponderante para las personas con un nivel de estudios de secundaria con un 39%, seguido por el nivel educativo universitario con el 20%. En el caso de la tasa con menos porcentaje están las personas de nivel educativo “sin estudio” con un 0%.

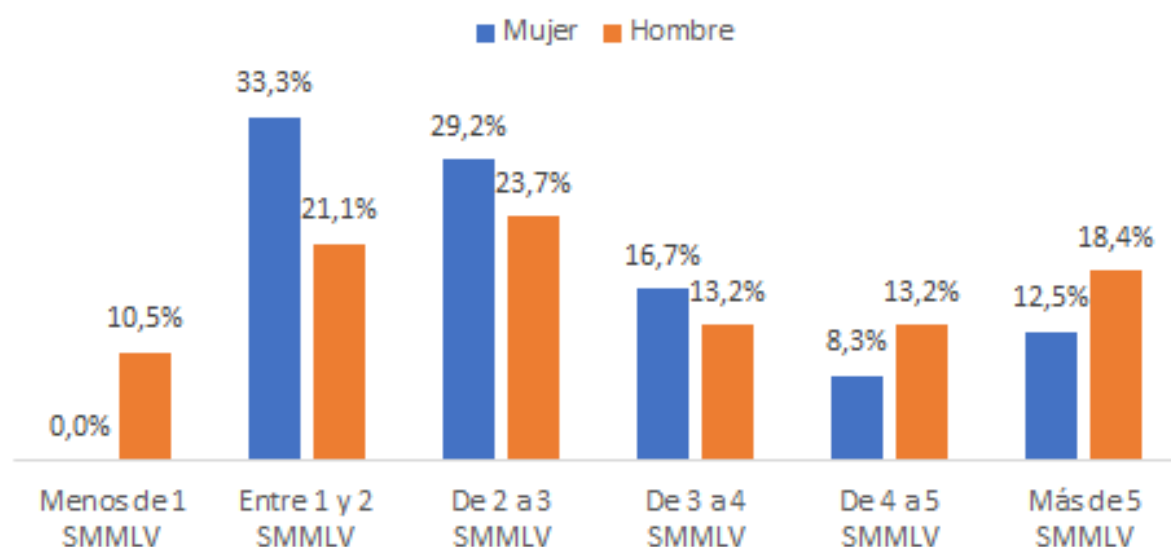
Figura 36. Número de mujeres ocupadas según nivel educativo en Cali A.M (Cifras en miles de personas), de mayo a diciembre (2019 al 2020)



Fuente: Adaptación a partir de datos del CIEC, 2020.

Ahora bien, en el caso de Cali el número de mujeres en educación media (10-13) supera los números de los demás niveles educativos. Recordemos que la educación media recoge la finalización de la secundaria. Por lo que, cuando se hace el símil con la gráfica anterior se puede reconocer que hay más mujeres que tienen solo hasta la secundaria, el cual es el nivel educativo con mayor TEA.

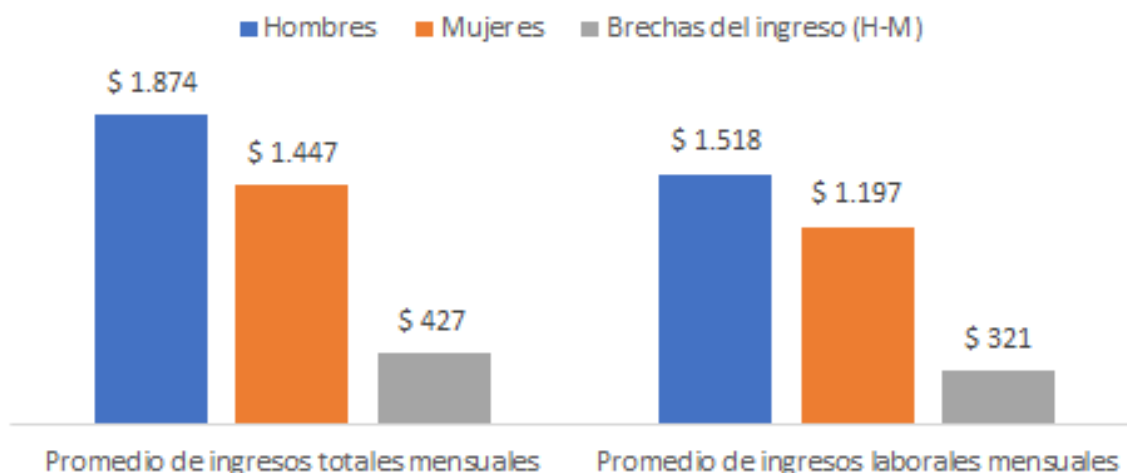
Figura 37. Tasa de emprendedores establecidos en Cali por nivel de ingreso familiar entre los años 202 y 2013



Fuente: Adaptación a partir de datos de la GEM, 2013.

En la figura 37, se puede observar la tasa de emprendedores establecidos en Cali por nivel de ingreso familiar. Para el caso de las mujeres la tasa de emprendedores establecidos con ingresos de entre 1 y 2 SMMLV, y de 2 a 3 SMMLV, son superiores al de los hombres con un 33,3% y 29,2% respectivamente. Al revisar la gráfica, se contempla que a medida que el nivel de ingresos aumenta el porcentaje de tasa de emprendimiento para hombres también aumenta, pero cuando el nivel de ingresos disminuye la tasa de emprendimiento para mujeres aumenta y es más alta que el porcentaje de los hombres, salvo el caso de los ingresos por menores a 1 SMMLV.

Figura 38. Promedio mensual de ingresos totales y laborales entre hombres y mujeres para Cali A.M. en el año 2019 (En millones de pesos)



Fuente: Adaptación a partir de datos de la CIEC, 2019.

Según la figura 38, en el 2019 el promedio de ingresos totales y laborales entre mujeres y hombres en Cali en el área metropolitana, siempre fueron menores en el caso de la mujer. En el promedio de ingresos totales mensuales la brecha entre hombres y mujeres es de \$427.000, y para el promedio de ingresos laborales mensuales la brecha es de \$321.000. Es así, como las mujeres en Cali, aún siguen recibiendo menos ingresos que el hombre en la ciudad para el año 2019.

4.4 Contextualización de la Universidad del Valle

La Universidad fue creada por la Ordenanza #12 de 1945 el 11 de junio 11) de la Asamblea Departamental del Valle del Cauca, con el nombre de "Universidad Industrial del Valle del Cauca". Este nombre fue cambiado posteriormente en 1954 por la Ordenanza #10 al que actualmente tiene: Universidad del Valle

Su campus principal es la Ciudad Universitaria Meléndez en la ciudad de Santiago de Cali, y en adición a sus funciones en la capital del Valle del Cauca funciona también en el Barrio San Fernando, donde se alojan la Facultad de Salud y la Facultad de Ciencias de la Administración, estas son las dos sedes de la Cali. En cuanto a sus

sedes regionales están: Buga, Cartago, Caicedonia, Norte del Cauca, Pacífico, Palmira, Tuluá, Yumbo y Zarzal. Actualmente, tiene 9 facultades y oferta 72 programas de pregrado y 143 de posgrado que incluyen especializaciones, maestrías y doctorados.

4.4.1 Emprendimiento en la Universidad del Valle

La Universidad del Valle como cualquier institución de educación superior del país se debe regir por la Ley 1014 de 2006, la cual exige a las entidades educativas generar líneas transversales en su educación para enseñar y promover el emprendimiento e innovación. Por lo cual, a continuación, se mostrará algunos programas de la universidad que incentiva este tema.

Programa Emprendedores Univalle

La Universidad del Valle (2005) en su resolución N° 073 emitida por el consejo superior el 12 de diciembre del 2005 crea el programa institucional de “Emprendedores Univalle”, considerando que una función de la Universidad del Valle es contribuir al emprendimiento, la innovación y al desarrollo de capacidades asociadas a toda la comunidad universitaria.

Según esta resolución, “Emprendedores Univalle” tiene como objetivo “fortalecer el potencial emprendedor de los estudiantes de la Universidad del Valle”, esto a través del desarrollo de habilidades para concebir, planear y seguir en marcha distintas iniciativas organizativas de la comunidad universitaria.

Para las actividades realizadas por este programa institucional consideradas extracurriculares y calificadas serán acreditadas como electivas complementarias para los estudiantes. También, este programa deberá ser coordinado por un profesor que le brinde hasta medio tiempo de la jornada laboral a la administración y coordinación de esta.

Las actividades orientadas por las facultades al tema de emprendimiento y a la formación para la creación y desarrollo de nuevas organizaciones, serán coordinadas por el programa “Emprendedores Univalle”. Además, los recursos requeridos para el desarrollo del Programa deberán estar incluidos en el presupuesto de la Vicerrectoría Académica y serán responsabilidad de ésta.

Actualmente, “Emprendedores Univalle” hace parte la dirección de extensión y educación continua de la Universidad del Valle, y han realizado algunos programas para la comunidad universitaria que nombraremos a continuación:

- Ruta de emprendimiento 4.0 programa compuesto de 4 ejes (emprendedor, mundo de las TIC, innovación e impacto positivo en el desarrollo socioeconómico y el medio ambiente), el cual, según la dinámica de estos, se genera una metodología distinta que permite tener una formación a los emprendedores de manera personalizada.
- Asesorías personalizadas es un servicio que brinda “Emprendedores Univalle” desde hace 17 años a través del acompañamiento y desarrollando al lado del emprendedor realizando el modelo de negocio, esto con el objetivo de impulsar el lanzamiento de nuevos bienes y servicios, enfocando la idea de negocio y validando el modelo negocio.
- Electivas complementarias son asignaturas que tiene el programa de “Emprendedores Univalle”, que son enfocadas al apoyo de estudiantes de cualquier carrera para fortalecer su conocimiento en el tema de emprendimiento. Dentro de las electivas que se tienen, son: Desarrollo de creatividad, desarrollo de clientes, desarrollo de proyectos de emprendedor, emprendimiento e innovación social, y emprendimiento, cultura y ciudad.
- Boletines y noticias de emprendimiento tiene el propósito de la difusión de las convocatorias de la Universidad, de la ciudad y del país que benefician a los emprendedores y se comparte por los correos institucionales de la comunidad universitaria.

Dentro de la observación de las fuentes institucionales se puede rescatar que el programa de “Emprendedores Univalle” tiene desactualizada muchos de sus proyectos desde el 2017, lo cual puede implicar que no se tiene actualizado los nuevos proyectos, o esté programa no tiene buena financiación desde ese periodo.

Consultoría empresarial de la Facultad de Ciencias de la Administración

En el 2020 el programa de extensión y proyección social de la Facultad de Ciencias de la Administración con financiación de la Alcaldía de Cali realizaron un proyecto llamado SIEMPRE, el cual tenía como objetivo el acompañamiento, asesoramiento y capacitación de los emprendedores y empresarios de micro y pequeñas empresas de la ciudad. Este proyecto lo ejecutó la Universidad del Valle, y fue allí donde se pudo segmentar las bases del consultorio empresarial de la Universidad. Facultad de Ciencias de la Administración (2021).

El consultorio empresarial empezó a atender al público desde finales del 2020 de manera virtual, pero solo hasta mayo 2021 de manera presencial. A quienes atiende

es a emprendedores, empresarios, microempresarios y organizaciones privadas y públicas. Dentro de los servicios que ofrece el consultorio algunos son con costos y otros sin costo, estos son:

El objetivo general del consultorio empresarial es SIEMPRE es acompañar a los grupos de interés en el fortalecimiento de sus empresas, negocios o emprendimientos generando trabajos colaborativos y circulares, con un apoyo integral mediante la asesoría y consultoría, contribuyendo al desarrollo local y regional.

El equipo de trabajo del consultorio está conformado por profesores, estudiantes y egresados de las diferentes carreras de la Facultad de Ciencias de la Administración. Dirigido por el director del programa de extensión Benjamín Betancourt y coordinado por el profesor Julio Muñoz, acompañados por profesionales y monitores estudiantiles.

Programa de Gestión de Emprendimiento e Innovación

La Universidad del Valle en el primer semestre del calendario académico de 2022 abrió la convocatoria para la primera cohorte del programa de gestión de emprendimiento e innovación, la cual tiene como objetivo según Agencia de Noticias Univalle (2021), “Formar profesionales en la gestión del emprendimiento y la innovación para que impacten positivamente el tejido social y organizacional a nivel local, regional, nacional e internacional, mediante la creación y desarrollo de empresas y organizaciones de economía solidaria.”

Actualmente, el ministerio de educación nacional le otorgó el registro calificado a este nuevo pregrado por siete años. La carrera de gestión de emprendimiento e innovación tiene una duración de 8 semestres y se abrirá semestralmente, su modalidad es presencial. Además, que este programa es pionero en una universidad pública y se realizó por la demanda en el mercado a nivel nacional y global, en cuanto al fortalecimiento y promoción de estos dos elementos que son claves en todos los gobiernos para incentivar la producción y la economía.

Estos son todos los programas que existen al interior de la Universidad del Valle, los cuales pretenden incentivar la cultura emprendedora. Así que, teniendo en cuenta este contexto se proseguirá al análisis de los resultados obtenidos mediante encuestas y entrevistas realizadas a las estudiantes de la universidad.

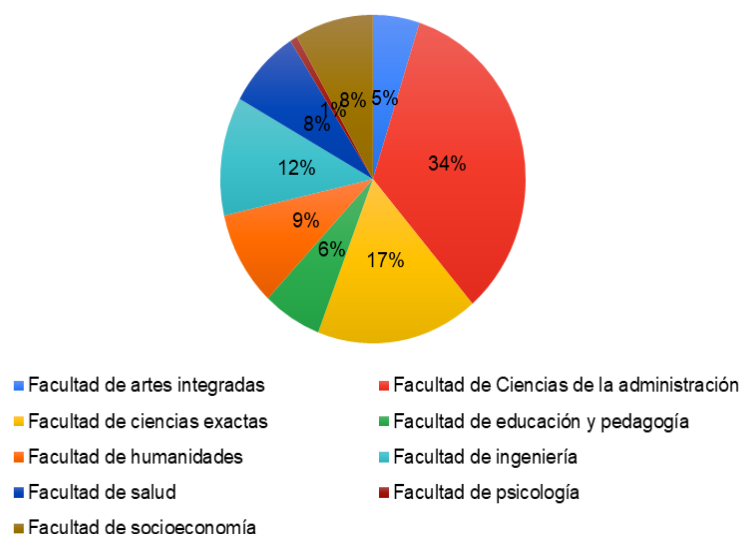
5. RESULTADOS

5.1 Caracterización de la actividad emprendedora de estudiantes de la universidad del valle atendiendo sus particularidades de género

Se realizaron 413 encuestas a estudiantes mujeres de la Universidad del Valle de las cuales 385 pertenecen a las sedes Cali, 225 de la sede Meléndez y 160 de la sede San Fernando. En el caso de las facultades de la muestra, se encontró que se inscribieron: 190 de la Facultad de Ciencias de la administración, 66 de la Facultad de ciencias exactas, 45 de la Facultad de ingeniería, 36 de la Facultad de humanidades, 33 de la Facultad de psicología, 32 de la Facultad de socioeconomía, 30 de la Facultad de salud, 24 de la Facultad de educación y pedagogía y 19 de la Facultad de artes integradas.

También, con el fin de profundizar y entender mejor los elementos que componen el acto de emprender de las mujeres, se realizaron unas entrevistas a algunas de las mujeres que participaron de la encuesta, estas fueron elegidas a conveniencia de las investigadoras. Con lo anterior se encontraron diversas tesis de las entrevistadas sobre el tema. Dentro de los emprendimientos que se hallaron, fueron los siguientes: confección de ropa femenina, artesanías, comercialización de diferentes productos (productos para cabello afro, regalos, cupcakes, desayunos sorpresa, bandejas de gomas y dulces, aceites corporales, accesorios femeninos, ropa, productos de repostería, etc.), creación de música, contenido para redes, shows, presentaciones musicales, entre otras. Se halló que algunas entrevistadas emprenden solas, pero muchas de ellas emprenden en compañía de una amiga o hermana, o de su pareja.

Figura 39. Facultades de la Muestra



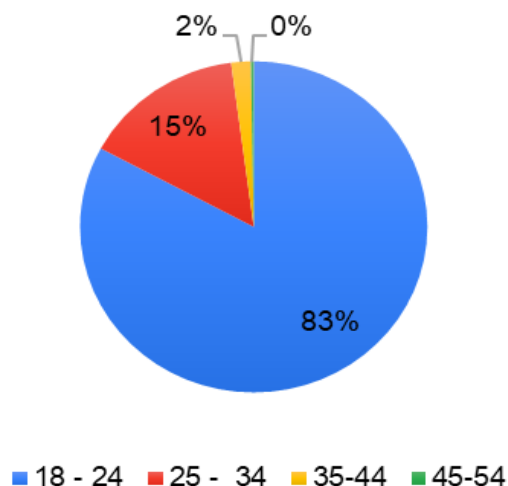
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Las facultades de Ciencias de la Administración, Ciencias Exactas e Ingeniería, representan el 63% de la muestra total de esta fuente primaria, con unos porcentajes individuales de 34%, 17% y 12%, respectivamente. Mientras que, facultades como la de psicología, artes integradas y educación y pedagogía, representan solo el 12% de la muestra total, con un 1%, 5% y 6%, respectivamente.

5.1.1 Aspectos socioeconómicos de la muestra

Dentro de los aspectos socioeconómicos que se contempla es la edad, el nivel de ingreso y el nivel educativo de toda la muestra es estudiantes de carreras de pregrado que ofrece la Universidad del Valle. La muestra se encuentra en distintos semestres, desde primeros a últimos semestres, etc. En la clasificación de edad e ingresos se pudo percatar lo siguiente:

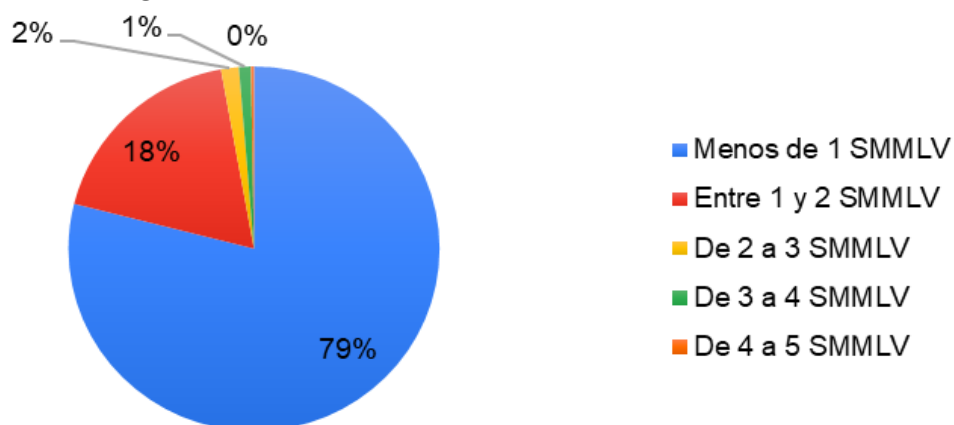
Figura 40. Edad de la muestra



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

En términos de la edad, los 319 estudiantes tienen entre 18 a 24 años, 58 tienen entre 25 a 34 años, 7 de 35 a 44 años y 1 de 45 a 54 años, para un total de 385 encuestadas de Cali. Es así, como el 83% representa a encuestadas de 18 a 24 años, y solo el 17% representa mujeres mayores de 24 años.

Figura 41. Nivel de ingreso de la muestra



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

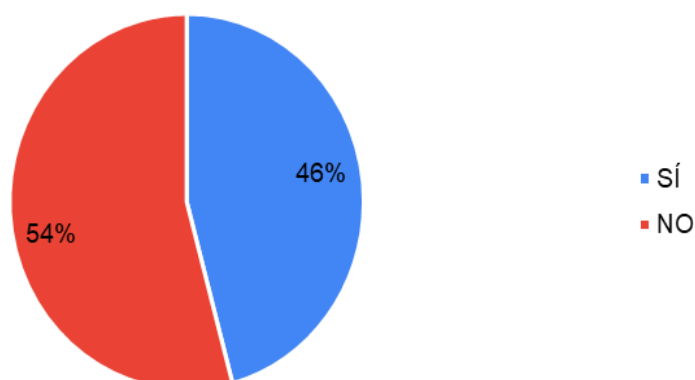
En el caso del nivel de ingresos se puede observar en la figura 41 la siguiente información: 304 mujeres reciben o devengan menos de 1 SMMLV, 70 reciben o devengan entre 1 y 2 SMMLV, 6 reciben o devengan entre 2 a 3 SMMLV, 4 reciben o devengan entre 3 a 4 SMMLV y 1 recibe o devenga entre 4 a 5 SMMLV. A lo que en porcentajes representan, el 79% gana menos de 1 SMMLV y el 21% gana más de 1 SMMLV.

5.1.2 Estado de embarazo o de maternidad de la muestra

En la evaluación de la encuesta se preguntó y clasificó si las entrevistadas están en embarazo o si son madres, con la intención de evaluar el nivel de ocupación que las tareas de la maternidad o del cuidado les podría quitar para dedicarlo a otras tareas como el emprender, con esto se pudo encontrar lo siguiente:

De las 385 estudiantes encuestadas 24 son madres o están embarazadas, eso representa el 7%, de este valor 12 son madres solteras y 12 son madres no solteras, los cuales representan el 50% y 50%, respectivamente.

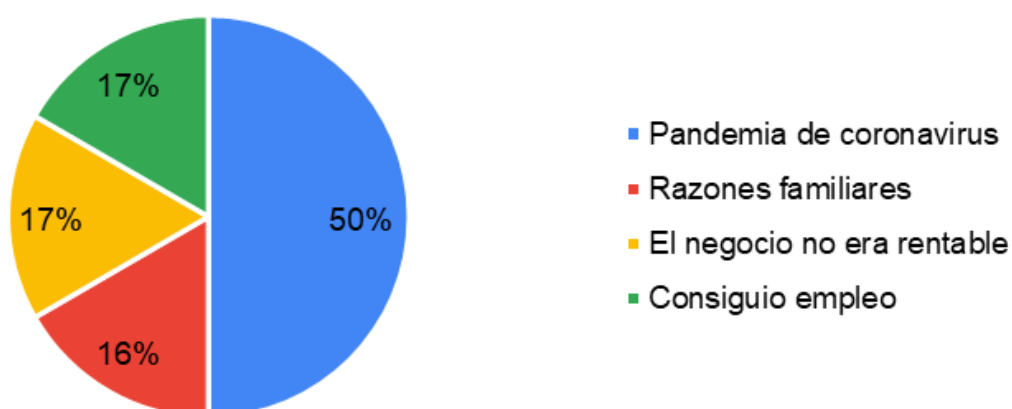
Figura 42. Mujeres embarazadas o madres ¿Tienen o han tenido emprendimientos?



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

De la muestra total de encuestadas 6,2% son mujeres que están embarazadas o son madres, la cual representa 24 estudiantes. De estas personas el 46% si tienen o han tenido un emprendimiento, mientras que el 54% nunca han tenido. También, se pudo encontrar que el 77% de las mujeres madres que no emprenden su principal razón para no hacerlo es por falta de recursos, como el tiempo, el dinero, etc. Esto se asocia con las tareas del cuidado que deben tener a la hora de ser madre.

Figura 43. Razones por las cuales las mujeres en embarazo o las madres no tienen su emprendimiento activo actualmente

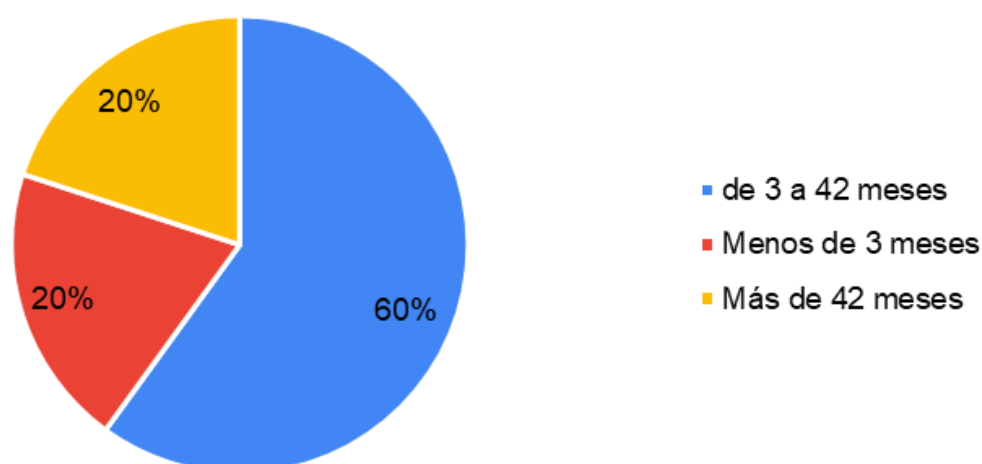


Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

A la hora de preguntarle a las mujeres que son madres o están embarazadas si tienen su emprendimiento activo actualmente, 5 contestaron que sí y 6 que no. Dentro de las

razones más altas se encontró por el cual no tenían el emprendimiento activo en este momento fue con un 50% por la pandemia coronavirus que hizo cerrar sus negocios.

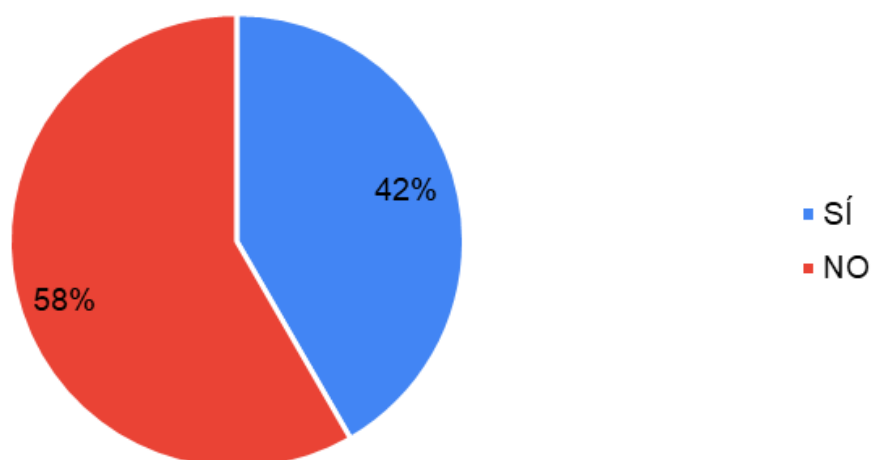
Figura 44. Permanencia en el mercado de los emprendimientos activos de las mujeres embarazadas o madres.



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

De las mujeres madres que tienen activos sus emprendimientos actualmente, se encontró que el 60% tienen negocios que tienen de 3 a 42 meses en el mercado, mientras que menos de 3 meses y más de 42 meses tienen 20% cada una, respectivamente.

Figura 45. Las madres solteras que tienen o han tenido un emprendimiento



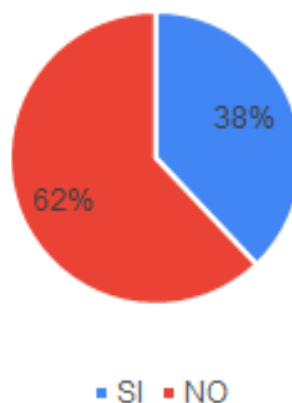
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

En la muestra total de las 12 mujeres que son madres solteras, se encontró que el 58% no han tenido emprendimiento, mientras solo el 42% si han o tienen emprendimientos. De estas últimas, solo 40% tiene activos su emprendimiento y el 60% no lo tiene activos por la pandemia o por razones familiares. Lo que demuestra que, a las mujeres al ser madres solteras, se les aumenta las tareas del hogar y de la maternidad de su hijo, lo que limita su tiempo para emprender o hacer otras actividades.

5.1.3 Emprendimiento de la muestra

Con esto se evalúa el nivel de emprendimiento de las encuestadas, si tienen o no negocios activos, y cuáles son las razones o limitaciones que nos le permiten o les motivan tenerlos.

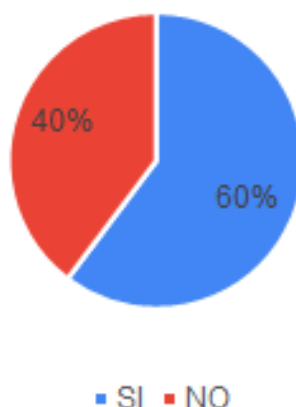
Figura 46. ¿Usted ha sido o es actualmente propietaria de un emprendimiento?



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

En la figura 46 de la muestra total de las mujeres encuestadas estudiantes de la ciudad de Cali, 146 tienen o han tenido un emprendimiento, mientras que 239 nunca han tenido, eso representa el 62% y el 38%, respectivamente.

Figura 47. Actualmente ¿Tiene activo su emprendimiento?



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

De las 146 mujeres que sí tienen o han tenido emprendimientos, 88 encuestadas los tienen activos en este momento, mientras que 58 actualmente ya no los tienen activos. Eso representa, que el 60 % que han tenido emprendimientos lo tienen activos actualmente y el 40% no los tienen activos.

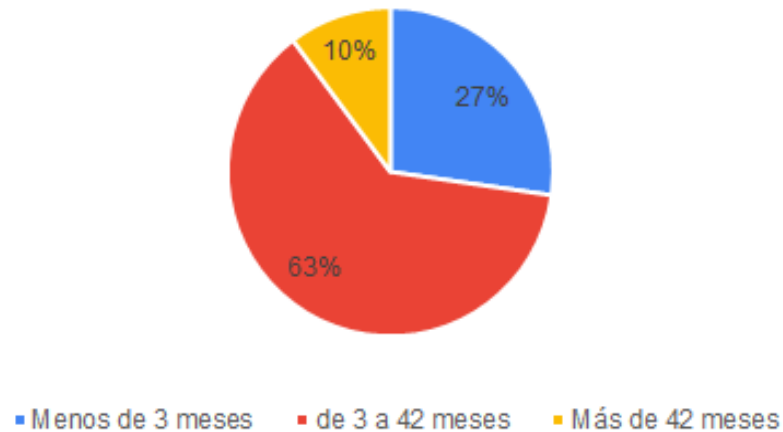
5.1.3.1 Estudiantes de pregrado mujeres de la Universidad del Valle sedes Cali que actualmente tienen activos sus emprendimientos

Para el caso de las 88 mujeres que informaron que tenían activos sus emprendimientos actualmente, se evaluaron distintos puntos, y son los siguientes:

La siguiente clasificación se tomó en cuenta por la GEM, la cual clasifica a emprendedores nacientes, como aquellas personas que hayan estado involucrados en el proceso de puesta en marcha de su emprendimiento durante 0 a 3 meses, pero aún no pagan salarios o reciben algún tipo de remuneración. Los emprendedores nuevos con una permanencia en el mercado entre los 3 y 42 meses. Por último, los emprendedores o empresarios establecidos como los individuos cuyas empresas han estado en operación y pagando salarios o generando algún tipo de remuneración por más de 42 meses (GEM, 2021).

Así que, en la evaluación real de la tasa emprendedora de las encuestadas se revisa en qué nivel se encuentra los emprendimientos de estas mujeres y permitiendo revisar qué tan fácil es sostener un negocio en el mercado dirigido por mujeres estudiantes de una universidad pública del departamento del Valle del Cauca como es la Universidad del Valle. Dentro de los resultados que se encontraron de las mujeres y el tiempo que llevan en el mercado sus emprendimientos, fueron los siguientes: 24 entre menos de 3 meses, 55 de 3 a 42 meses, y 9 más de 42 meses.

Figura 48. Tiempo en el mercado en meses de los emprendimientos

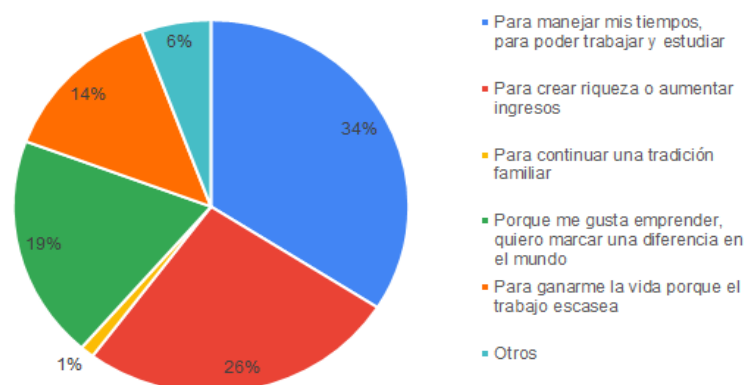


Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

En referencia de los resultados se puede contemplar que el 63% son emprendimientos que tiene en el mercado de 3 a 42 meses, mientras que los de más de 42 meses solo tiene 10%, a lo que se puede deducir la dificultad que tiene las mujeres para sostener un emprendimiento en el mercado hasta volverlo una empresa.

Por lo anterior, se consulta a las encuestadas dos asuntos: 1. las razones para emprender, 2. las dificultades para emprender. La información que se recaudó fue lo siguiente:

Figura 49. Razones para emprender



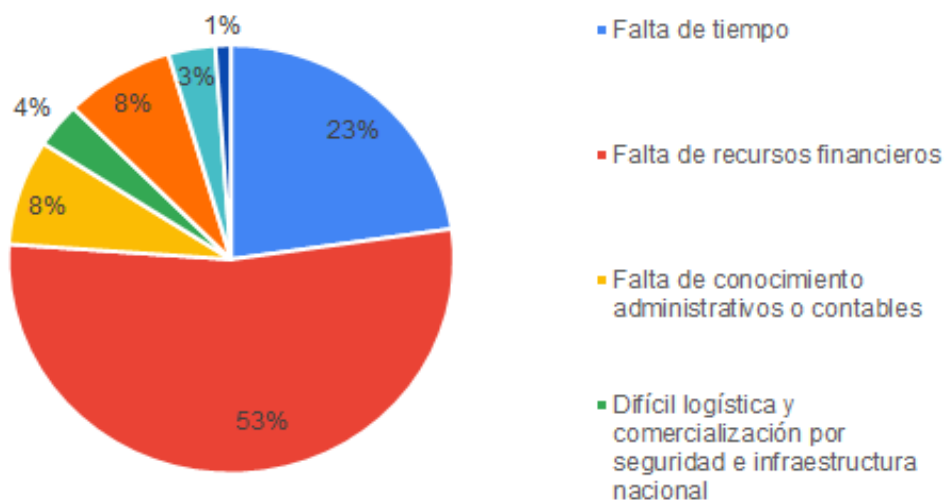
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

En la evaluación de las razones para iniciar los emprendimientos se encuentran los siguientes resultados: 30 estudiantes lo hacen para manejar los tiempos, para poder trabajar y estudiar; 23 para crear riqueza o aumentar ingresos; 1 para continuar una tradición familiar; 17 porque le gusta emprender, y quieren marcar una diferencia en el mundo; 12 para ganarse la vida porque el trabajo escasea; y 5 por otras razones. Lo que representa que el 34% de las mujeres estudiantes de la Universidad del Valle que emprenden lo hacen para manejar sus tiempos, para poder trabajar y estudiar; y solo el 1% lo hace para seguir una tradición familiar.

En las entrevistas, también se encontró que las principales razones para emprender, son: generar ingresos y tener independencia económica dada la difícil situación económica y social, aunque una minoría optó por sacarle provecho a lo que hacían inicialmente como un hobby o por diversión.

Se reconoció como varias manifiestan tener emprendedores en sus círculos cercanos, en la mayoría de los casos en que si los tienen son su madre o su abuela, y en menor proporción un familiar del tercer grado de parentesco en adelante o algún amigo, lo cual esto funciona como una razón o una motivación para seguir o iniciar su negocio.

Figura 50. Dificultades para emprender un negocio



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Dentro de las dificultades más predominantes que se encuentra en el ejercicio de emprender y al éxito de sus emprendimientos de las encuestadas, se halló lo siguiente: 20 estudiantes les falta tiempo suficiente, a 47 les faltan de recursos financieros, 7 les falta de conocimiento administrativos o contables, 3 argumentan que su dificultad es la logística y comercialización por seguridad e infraestructura nacional, 7 dicen que por mucha competencia en el mercado, 3 por altos impuestos, tasas y

mucha burocracia gubernamental, y 1 por todas las anteriores. Lo cual, esto representa que la dificultad más predominante es la de falta de recursos financieros con un 53%, seguido por falta de tiempo con un 23%.

Las entrevistadas en su mayoría manifestaron que las barreras más comunes al emprender son: El acceso a capital y financiamiento, el tiempo que requiere, el hecho de desempeñar otros roles en su día a día (madre, esposa, hija, ama de casa, etc.), no tener las herramientas y conocimientos necesarios para la labor, la dificultad para alcanzar la formalidad del emprendimiento, el conflicto que se genera entre las mujeres (envidias, chismes, etc.) y los obstáculos para llegar a todas partes (por la falta de infraestructura vial, conexión a internet, sí se vive en un lugar rural).

Las entrevistadas argumentan cómo se han apoyado en sus recursos propios (ahorros), préstamos de familiares (principalmente proveniente de la madre), actividades para recolectar fondos (rifas, venta de postres, etc.), para financiar el negocio propio. También han realizado cursos de formación en temas específicos a sus necesidades gratuitos como pagos, han buscado apoyo en recursos en redes e internet (videos, comparaciones, etc.), creatividad, innovación, marketing, manejo del tiempo, manejo de personal, estimar precio, apoyo en conocimientos de la familia administración, contabilidad, todo con la intención de fortalecer las deficiencias en conocimiento que puedan tener y afectar el emprendimiento.

Manifestaron como actividades claves para la administración y la gestión del emprendimiento, el tema de innovación en productos, el contenido estratégico en redes sociales, la elaboración de las etiquetas de sus propios productos, planeación, flujo de caja, resaltan mucho el marketing principalmente el marketing digital ; realizaban actividades muy bien pero mientras iban estudiando y organizando tareas asignado responsables herramientas de apoyo logístico entre otros temas de contabilidad de organización y control.

Sobre los desafíos que enfrentan las emprendedoras por ser mujeres, las entrevistadas reconocen que son más las mujeres que emprenden siendo madres cabeza de hogar, que buscan “la forma de subsistir y salir adelante”. Afirman que la sociedad ve a las mujeres de una forma inferior o sexualizada donde los hombres tienen mayores facilidades y formas de acceder a un trabajo, a un capital, se le atribuye más inteligencia o habilidades en ciertos conocimientos como en el campo tecnológico o de negociación por su sentido de socialización y de fraternidad con otros hombres.

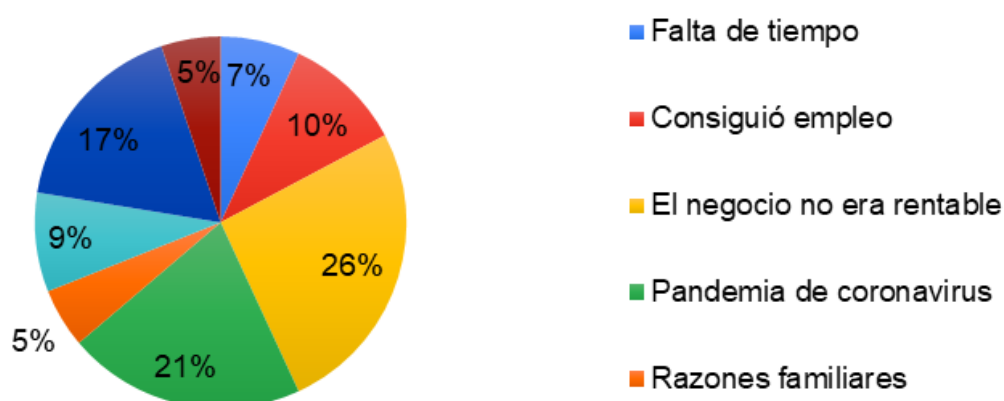
Manifiestan también que las mujeres se enfrentan a muchas actividades más por su condición de sexo, y, aun así, busca en la forma de emprender. Aunque, creen que las mujeres han crecido por ellas mismas y por sus propios esfuerzos que por las oportunidades que se les brinda tanto por la sociedad como el estado. Por otra parte,

otras consideran que depende del sector en el que se encuentren, pues en algunos sectores como se mencionó anteriormente se subestima a la mujer por no tener estos conocimientos o capacidades, así que no les prestan atención o no les creen porque son mujeres (por ejemplo, la ilustración, etc.).

5.1.3.1.1 Razones por la cual no tienen activos los emprendimientos en la actualidad algunas mujeres

Para la muestra que han tenido o tienen un emprendimiento, la cual son 146 mujeres, se pudo percatar que 58 en la actualidad no lo tienen activos, así que se evalúa cuáles son las razones más predominantes para no tenerlos. Estas son:

Figura 51. Razones por las cuales en este momento no tienen activo el emprendimiento



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

De esas 58 mujeres que no tienen su emprendimiento activo se les indago cuales fueron las razones por la cual debieron cerrar su negocio, y se encontró que 4 fue por falta de tiempo, 6 porque consiguió empleo en otro lugar, 15 fue porque el negocio no era rentable, 12 fue por la pandemia de coronavirus, 3 por razones familiares, 5 fue por un cierre planeado por algún motivo, 10 por problemas obtenidos por financiación y 3 por otros motivos. Con esto, nos divulga que las razones más fuertes para cerrar los negocios han sido porque no era rentable y por la pandemia del coronavirus, los cuales representan el 26% y el 21%, respectivamente.

5.1.3.2 Estudiantes mujeres de la Universidad del Valle sedes Cali que no tienen o nunca han tenido un emprendimiento

De la muestra se halló que 239 mujeres no han tenido o no tienen emprendimientos, lo cual representa el 62% de la muestra total. Se pudo evidenciar los siguientes aspectos socioeconómicos:

1. La edad de las que no han tenido o tienen emprendimientos, son: para el caso de las estudiantes de 18 a 24 años son 201 encuestadas, 32 de 25 a 34 años y 6 de 35 a 44 años.
2. El nivel de ingresos es que se hallaron fueron los siguientes: 188 Menos de 1 SMMLV, 45 Entre 1 y 2 SMMLV, 3 mujeres de 2 a 3 SMMLV, 2 de 3 a 4 SMMLV y 1 de 4 a 5 SMMLV.

Ahora bien, para el caso de las estudiantes que dijeron que no tenían o nunca han tenido un emprendimiento, se abordó unas preguntas distintas, la cuales son las siguientes:

Dentro de la evaluación de las razones para iniciar lo emprendimientos se encontraron estos resultados: para 125 mujeres quieren emprender, pero no tienen los recursos (tiempo, dinero, etc.), 20 consideran que no pueden lograrlo, 69 le interesan, pero no saben cómo hacerlo, 21 no les interesa, y no tienen la necesidad y 4 por otras razones.

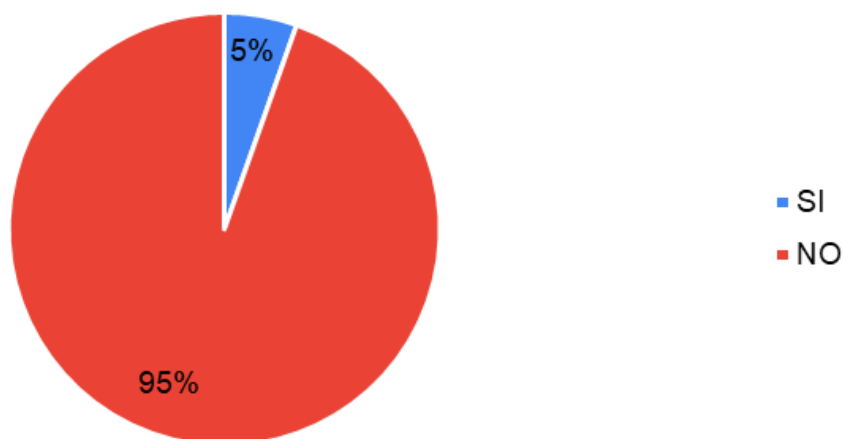
Figura 52. Razones para no emprender



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Como se observa en la gráfica 52, el 52% de las mujeres estudiantes de la Universidad de la Valle sedes Cali, no emprenden porque no tienen recursos (tiempos, dineros, etc.), aunque desean emprender. También, el 29% les interesa, pero no saben cómo emprender.

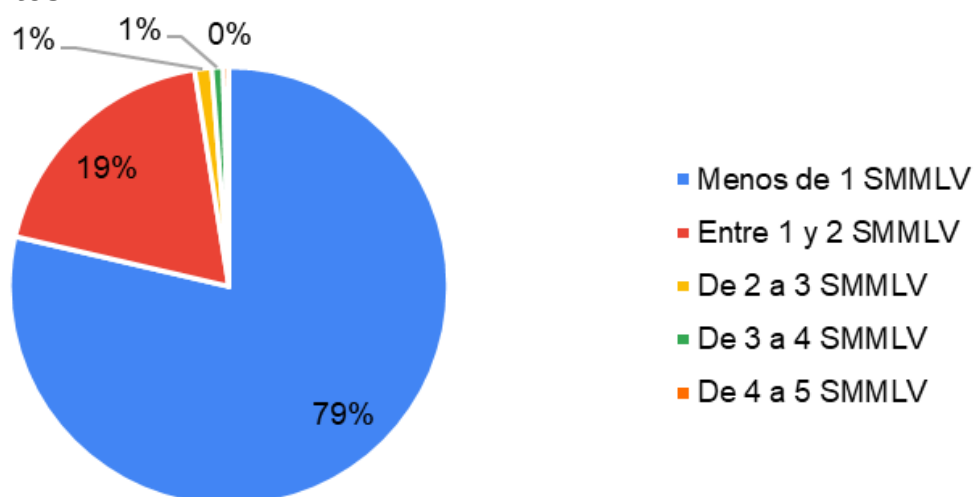
Figura 53. Las mujeres que no han emprendido, pero son madres o están en embarazo



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

De las mujeres que no tienen emprendimiento, las cuales son 239 encuestadas, el 5% son madres o están en embarazo, que representa sólo 13 mujeres, mientras que 226 no son madres o no están embarazadas, siendo un 95%.

Figura 54. Nivel de ingreso de las que no tienen o no han tenido emprendimientos



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

El nivel de ingresos de las mujeres que no tienen o no han tenido emprendimientos es del 79% las que ganan menos de 1 SMMLV y 19% las que reciben o tienen un nivel de ingreso entre 1 y 2 SMMLV. Se puede observar que independiente de que tenga o no emprendimiento, son similares el nivel de ingreso en los dos casos. Esto se deduce, ya que la muestra total de la encuesta tiene una tendencia a los mismos resultados en específico.

Figura 55. Razones por la cual no emprende



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

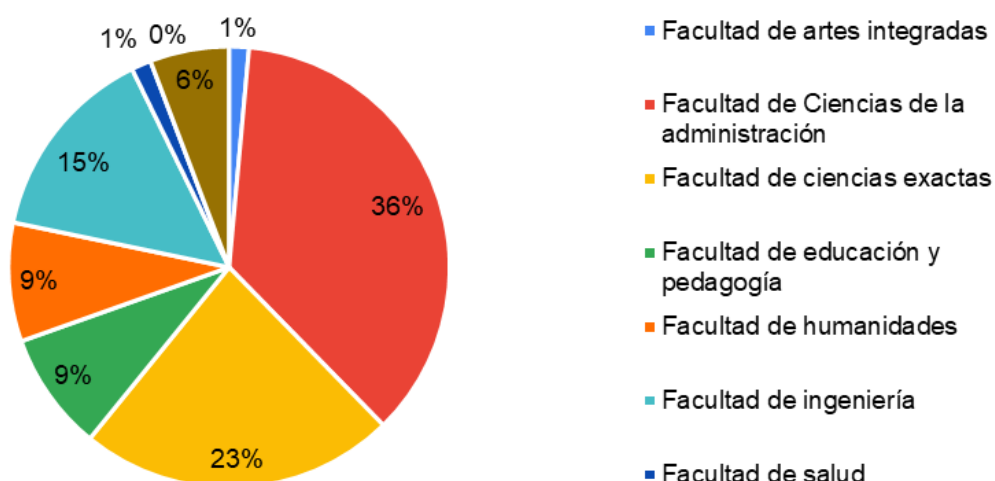
En la evaluación de las razones por la cual las mujeres que tienen un nivel de ingreso de menos de 1 SMMLV y no tienen emprendimientos se encontró que el 51% quiere, pero no tiene los recursos suficientes y el 31% le interesa emprender, pero no sabe cómo hacerlo.

En el ejercicio de las entrevistas se encontró que la percepción de las entrevistadas es que las mujeres en el ejercicio de emprender deben además liderar con cosas de la casa o criar a sus propios hermanos (si no son madres propiamente). Además, su percepción es que la sociedad apoya más los emprendimientos de los hombres o se siente más segura con el de ellos, una entrevistada aseguró “un hombre tiene más facilidad para dedicarse a otras cosas y no encargarse de las tareas del hogar”. Por ejemplo, su madre que ha emprendido, pero al ser madre soltera le toca conseguir un empleo porque no le alcanza los ingresos para sostener a sus dos hijas. Aunque las entrevistadas reconocen que el camino de emprender es más fácil para los hombres, entienden que el emprendimiento no es exclusivo para ellos.

5.1.3.2.1 Estudiantes mujeres de la Universidad del Valle sedes Cali que no tienen o nunca han tenido un emprendimiento, pero quieren emprender

En la evaluación de las razones para no emprender se concluyó que muchas encuestadas no tienen o nunca han emprendido, pero desean emprender, por lo cual para evaluar en profundidad sus áreas de formación se revisó de que facultad son, estos son los resultados:

Figura 56. Las facultades de las estudiantes que les interesa emprender, pero no saben cómo montar un emprendimiento



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

En la evaluación de las estudiantes que no tienen emprendimiento o no han tenido, pero sí desean emprender se encontró que el 36% son mujeres de la Facultad de Ciencias de la Administración (FCA) son 25 encuestadas. Seguido, está la Facultad de Ciencias Exactas con un 23% que representa a 16 mujeres.

Los programas de las estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Administración que les interesa emprender, pero no saben cómo montar un emprendimiento, son los siguientes: Administración Pública 3, Administración de empresas 4, Comercio exterior 9 y Contaduría pública 9.

5.1.3.3 Aspectos exclusivos de las entrevistas

Dentro de los aspectos que se evaluaron de las entrevistadas de manera exclusiva se preguntaron los siguientes temas:

Entidades que reconocen las entrevistadas que aportan el emprendimiento

En las entrevistas se les preguntó a las estudiantes acerca de las entidades públicas o privadas que apoyan a las mujeres emprendedoras, que ellas conocen. Sin embargo, la mayoría de las encuestadas desconoce la existencia de estas, pero reconocen que hay muchos grupos o redes creadas entre mujeres emprendedoras para apoyarse entre sí, como las ferias de emprendimiento femenino. Las entrevistadas quienes sí conocen algunas entidades es porque las han oído nombrar más no porque hayan hecho uso de ellas, las mencionadas fueron: Casa Matria en Cali, el banco de la mujer, Valle INN, alcaldía de Cali, Banco de Bogotá para préstamos ministerio de ciencia con proyectos dirigidos exclusivamente a mujeres y el fondo de la mujer.

Las diferencias entre un emprendedor hombre y una emprendedora mujer

En cuanto a las diferencias que puede haber entre un hombre y una mujer emprendedor, algunas entrevistadas manifiestan que no hay diferencias en capacidades, pero sí en el apoyo que reciben de la sociedad. Por otra parte, algunas creen que la diferencia está en cómo asumen las tareas y las responsabilidades, aseguran que los hombres se quejan más, aunque son más visionarios en cuanto al dinero tienen, son más ambiciosos y se fijan el final no le prestan tanta atención al proceso.

También, hay entrevistadas que consideran que es más fácil emprender para quien tenga los recursos indistintamente del sexo o género. Sin embargo, todas coinciden con que las mujeres son más dedicadas, más meticulosas, las mujeres no están bajo las mismas condiciones que los hombres a la hora de emprender y no tienen los mismos riesgos. Las mujeres tienen muchas más cargas en cuanto a roles y actividades en la misma sociedad. Además, consideran que los hombres poseen mayor liderazgo porque son escuchados con más facilidad y mayor credibilidad.

Hallazgos adicionales de los relatos de las entrevistadas

En el ejercicio de las entrevistas con las emprendedoras y estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle, se recibieron diferentes momentos que pueden denotar algunas manifestaciones de inferioridad o de problemáticas que deben vivir estas mujeres en su ejercicio de tener éxito en su emprendimiento. Estos son los siguientes:

La entrevistada N° 13 tiene dos emprendimientos, uno es de comercialización de ropa y la segunda es su marca como artista musical. Ahora bien, en su relato como emprendedora y dueña de los dos negocios, comenta como ha sido acosada por productores en el sector musical e incluso narra como fotógrafos que ella misma ha contratado su servicio le insinúa temas sexuales, sin importar que hay es una relación meramente laboral. Esto como un ejemplo claro de la sexualización del cuerpo de la

mujer, sin importar que hay una relación formal y que incluso hay un pago de su servicio a los hombres de por medio, pero no se genera ese respeto debido como a una cliente.

La entrevistada N° 12 tiene un emprendimiento de pastelería. Ella también es estudiante, hija de dos padres que trabajan y hermana de un niño de 9 años que debe cuidar. Su día a día es hacer las tareas de la casa (servirle el almuerzo al papá y al hermano, cuidar a su hermano cuando sale del colegio, y hacer todas las tareas para que la casa siempre esté limpia), luego estudiar; y, por último, el tiempo que le sobre dedicarle a su emprendimiento y los pedidos que le hacen. Las tareas de la casa son inamovibles, ya que su madre trabaja y ella por ser la otra mujer de la casa que “no trabaja” debe encargarse de las tareas domésticas.

La entrevistada N° 11 tiene un emprendimiento de elaboración de aceites corporales, y lo tiene en compañía de su novio. Ella afirma que “la gente no toma mucha atención a las mujeres emprendedoras”, incluso relata cómo le ha tocado ir con su pareja a comprar algunos insumos para preparar sus aceites, porque siente que algunos proveedores no le toman la atención suficiente, “no ven lo que digo de manera seria”. Así que, ve en la compañía de su novio un respaldo a la hora de ir a comprar.

En el ejercicio de las entrevistas se encontraron varios asuntos relevantes. Uno, es que las mujeres que emprendieron con sus parejas, a la hora de la descripción de las tareas que hace cada uno, se observa como la mujer tiende a hacer más que sus novios. Dos, es que en la mayoría de los casos las mujeres entrevistadas tienen una madre que son o fueron emprendedoras o que las motivan a tener su propio negocio. También, se pueden encontrar casos en los que la familia (hombres o mujeres) son emprendedores.

5.2 Relación de los aportes teóricos, conceptuales y legales con las características de las mujeres emprendedoras de la universidad del valle, a través de fuentes primarias y secundarias

En contraste sobre la razón para emprender no dista mucho el resultado obtenido por GEM al de este estudio, pues la mayoría sigue emprendiendo por las mismas razones o similares. Según los estudios de la GEM, se emprende por necesidad y oportunidad, sin embargo las mujeres emprendieron más por necesidad con un 45,7% que por oportunidad con un 37,1% para los años de 2012 y 2013; y también que detrás de esa decisión de emprender hay varias motivaciones, para el año 2020 en este mismo estudio el 77% de la población encuestada seleccionó como motivación para emprender la opción “para ganarme la vida porque el trabajo escasea”; en segundo

lugar, está “para marcar una diferencia en el mundo” con 62,9 %; “para crear riqueza o una renta muy alta” en tercer lugar con 61,6 %; y finalmente, “para continuar una tradición familiar”, la cual fue seleccionada solo por el 37,1 % de la población encuestada.

En el caso de este estudio aplicado a las estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle se encontró que las razones para emprender son las siguientes: el 34% de las mujeres emprenden para manejar sus tiempos, para poder trabajar y estudiar; el 26% para crear riqueza o aumentar ingresos; el 19% porque les gusta emprender o quieren marcar una diferencia; el 14% para ganarse la vida porque el trabajo escasea y sólo el 1% lo hace para seguir una tradición familiar. En las entrevistas, también se encontró que las principales razones para emprender, son: generar ingresos y tener independencia económica dada la difícil situación económica y social, aunque una minoría optó por sacarle provecho a lo que hacían inicialmente como un hobby o por diversión.

En cuanto al tema de innovación de los productos y servicios que ofrecen los emprendedores según la GEM (2020), el 61% de lo que se vende en Colombia no es un producto o servicio nuevo, y solo el 4% es un producto nuevo en el mundo, lo anterior se pudo evidenciar en el desarrollo de las encuestas y las entrevistas pues en general lo que ofrecen es algo que ya existía, pese a que cada una le imprime su particularidad, principalmente se relacionan con la compra y venta de diferentes productos, y la elaboración de otros como artesanías.

Sobre la educación en emprendimiento, se evidenció que muchas de las participantes han emprendido, pero realmente no saben cómo hacerlo o tienen falencias en algunos temas administrativos (contabilidad, planeación, recursos humanos, entre otros), pese a que con la Ley 1014 de 2006 el gobierno intenta incentivar una educación emprendedora transversal en el plan educativo de los colegios y la necesidad de que se aplique también en instituciones de educación superior (IES). Aunque se deduce que también puede ser un reflejo de las causas que arrojó los datos por la GEM en 2019, en el cual especifica como en la etapa de formación profesional y escolar, el emprendimiento bajó su calificación en comparación con los años anteriores. Además, dentro de la evaluación de los componentes de la educación superior para la educación emprendedora, se encontró que la enseñanza de creación de empresas tiene un puntaje bajo por los encuestados a nivel nacional. Esto puede ser una oportunidad para la Universidad del Valle y para las IES en general para fortalecer sus programas y fomentar la cultura del emprendimiento mediante acompañamiento y capacitaciones a sus estudiantes en sus proyectos de emprender.

6. CONCLUSIONES

Las mujeres debido a los diferentes roles que han desempeñado en la sociedad a lo largo de la historia, han tenido que enfrentar más obstáculos y barreras para ser exitosas en su andar como empresarias o emprendedoras en comparación con los hombres. Muchas de ellas han logrado mantener sus emprendimientos aun con su rol de maternidad, ya que el embarazo y la maternidad pueden ser componentes determinantes para que la mujer aplase o no pueda llevar a cabo el emprendimiento de forma más fácil que los hombres. Sin embargo, puede ser también un elemento impulsor para emprender con el fin de obtener más ingresos.

En la actualidad, Colombia se encuentra con un panorama de una TEA de la mujer inferior que la del hombre, cifra que ha estado constante por 14 años. El problema radica en la ineficiencia del gobierno en términos de la política pública, para resolver este asunto que lleva más de una década y media. Entendiendo que no ha sido eficiente aun sabiendo que el emprendimiento aporta no solo a productividad sino también a la economía del país.

A lo anterior se suma que según la GEM (2014), las mujeres tienen un reto bastante grande en términos de volver sus negocios de emprendimientos a empresas establecidas, por lo cual implica que no sé formalice muchas posibles empresas que por años han sido informales y así reduciendo la posibilidad de que no aporte al PIB y a los empleos del país. Este acontecimiento se puede deducir por la sobrecarga que tiene la mujer en términos de las tareas del cuidado y el círculo de pobreza que vive Colombia que no permite que se tenga los recursos suficientes para sostener en el mercado o invertir lo requerido a los negocios.

Castiblanco Moreno (2017), considera que la vinculación de las mujeres al mercado laboral es un elemento central en su proceso de empoderamiento, y el emprendimiento es una herramienta clave para el logro de este objetivo. Sin embargo, para Montserrat (2009) las mujeres en la actualidad ingresaron el mercado laboral, pero con dificultades y limitaciones, las que halló fue, las siguiente: Los techos de cristal en términos de salario, doble trabajo por la doble jornada en casa y en la empresa, sexualización del cuerpo de la mujer (acoso laboral), cargos feminizados, altos cargos de poder en dirección de hombres y micromachismos en la cotidianidad laboral.

Es así que, se elaboró el siguiente estudio con el objetivo de analizar los elementos socioeconómicos que determinan el inicio y sostenimiento de los emprendimientos de mujeres estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle en las sedes Cali, y se realizó mediante una investigación de tipo descriptiva y cualitativa en la que se elaboran descripciones claras de los datos obtenidos sobre los estudios realizados por

la GEM en Colombia y en Cali. De las fuentes primarias se aplicó una encuesta a una muestra de 385 estudiantes de pregrado de las sedes Cali y se realizaron 14 entrevistas, la cual permitió las siguientes conclusiones:

De las mujeres encuestadas el 83% tienen entre 18 a 24 años y el 17% tiene más de 25 años. En términos de ingresos el 79% gana menos de 1 SMMLV y el 21% gana más de 1 SMMLV. Por último, en términos de maternidad de las 385 estudiantes encuestadas 24 son madres o están embarazadas, eso representa tan solo el 7%.

De la muestra total de las mujeres encuestadas estudiantes de la ciudad de Cali, 146 tienen o han tenido un emprendimiento, mientras que 239 nunca han tenido, eso representa el 62% y el 38%, respectivamente. De las 146 mujeres que sí tienen o han tenido emprendimientos, 88 encuestadas los tienen activos en este momento, mientras que 58 actualmente ya no los tienen activos. Eso representa, que el 60 % que han tenido emprendimientos lo tienen activos actualmente y el 40% no los tienen activos.

Según los resultados de la muestra, las mujeres estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle emprenden para manejar su tiempo de estudiar y trabajar y para conseguir más dinero con un 60% entre las dos causas. Lo curioso es que las razones por la cual no siguen con su emprendimiento son por falta de dinero y tiempo con un 53% y 33%, respectivamente. Se deduce que sucede esto último, por la demanda que solicita de estos recursos cada vez que se vuelve más grande el negocio y entra a requerir más exigencias.

Las entrevistadas en su mayoría manifestaron que las barreras más comunes al emprender son: El acceso a capital y financiamiento, el tiempo que requiere, el hecho de desempeñar otros roles en su día a día (madre, esposa, hija, ama de casa, etc.), no tener las herramientas y conocimientos necesarios para la labor, la dificultad para alcanzar la formalidad del emprendimiento, el conflicto que se genera entre las mujeres (envidias, chismes, etc.) y los obstáculos para llegar a todas partes (por la falta de infraestructura vial, conexión a internet, si se vive en un lugar rural). Normalmente el problema de la falta de dinero para el negocio lo solventan con sus recursos propios (ahorros), préstamos de familiares (principalmente proveniente de la madre) y actividades para recolectar fondos (rifas, venta de postres, etc.).

Con la encuesta también se encontró que las razones por la cual no tienen activos los emprendimientos que tienen, son: porque no era rentable y por la pandemia del coronavirus, los cuales representan el 26% y el 21%, respectivamente. Estos dos, dejan un reto en general para los entes que apoyan la labor de emprender; en el caso de la Universidad del Valle en su importante rol hacia la sociedad podría plantear apoyo en conocimiento y en herramientas a las mujeres que cierran su emprendimiento por baja rentabilidad, ya que esto se puede deducir que sucedió porque no tenía un bien o servicio totalmente innovador o no sabía los aspectos administrativos suficientes para mantenerse en el mercado. Así que, sería importante poder implementar una incubadora de innovación y realizar talleres constantes en conocimiento y manejo administrativo.

Se encontró que el 52% de las mujeres estudiantes de la Universidad de la Valle sedes Cali, no emprenden porque no tienen recursos (tiempos, dineros, etc.), aunque desean emprender. También, el 29% les interesa, pero no saben cómo emprender. La Universidad en su rol de promover la cultura emprendedora podría incentivar con capacitaciones y con la generación de enlaces con proyectos en conjunto a capitales semilla para que puedan aplicar los estudiantes y la comunidad universitaria en general, ya que el 81% de las estudiantes mujeres de pregrado de la universidad tienen el deseo de emprender.

Genera un poco de curiosidad el hecho de muchas de las encuestadas no saben cómo emprender, pero desean montar su propia empresa, el 36% de ellas hacen parte de la Facultad Ciencias de Administración, por lo que se esperaría que la universidad brindará los conocimientos necesarios para que sus estudiantes sean emprendedores o empresarios más que una formación encaminada en realidad para ser un empleado.

Las entrevistadas que si conocen algunas entidades que aportan para el emprendimiento de las mujeres son porque las han oído nombrar, más no porque hayan hecho uso de ellas, las mencionadas fueron: Casa Matria en Cali, el banco de la mujer, Valle INN, Alcaldía de Cali, Banco de Bogotá para préstamos ministerio de ciencia con proyectos dirigidos exclusivamente a mujeres y el fondo de la mujer. En esto se pudo observar, que las entrevistadas no conocen los programas de la Universidad del Valle que existen en la actualidad, los cuales son “emprendedores Univalle” y los nuevos programas como el pregrado “Gestión de emprendimiento e innovación” y el consultorio empresarial de la universidad, por lo que podría hacerse mayor difusión de estos programas con el fin de beneficiar a la comunidad universitaria que tiene interés en emprender.

En conclusión se puede deducir que los elementos socioeconómicos que determinan el inicio y sostenimiento de los emprendimientos de las mujeres estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle en las sedes Cali, son los recursos como el tiempo, ya que hacen su carrera profesional como actividad principal y la mayoría de entrevistadas debían apoyar con alguna tarea adicional en la casa o las tareas del cuidado del hogar por el hecho de que son mujeres y es el rol que se les ha asignado; y el dinero, para la compra de los insumos de su negocio o incluso para su sostenimiento propio, ya que el 79% devenga un ingreso de menos de 1 SMMLV.

Dentro de las limitaciones que se tuvo en la realización de la investigación, se puede contemplar la no presencialidad para aplicar la entrevista o encuesta, sin embargo, se resolvió con el apoyo de la tecnología asistida. Se puede garantizar que esta investigación brindó a nuestras carreras como profesionales en Administración de empresas y mujeres, un conocimiento frente a la problemática que existe en el mercado de los negocios, que nos permite darle trámite desde cualquier cargo en el que estemos para brindar desde nuestras funciones un apoyo para reducir cualquier escenario vulnerable que ponen en inferioridad a las mujeres. También, para exponer

a la Universidad del Valle y al país, la problemática que hay y persiste en la actualidad con la figura de emprendimiento femenino.

7. BIBLIOGRAFÍA

Agencia de noticias Univalle (s.f.). Lo que pasa en la U. Pregrado en Gestión del Emprendimiento y la Innovación obtiene registro calificado del MEN. <https://www.univalle.edu.co/lo-que-pasa-en-la-u/pregrado-en-gestion-del-emprendimiento-y-la-innovacion-obtiene-registro-calificado-del-men>

Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional Intec. Chile: Intec.

Camacho Corredor, Dolly Yazmín (2007). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. Apuntes del Cenes, 27(43),275-292. [fecha de Consulta 30 de diciembre de 2021]. ISSN: 0120-3053. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=479548750012>

Castiblanco-Moreno, S. E. Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá. Sociedad y Economía, (34), 211-228. <https://www.doi.org/10.25100/sye.v0i34.6479>

Delgado Osorio y Aragon Vasquez 2013 Caracterización sobre el desarrollo del emprendimiento en los estudiantes de la universidad del valle - sede regional palmira en el año 2013, Universidad del Valle <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/16112/CB-0522848.pdf?sequence=1>

Castrillón G. M. y Ricaurte J. C. (2008). Caracterización de la mujer emprendedora en Colombia, fundación universitaria del Norte. <https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/131/32785746.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dirección de Extensión y Educación Continua / (sf) Programa emprendedores Univalle. Consultado en 2021. <http://extension.univalle.edu.co/index.php/programa-emprendedores-univalle>

Drucker, Peter. (1985) La innovación y el emprendimiento como disciplina determinada y sistemática

DRUCKER Peter. (1989) Innovación y emprendimiento.

Facultad de Ciencias de la Administración (2021). Univalle pone al servicio del sector empresarial consultorio en Ciencias de la Administración.
<https://administracion.univalle.edu.co/noticias/item/514-univalle-pone-al-servicio-del-sector-empresarial-consultorio-en-ciencias-de-la-administracion>

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina: Publicación INTA.

Gámez, J. (enero-junio de 2008). El emprendedor, hacia una nueva caracterización en Colombia. Management. Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales, XVII (29), 17-32.

Gartner, W. (1985, octubre). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. The Academy of Management Review, 10(4), 696-706.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia Caribe 2010. Reporte de resultados GEM Colombia Caribe 2010.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Informe GEM Cali 2012-2013

Herrera Guerra, C. E., & Montoya Restrepo, L. A. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. Punto De Vista, 4(7).
<https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.441>

Herrera & Montoya 2013. El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización.

Hidalgo Proaño (2014). The Culture of Entrepreneurship and education. Guayaquil, Ecuador

Jiménez Sureda, Montserrat (2009). La mujer en la esfera laboral a lo largo de la historia. Manuscrits. Revista d'història moderna Núm. 27 Pág. 21-49

Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. Journal of Economic Literature, 35(1), 60-85.

Kirzner, I. (1999). Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur. Review of Austrian Economics, 11, 5-17.

Moncayo, P. (2008, enero-junio). Emprendimiento: un concepto que integra el ser y el hacer del sujeto. Management, Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales, XVII (29), 33-48.

Mesa Escobar, J. E. (2014). Esfera pública: entre lo político y la política en la construcción de la opinión política. Forum. Revista Departamento de Ciencia Política, 2(5), 105–117. Recuperado a partir de
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/forum/article/view/48919>

Nueno, P. (2009). Emprendiendo hacia el 2020: una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas.

Ordoñez, Daniel & López, Ana & Bravo, Ivonne. (2021). Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación. Población y Desarrollo. 27. 69-91. 10.18004/pdfce/2076-054x/2021.027.52.069.

Osorio & Pereira 2011. Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva
República de Colombia, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2006). Ley 1014, De fomento a la cultura del emprendimiento.

Rodríguez, C. y Jiménez, M. F. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. Innovar, 15(26), 73-89.

Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. The Academy of Management Review, 25(1), 217-226.

Schumpeter, J. (1950). Capitalism, Socialism and Democracy. Nueva York, NY:Harper & Row, Publishers

Timmons, Jeffrey (1989). The Entrepreneurial Mind. Harvard.

Universidad del Valle. RESOLUCIÓN No.073 diciembre 12 de 2005
<http://proxse16.univalle.edu.co/~secretariageneral/consejo-superior/resoluciones/2005/Res.073.pdf>

Valdaliso, J. M. y López, S. (2.000). Historia económica de la empresa. Barcelona: Crítica.

Varela, R. (2001). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. (2.a ed.) Bogotá, Colombia: Pearson Educación

Zorrilla, J. (2009). Las etapas del empresario moderno. Buenos Aires, Argentina: El Cid Editor. www.gemconsortium.org/

8. ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta

1. Correo:
2. Cómo se reconoce: Mujer ____ Hombre ____ Otro ____
3. Edad: 18-24 ____ 25-34 ____ 35-44 ____ 45-54 ____ 55-64 ____
4. Actualmente, ¿Usted tiene hijos/as o está embarazada?

Si responde que sí

Actualmente, ¿Usted es madre soltera?

Si ____ No ____

Si dice que no, avanza la encuesta

5. Carrera:
6. Facultad:
7. Sede:
8. Semestre:
9. Nivel de ingresos: Menos de 1 SMMLV ____ Entre 1 y 2 SMMLV ____
De 2 a 3 SMMLV ____ De 3 a 4 SMMLV ____ De 4 a 5 SMMLV ____
Más de 5 SMMLV ____
10. Usted ha sido o es actualmente propietaria de un emprendimiento: Si ____ No ____

Si dice que no

- Cuales son razones por las cuales no ha iniciado un emprendimiento:
 - No me interesa, no tengo la necesidad.
 - Me interesa, pero no sé cómo hacerlo
 - Considero que no puedo lograrlo.
 - Quiero, pero no tengo los recursos (tiempo, dinero, etc.)

Si dice que si, avanza la encuesta

11. Actualmente, ¿su emprendimiento está activo o no? si ____ no ____

Si dice que no

- ¿Cuáles de las siguientes razones usted considera que fueron las causas que no le permitió continuar con su emprendimiento?

- No sabe
- El cierre fue planeado
- Consiguió empleo
- Tuvo una buena oportunidad de vender su negocio
- Problemas obtenidos por financiación
- Razones familiares
- El negocio no era rentable
- Pandemia de coronavirus
- Otra

Si dice que si, avanza la encuesta

12. ¿De qué trata su emprendimiento?
13. Su emprendimiento cuánto tiempo lleva en el mercado

- 0 3 meses
- 3 a 42 meses
- más de 42 meses

14. ¿Cuáles fueron las razones para iniciar su emprendimiento?

- Porque me gusta emprender, quiero marcar una diferencia en el mundo
- Para crear riqueza o aumentar ingresos
- Para continuar una tradición familiar
- Para ganarme la vida porque el trabajo escasea
- Para manejar mis tiempos, para poder trabajar y estudiar
- otra

15. ¿Cuál cree que sea la dificultad más predominante para llevar a cabo con éxito su emprendimiento?

- Falta de recursos financieros
- Falta de tiempo
- Falta de conocimiento administrativos o contables
- Altos impuestos, tasas y mucha burocracia gubernamental
- Mucha competencia en el mercado
- Difícil logística y comercialización por seguridad e infraestructura nacional
- Otras

16. ¿Podrías ayudarnos con una entrevista corta? si tú respuesta es positiva, por favor deja tú teléfono celular

ANEXO 2: ENTREVISTA

1. Correo:
2. Cómo se reconoce: Mujer ____ Hombre ____ Otro ____
3. Edad: 18-24 ____ 25-34 ____ 35-44 ____ 45-54 ____ 55-64 ____
4. Actualmente, ¿Usted tiene hijos/as o está embarazada?

Si responde que sí

Actualmente, ¿Usted es madre soltera?

Si ____ No ____

Si dice que no, avanza la encuesta

5. Carrera:
6. Facultad:
7. Sede:
8. Semestre:
9. Nivel de ingresos: Menos de 1 SMMLV ____ Entre 1 y 2 SMMLV ____
De 2 a 3 SMMLV ____ De 3 a 4 SMMLV ____ De 4 a 5 SMMLV ____
Más de 5 SMMLV ____
10. Usted ha sido o es actualmente propietaria de un emprendimiento: Si ____ No ____

Si dice que no

- Cuales son razones por las cuales no ha iniciado un emprendimiento:
- No me interesa, no tengo la necesidad.
- Me interesa, pero no sé cómo hacerlo
- Considero que no puedo lograrlo.
- Quiero, pero no tengo los recursos (tiempo, dinero, etc.)

Si dice que si, avanza la encuesta

11. Actualmente, ¿su emprendimiento está activo o no? si___ no___

Si dice que no

- ¿Cuáles de las siguientes razones usted considera que fueron las causas que no le permitió continuar con su emprendimiento?

- No sabe
- El cierre fue planeado
- Consiguió empleo
- Tuvo una buena oportunidad de vender su negocio
- Problemas obtenidos por financiación
- Razones familiares
- El negocio no era rentable
- Pandemia de coronavirus
- Otra

Si dice que si, avanza la encuesta

12. ¿De qué trata su emprendimiento?

13. Su emprendimiento cuánto tiempo lleva en el mercado

-0 3 meses

-3 a 42 meses

-más de 42 meses

14. ¿Cuáles fueron las razones para iniciar su emprendimiento?

- Porque me gusta emprender, quiero marcar una diferencia en el mundo
- Para crear riqueza o aumentar ingresos
- Para continuar una tradición familiar
- Para ganarme la vida porque el trabajo escasea
- Para manejar mis tiempos, para poder trabajar y estudiar
- otra

15. ¿Cuál cree que sea la dificultad más predominante para llevar a cabo con éxito su emprendimiento?

- Falta de recursos financieros
- Falta de tiempo
- Falta de conocimiento administrativos o contables
- Altos impuestos, tasas y mucha burocracia gubernamental
- Mucha competencia en el mercado
- Difícil logística y comercialización por seguridad e infraestructura nacional
- Otras

16. ¿Por qué emprendió? ¿Cuáles son o fueron las razones por la cual emprendió?

17. ¿Cuáles son las principales barreras o dificultades que se encontró en su ejercicio como emprendedora?
18. ¿Qué elementos le ayudaron o le facilitaron a seguir emprendiendo con éxito?
19. ¿Cuál cree que sean los desafíos que deben vivir las mujeres emprendedoras por el hecho de ser mujer?
20. ¿Cree que el ejercicio de emprender es una actividad exclusiva del hombre?
21. ¿Qué entidades usted conoce que apoyan exclusivamente y no exclusivamente a la mujer en su emprendimiento?