



Así somos y así salimos adelante, un acercamiento al perfil de la mujer emprendedora

That's how we are and that's how we got ahead, an approach to the profile of the enterprising woman

FORERO, Lida A. [1](#)

Recibido: 03/08/2019 • Aprobado: 03/08/2019 • Publicado 05/08/2019

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Metodología](#)
- [3. Resultados](#)
- [4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

Establecer los rasgos de la personalidad de mujeres emprendedoras en regiones que presentan un crecimiento económico representativo a todo nivel requiere el conocimiento sobre el aporte de ellas a este hecho; así como establecer quiénes son y cómo se definen, desde aspectos de la personalidad hasta sus características demográficas; a partir de los hallazgos se puede inferir que son mujeres maduras, casadas, de estrato social medio, son arriesgadas, soñadoras, tenaces, trabajan solas y evitan dar opiniones comprometidas.

Palabras clave: Emprendimiento, género, perfil, demografía

ABSTRACT:

Establishing the personality traits of women entrepreneurs in regions that represent representative economic growth at all levels, requires knowledge about their contribution to this fact; establish who they are and how they are defined, from aspects of the personality to their demographic characteristics; from the findings it can be inferred that they are mature, married women of medium social status, are risky, dreamers, tenacious, work alone and avoid giving committed opinions

Keywords: Entrepreneurship, gender, profile, demography

1. Introducción

Las mujeres de Colombia y de la mayoría de países del mundo han vivido en lo que se ha denominado la cultura patriarcal que considera a la mujer como un ser subordinado, destinado a desarrollar actividades importantes pero consideradas secundarias por la sociedad. Las mujeres han desarrollado un trabajo para lograr conquistar:

1. La igualdad de derechos sociales, económicos y políticos.
2. La creación de movimientos globales favorables a las mujeres.
3. El desarrollo de proyectos estratégicos (económicos, políticos y culturales) que

contribuyan a emancipar a las mujeres y a superar la cultura patriarcal.

4. La superación de las diferentes formas de violencia que agreden la dignidad de la mujer.

El trabajo de concientización, organización y movilización de las mujeres ha logrado importantes avances durante los últimos 50 años; es así como Colombia muestra una favorabilidad del 61.8% para la creación de emprendimientos femeninos. "Colombia ocupa el tercer lugar en Latinoamérica, cuenta con programas de capacitación para PYME bien desarrollados y ofrece amplio acceso a la educación a nivel universitario a las mujeres". (Mprende, 2014). A pesar de esto, según el Banco Interamericano de Desarrollo, "La mujer latinoamericana: más educada, peor pagada. Pese a tener más años de educación que los hombres, aún se concentran en ocupaciones peor remuneradas como la enseñanza, la salud o el sector servicios. Al comparar hombres y mujeres de la misma edad y del mismo nivel educativo, los hombres ganan un 17% más que las mujeres en América Latina. La brecha salarial ha venido cayendo en los últimos años, pero a un ritmo aún lento". (BID, 2012).

Una comparación de hogares representativos en 18 países de América Latina y el Caribe, encontró que, a pesar de las disposiciones gubernamentales, los cambios de actitud y culturales, aún prevalecen viejas costumbres que entorpecen los avances hacia un mundo más equitativo "Las decisiones de matrimonio, educación y trabajo han evolucionado, la visibilidad de las mujeres en casa, escuela, en los mercados de trabajo y en la sociedad ha evolucionado también" (Ñopo, 2012). "Según la Universidad de Columbia, las mujeres que ganan menos que sus pares masculinos tienen un riesgo 4 veces mayor de sufrir depresión y 2,4 veces mayor de padecer trastornos de ansiedad. Paradójicamente, esta brecha se verifica incluso en áreas en las que las mujeres han demostrado acabadamente estar tanto o más capacitadas que los hombres para desenvolverse, por ejemplo en el ámbito de la Economía Creativa" (BID, 2012); Igualmente Maru Kopelowicz, quien cuenta con una exitosa trayectoria de 20 años en el campo de la publicidad expresó "En contraposición a valores considerados masculinos, como dominancia, fuerza física, arrogancia, rigidez y competitividad, los valores femeninos como originalidad, espíritu libre, empatía, intuición y trabajo en equipo son precisamente los que las industrias están necesitando cada vez más." (Luzardo, 2016).

Ante este contexto surge la pregunta, ¿Cuáles son los rasgos de la personalidad de las mujeres que participan en emprendimientos económicos con más de 10 empleados y una duración de cinco o más años en las provincias de Guanenta y Comunera de Santander (Colombia)?, para dar una respuesta aceptable a este interrogante se realizó una investigación exploratoria descriptiva con enfoque mixto, aunque predominan los elementos cualitativos, se trabajó con empresas registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga en las provincias de Guanenta y Comunera, considerando empresas dinámicas aquellas con más de 5 años en el mercado y más de 10 empleados, la muestra seleccionada fue escogida a conveniencia del investigador, donde se encontraran las representantes legales y directivas de empresas que cumplieran con estas condiciones.

1.1. Aproximaciones al Estado del Arte del emprendimiento femenino

La definición sobre emprendimiento se plantea desde diversos puntos de vista, pero todas abordan el estudio del tema como la base para el desarrollo y toma como eje al emprendedor, como lo sugieren en sus afirmaciones pensadores reconocidos en el tema.

Imagen 1

Planteamientos en emprendimiento



Elaboración: La autora

El fenómeno del emprendimiento no solo estudiado desde el hecho mismo de emprender sino teniendo en cuenta además otras variables como la alta competitividad de los mercados y la naturaleza de los productos, deja entrever las características de la personalidad de aquellos encargados de tomar decisiones; es así como se asevera en un estudio realizado en la ciudad de Barranquilla, Colombia, que "demuestra que hay una alta relación en la productividad de una empresa, a la hora de considerar las características en los empleados como son: la innovación y la proactividad" (Hernández, Naranjo, Herrera, & Ordoñez, 2018). Por otra parte, según Pilar Ortiz García, existen cuatro dimensiones en las que se debe actuar para potenciar el trabajo femenino en un mundo dominado por la esencia masculina: 1. dimensión social, la mujer demanda el fomento de una cultura emprendedora que canalice la formación de dicho espíritu y contribuya a visibilizar y reconocer su papel en el emprendimiento. 2. dimensión personal, el discurso de las mujeres emprendedoras revela la importancia concedida a la formación como factor de apoyo al emprendimiento, lo que recomienda acometer programas de formación específicos para mujeres emprendedoras. 3. dimensión familiar, aunque no es un elemento recurrente en el discurso de éstas, sigue presentando un sesgo de género importante, como pone de manifiesto la argumentación sobre la corresponsabilidad -de las emprendedoras- frente al de la conciliación como "derecho" a disfrutar de la familia -de los emprendedores-. 4. dimensión económico-financiera, que si bien no se encuentra especialmente presente en el discurso de las emprendedoras como un problema, adquiere la importancia de factor facilitador (Ortiz, 2017).

Estudios sobre las condiciones en países como Colombia que cuentan según diversas instituciones con entornos dispuestos para el fomento al emprendimiento, situación que se repite en Latinoamérica, concluyen que: "junto a la generación de grandes empresas, se crea un tejido empresarial interesante de incentivo al emprendimiento, pues son estas empresas de gran tamaño que a través de programas y proyectos incentivan, aceleran y plasman los emprendimientos generalmente en cada una de sus líneas de negocios" (Aguirre & Flóres, 2018); sin embargo se debe tener en cuenta que la mayor parte de las empresas femeninas de nuestra región han sido conformadas por auto-emprendimiento de las mujeres.

El emprendimiento femenino aborda diferentes aristas y es posible inferir, según estudios, el difícil trasegar de las mujeres en los sectores económicos y empresariales en diversas culturas y a través del tiempo. Es así como un estudio realizado en Chile sobre el emprendimiento femenino en el siglo XIX concluye que:

La evidencia reveló diferencias significativas entre las estimaciones agregadas y sectoriales de las tasas de participación empresarial, así como diferencias significativas de estas tasas de participación entre los géneros. En conjunto, el espíritu empresarial aumentó de 4 a cerca del 5 por ciento de la población económicamente activa en la ciudad capital entre 1878 y 1893. Pero hubo

importantes diferencias de género. La tasa agregada de participación empresarial fue del 5 por ciento para la fuerza laboral masculina, y para las mujeres aumentó de 2 a 3 por ciento.Pero las estimaciones a nivel de sector indican que las tasas de participación empresarial para los sectores con licencia fueron más altas y las diferencias de género más agudas que las estimaciones agregadas....., pero la contracción en estos sectores para el emprendimiento masculino fue del 15 al 10 por ciento, mientras que la iniciativa empresarial femenina se expandió del 4 al 6 por ciento de la fuerza laboral correspondiente. Dentro de los sectores abiertos al emprendimiento femenino, la expansión de las tasas de participación del emprendimiento femenino fue del 3 al 14 por ciento. (Escobar, 2015).

Las anteriores afirmaciones reflejan los conceptos y condiciones del entorno en el pasado, donde claramente se evidencia un favorecimiento y condiciones apropiadas para empresas y participación empresarial hacia el género masculino.

Vale la pena explorar los principales hallazgos a nivel mundial para emprendimientos femeninos en particular los establecidos por un estudio realizado en la provincia de Irán, que por sus condiciones políticas y culturales presenta una discusión a resaltar:

Los potenciales de autorrealización, el deseo de independencia y el empleo por cuenta propia, el estatus social y el rol de liderazgo, entre otros, son los principales incentivos para las empresarias....El punto es que la cultura de una sociedad forma estos incentivos. La cultura implica asumir riesgos. El respeto por los empresarios en una comunidad puede ser un estímulo suficiente para establecer un negocio. Sin embargo, las políticas de apoyo y la publicidad mediática también pueden ser efectivas y decisivas. (Dastourian, Kawamorita, Somayeh, & Seyyed, 2018).

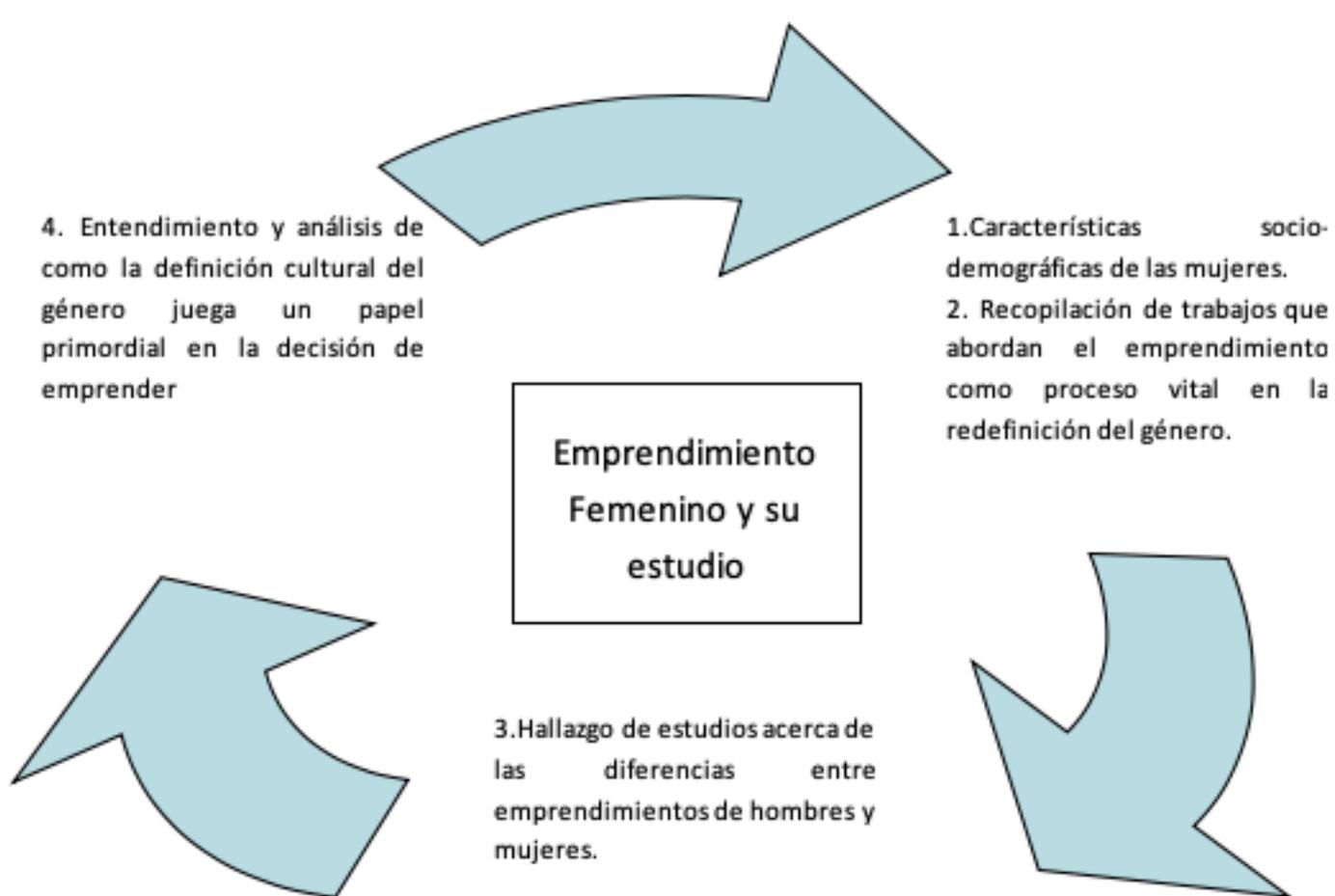
Igualmente es posible discernir sobre comparativos en empresas dirigidas por hombres vs aquellas lideradas por mujeres en donde se afirma:

...las mujeres emprendedoras cuentan con menores estudios que los hombres, lo que las pone en desventaja en el momento de dirigir una empresa. Y aun cuando la mujer tuviera mayor capacitación que los hombres, como es el caso de América Latina, el hecho de no contar con experiencia laboral y /o empresarial previa o formación empresarial (esto debido, entre otras cosas, a que la mujer emprende más joven que el hombre), también las pone en desventaja, lo que se refleja en las diferencias de empresas dirigidas por mujeres, las cuales son más pequeñas y se encuentran en sectores menos rentables. (Saavedra & Elena, 2015).

Igualmente, Castiblanco (2013) en su estudio La construcción de la categoría del emprendimiento femenino, revisa el apareamiento del emprendimiento como categoría teórica y su relación con los emprendimientos realizados por mujeres, identificando cuatro elementos a su haber:

Imagen 2

Elementos que determinan la categoría de emprendimiento femenino



Fuente: La autora, tomado de Castiblanco (2013)

Un eje no menos importante es el tema de la política pública que no se aborda específicamente desde el género, pero que media notoriamente en los apoyos del Estado frente al tema de mujeres y familia, reducción de la pobreza y temas de equidad. Es así como Chamorro, Ceballos y Villa (2013) abordan el enfoque en la política pública: 1) para generar una política de emprendimiento no es condición previa contar con una ley o documento que la impulse, sino con voluntad política y visión clara de lo que se persigue por parte de los actores involucrados, y 2) las entidades gubernamentales que lideran su diseño y ejecución, al igual que sus directivos, deben contar al menos con amplia credibilidad, experiencia y estabilidad. Terjensen, Hessels y Li (2013) investigaron acerca de emprendimiento de mujeres y afirman que se deben tener en cuenta componentes individuales, colectivos y ambientales tales como las instituciones relacionadas con la familia, la prestación del servicio de cuidado de niños, ya que estos aspectos influyen en los niveles de emprendimiento femenino y son considerados como importantes en la toma de decisiones de las mujeres al momento de crear empresa.

Otros estudios abordan el tema desde el ser y los rasgos de la personalidad pero sugieren también unos factores externos; entre ellos Oliveira, Moriano, Laguía y Salazar (2015), quienes afirman que para las mujeres la autoeficacia, la actitud, la norma subjetiva y tener familia empresaria tienen una influencia significativa en la intención de emprender y valores como la benevolencia intervienen negativamente en el hecho de crear empresa para las mujeres.

Para Riaga, Orozco y Mayorga (2008), la tendencia a nivel mundial muestra que las mujeres emprenden menos que los hombres, pero que esta proporción va en alza; teniendo en cuenta este precedente Moreira, Quintanilla y Verdesoto (2016), en su artículo Influencia del género en el desarrollo del emprendimiento, afirman que los vacíos señalados por la literatura encontrada en la revisión que realizan, se relacionan con la necesidad de poder comparar diferentes culturas y regiones y a su vez analizar la correspondencia entre masculinidad y género.

La pregunta, ¿Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: debido a estereotipos, a diferencias biológicas o a escogencias personales? que se realizó Clancy (2007), llega a conclusiones tales como: 1. Las mujeres necesitan dejar de pensar en términos de lo que las detiene y dedicar más tiempo a pensar en términos del querer ser y las elecciones que hacen, 2. Aprender a ceder y 3. Empoderamiento- como una elección.

Es así como Sabater (2018) en su estudio La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género, presenta como factores que inciden en el hecho mismo de emprender la conciliación de la vida familiar y laboral y la adscripción de factores psicológicos y de personalidad basados en rasgos expresivos comunales; concluye el estudio que la mujer elige y organiza su aventura empresarial como un proyecto de vida motivado por su vocación y sus aspiraciones, en la que predomina la realización profesional y la gestión de la vida personal proyectada en muchas ocasiones, sobre el mantenimiento económico y la conformidad con la vida familiar.

1.2. Factor Sociodemográfico

El estudio de los aspectos que inciden en las personas independientemente de su género ha surgido desde hace algún tiempo; según la Comisión Europea, al enfocar el emprendimiento como una actitud, se amplía el alcance de la política empresarial yendo más allá de la eliminación de barreras burocráticas que impiden el desarrollo y crecimiento empresarial, con el objetivo de lograr que más personas deseen convertirse en emprendedores y se preparen para ello; en este contexto la necesidad de realizar más que acercamientos puramente económicos o empresariales, se deben estudiar las variables psicológicas y sociales que impulsan el desarrollo de la conducta emprendedora (Fonseca, Moriano, Languía, & Vasco, 2015); las variables demográficas aplican para perfilar la mujer emprendedora, partiendo de la necesidad de relacionar estas con las conductuales que definen la personalidad del sujeto.

Teniendo en cuenta las propuestas que diferentes teóricos realizan sobre cuáles deben ser las variables demográficas a estudiar, es posible establecer tres etapas en el abordaje de la temática de género: la invisibilidad de la actividad económica de la mujer, las diferencias existentes entre hombres y mujeres y su conversión en desigualdades que dan lugar a las construcciones sociales de género (Guerrero & Gómez, 2014).

Según Bacci, "La demografía como ciencia autónoma ocupa el análisis del sistema demográfico que integra distintos fenómenos como la fecundidad, la nupcialidad, mortalidad, movilidad, migración humana, tanto en sus particularidades como en su interrelación." (Livi Bacci, 1993). Para entender estos aspectos poblacionales propone dos tipos de demografía como son:

Tabla 1
Tipos de Demografía

Demografía Estática	Demografía Dinámica
Es E Estudia las poblaciones humanas en un momento de tiempo determinado	Estudia las poblaciones humanas desde el punto de vista de la evolución en el transcurso del tiempo
La dimensión: número de personas que residen normalmente en un territorio	Se mide: natalidad, nupcialidad, familia, fecundidad, género, edad, educación, divorcio, envejecimiento, mortalidad, migración, trabajo, emigración e inmigración
El territorio: lugar de residencia de las personas que puede globalizarse	Establece estadísticas descriptivas y pueden realizarse <i>análisis demográficos cruzados</i> .
La estructura: clasificación de habitantes según variables de persona.	Datos estadísticos sobre poblaciones son sometidos a análisis predictores o de futuro.

Fuente: (Livi Bacci, 1993)

La importancia de la utilización de las características de la población se da por el entendimiento de su conformación y dinámica, se debe entonces establecer teóricamente, cuáles son las variables de interés en este estudio que condicionan el comportamiento de las

mujeres frente al hecho mismo de emprender, “las características socio-demográficas han sido ampliamente utilizadas en la caracterización del emprendedor” según Davidsson & Wiklund (2009). Subrayan que, a pesar de la contribución de la psicología al estudio del comportamiento emprendedor, debe seguir considerándose el papel predictor de factores socio-demográficos. En la literatura previa los elementos más comúnmente considerados incluyen edad, género, nivel educativo, situación laboral, renta, estado civil o status profesional (Grilo & Irigoyen, 2006). Según la propuesta de Lee y Wong, las variables demográficas y de capital humano tienen notable influencia en las intenciones del individuo (Lee & Wong, 2004), mientras Ruíz, Fuentes, & Ruíz (2014), ante esta perspectiva, determinan estudiar las condiciones demográficas de la población así: edad, estado civil, nivel de estudios, estrato, nivel de ingresos, tipo de vivienda, número de hijos, profesión u oficio.

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

1.3. Rasgos de la personalidad

Los rasgos de personalidad establecen una incógnita sobre si éstos determinan el éxito o fracaso de una actividad empresarial. “Los principales resultados indican que los factores informales (percepción de habilidades para emprender, redes sociales y rol familiar) tienen un efecto significativo sobre la probabilidad de ser mujer emprendedora, mientras que los formales (financiación, políticas de apoyo no económicas y formación) no tienen ningún efecto (Alvarez, Noguera, & Urbano, 2012). Aquellos que inciden en su actitud frente a la vida, establecimiento de prioridades y reacciones en momentos de presión, son condiciones que enmarcan su proceso laboral, para alcanzar este resultado se aplicó un test psicológico, siendo este todo instrumento utilizado con el fin de evaluar una o más de las características que forman parte de la psique del individuo, intentan que la información que se obtiene a través de su realización sea válida y fiable y refleje lo que se pretende medir (Psicología y Mente, 2018).

“El sujeto humano es capaz de actuar por metas lejanas, de anticipar consecuencias futuras y para lograrlas mantener durante largo tiempo actividades con la confianza de lograr objetivos a los que el individuo le asigna el valor de recompensa, esta conducta es mantenida a partir de la fuerza del impulso, de las expectativas de logro y del valor personal del incentivo” (Rojo-Moreno & Moleón-Moscardo, 2001). La prueba 16PF de Catell, fue empleada en la investigación con miras a determinar los rasgos de la personalidad de las emprendedoras, Del Barrio citado por Sanchez, Gómez, & Zambrano (2011), afirma: “aunque el constructo de personalidad es empleado con múltiples acepciones, la mayor parte de las definiciones coincide en que se refiere a las tendencias estables de una persona a comportarse de una manera determinada en diferentes situaciones”.

La tabla 2 resume las principales teorías de la personalidad sobre las cuales se estudia el comportamiento del ser humano

Tabla 2
Teorías de la personalidad

Teoría psicodinámica	La conducta de una persona es el resultado de fuerzas psicológicas que operan
----------------------	---

	dentro del individuo.
Teoría fenomenológica	El ser humano no debe ser comprendido como resultado de conflictos ocultos e inconscientes sino que tiene una motivación positiva
Teoría de los rasgos	Características particulares de cada individuo
Teoría conductual	Un recién nacido viene en blanco y es el ambiente el que determinará su personalidad
Teoría cognitiva	La conducta está guiada por la manera como se piensa actúa frente a una situación
Teoría integradora	Una teoría de la personalidad no puede limitarse solo al consciente o al inconsciente.

Fuente: (Montaño, Palacios, & Gantiva, 2009)

Es importante tener en cuenta para el análisis particular de este estudio, no solo las teorías que estudian la personalidad, sino también los rasgos personales asociados a las mismas, que son los que determinan la personalidad de cada individuo, siendo estos entendidos como una construcción subjetiva en medio de una cultura, y asociados con las competencias o capacidades desarrolladas por los individuos, en este caso por las mujeres.

Tabla 3
Factores a tener en cuenta para la determinación de los rasgos de la personalidad

RASGOS PRIMARIOS	DESCRIPCIÓN
Afabilidad	Tendencia que va desde ser una persona social e interpersonalmente reservada hasta cálidamente implicada.
Razonamiento	Capacidad del individuo para resolver problemas.
Estabilidad	Estilo de afrontamiento de los problemas cotidianos de la vida y sus retos
Dominancia	Tendencia a ejercer la voluntad de uno mismo sobre la de los demás
Animación	Evalúa el grado de espontaneidad y sociabilidad del individuo frente a la seriedad y la inhibición de la espontaneidad
Atención a las normas	Grado en que las normas culturales de lo correcto/incorrecto se han interiorizado y se emplean para gobernar la conducta humana
Atrevimiento	Seguridad en las relaciones sociales y carácter emprendedor del individuo frente a la timidez y retraimiento social
Sensibilidad	Evalúa el grado de empatía, sentimentalismo y gusto por lo estético
Vigilancia	Evalúa el grado de suspicacia, escepticismo, desconfianza frente al polo contrario
Abstracción	Evalúa si el individuo está más orientado a los procesos mentales e ideas que a los aspectos pragmáticos y realistas
Privacidad	Tendencia a la naturalidad y apertura del individuo frente a la tendencia a la privacidad de las emociones

Aprensión	Seguridad y despreocupación del individuo frente a la inseguridad, preocupación y aprensión
Apertura al cambio	Diferencian a individuos tradicionales y apegados a lo familiar frente a aquellos de mentalidad abierta y analítica, innovadores
Autosuficiencia	Mantenimiento del contacto o proximidad, frente al individualismo
Perfeccionismo	La flexibilidad y tolerancia con el desorden y las faltas frente a la organización y la disciplina
Tensión	Está asociada con la tensión nerviosa, impaciencia e intranquilidad

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

1.4. Empresas Dinámicas

No existe una definición universalmente aceptada de empresadinámica; Kantis define como dinámica a aquella empresa que contara por lo menos con quince empleados y no más de trescientos (Kantis, Angelilli, & Moori, 2004). Otras investigaciones definen como firmas dinámicas a aquellas que duplicaron su número de empleados en cinco años y crearon al menos cinco puestos de trabajo; Brüderl & Preisendörfer (2000), definen al emprendedor dinámico como aquel que espera emplear al menos a veinte personas dentro de los primeros 5 años de existencia de la empresa. Autio, citado por Arteaga y Lasio, también encontró que de todos los emprendedores nacientes aproximadamente el 7% tiene expectativas de negocios de alto crecimiento, es decir, que podrán emplear a veinte o más personas en cinco años. Latinoamérica, aunque posee una tasa alta de actividad emprendedora, está muy distante de Norteamérica en cuanto a actividad emprendedora dinámica (5,5% frente a 13%) (Arteaga & Lasio, 2009).

2. Metodología

Este proyecto se llevó a cabo bajo la técnica de un estudio exploratorio descriptivo, dentro de un enfoque mixto, en el que predominaron los elementos cualitativos; se localizó en las provincias de Guanenta y Comunera en el departamento de Santander – Colombia, la población objeto de estudio fue el grupo de mujeres que aparecen registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga como propietarias de empresas y/o representantes legales de las mismas en todos los sectores económicos en la región de alcance del presente proyecto, siendo aplicada la fórmula para determinar el tamaño de la muestra para poblaciones finitas con un error 5%, confianza del 95%, muestra no probabilística por conveniencia y oportunidad del investigador, siendo los siguientes criterios los seguidos para aplicar las herramientas: Disposición de tiempo, aparecer en los listados de Cámara de Comercio activa como dueña de la empresa, para este caso empresas dinámicas consideradas así aquellas con más de 5 años de registradas, en estado activo y con más de 10 empleados en su nómina vigente, de las 110 empresas contactadas 63 cumplieron con estos requisitos. La herramienta utilizada para la recolección de información fue la encuesta, con el diseño de preguntas cerradas para el caso de la determinación del perfil y con la aplicación de la prueba psicotécnica 16 PF, Nombre original "Sixteen Personality Factor Questionnaire (16 PF)". Institute for Personality and Ability Testing, Champaign, Illinois, U.S.A, que determina 16 rasgos de primer orden y cuatro de segundo orden de la personalidad, con la siguiente ficha técnica:

Nombre original: "Sixteen Personality Factor Questionnaire (16 PF)". Institute for Personality and Ability Testing, Champaign, Illinois, U.S.A.

Autor: R. B. Cattell.

Nombre en la adaptación española: Cuestionario Factorial de Personalidad 16 PF.

Adaptación Española: Departamento I+D, TEA Ediciones, S.A, Madrid, 1975.

Administración: Individual y colectiva.

Duración: Variable, 45 a 60 minutos.

Significación: Apreciación de dieciséis rasgos de primer orden y cuatro de segundo orden de la personalidad; posible medida de la distorsión motivacional.

Baremación: Tablas de decatipos para varones y mujeres, adolescentes y adultos.

Se debe tener en cuenta que para asignar rasgos predominantes en las mujeres objeto de estudio, se presentará un análisis de resultados general, según las puntuaciones obtenidas por las evaluadas en cada uno de los 16 factores que contiene la herramienta, las cuales son presentadas en decatipos, en donde de 1 a 4 son puntuaciones bajas (gran desviación), de 5 a 6 valores medios y de 7 a 10 puntuaciones altas (gran desviación).

Para establecer el perfil demográfico de las mujeres emprendedoras de las provincias de Guanenta y Comunera se tienen en cuenta variables como: Edad, estado civil, número de hijos, estrato, tipo de vivienda, nivel de ingresos y nivel de estudios y se incluyó el sector económico al que pertenecen las empresas que lideran

3. Resultados

Los resultados se presentan en dos grandes apartados; el primero abarca el perfil sociodemográfico de la población objeto de estudio y el segundo tiene en cuenta el perfil comportamental o rasgos de personalidad que predominan en las mujeres emprendedoras en empresas de subsistencia

3.1. Perfil Demográfico

Grupo Etario

Un 46% de las mujeres está en el rango de edad entre los 37-48 años, en el porcentaje restante se encuentran las mujeres entre 18 a 35 y mayores de 50 años.

Estado civil

La mayoría son casadas 58%, un 20% son solteras, se debe tener en cuenta que las emprendedoras en empresas dinámicas se encuentran en una relación estable (casadas y unión libre), un 71%.

Número de Hijos

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

Estrato

El 61% pertenece al estrato social 3, un 12% se encuentran en estrato 2 y otro 12% en estrato 4.

Tipo de vivienda

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

Nivel de ingresos

Un 51% gana entre 4 y más de 4 SMLMV, mientras que 35% estima sus ingresos entre 2 y 3 SMLMV.

Nivel de estudios

El 82% son profesionales y de estas el 41% tiene estudios de postgrado, de las cuales un 37% estudia administración de empresas o carreras afines a esta.

Sector económico de las empresas

Un 74% trabaja en el sector económico terciario, en este un 40% de las mujeres dirigen empresas en el sector comercial y financiero, mientras que otro 8% se encuentran en el sector de alimentos y bebidas.

3.2. Perfil Comportamental

“Las mujeres presentan un mayor rendimiento en sus estudios y una tendencia hacia el perfeccionismo en su dedicación y empeño profesional, normalmente no gratifican con salarios adecuados ni promociones de ascenso. Otras han creado sus propias empresas con el fin de ser sus propias jefas y así poder escapar de sistema y relaciones de trabajo que limitan sus posibilidades de desarrollo” (Daeren, 2000); siendo el anterior diagnóstico un fiel retrato de la realidad del país, es fundamental conocer en alguna medida los rasgos de la personalidad de las mujeres emprendedoras en la región. En este informe se presentará un análisis de resultados general, según las puntuaciones obtenidas por las evaluadas en cada uno de los 16 factores que se miden en el test de personalidad, las cuales son presentadas en decatipos, en donde de 1 a 4 son puntuaciones bajas (gran desviación), de 5 a 6 se consideran valores medios y de 7 a 10 puntuaciones altas (gran desviación).

Factor 1 Afabilidad: El 56% tuvo puntuaciones altas, tienden a ser emocionalmente expresivas, dispuestas a cooperar, bondadosas, amables con facilidad para adaptarse, teniendo interés por las ocupaciones que exijan contacto con la gente, fácilmente forman parte de grupos activos.

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

Factor 3 Estabilidad: Un 36% rango 7-10, es decir, con tendencia a ser emocionalmente maduras, estables, realistas acerca de la vida, tranquilas y con buena firmeza interior, así mismo, tienen gran capacidad para mantener una sólida moral de grupo, en algunas ocasiones tienden a ser conformistas sobre todo en el caso de problemas no resueltos.

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

Factor 5 Impulsividad: Un 40%, rango 7-10, tendencia a ser personas activas, charlatanas, expresivas, y en ciertas ocasiones descuidadas, con gran frecuencia son líderes de grupos, sin embargo, pueden llegar a ser impulsivas y de actividad cambiante.

Factor 6 Conformidad grupal: 51% de las mujeres se ubicó en el rango de 5-6, dentro de las puntuaciones promedio, es decir se encuentran en un rango adecuado referente a la media. Mientras que un 26% se encuentran en el rango 7-10, reflejan mayor tendencia a ser mujeres de carácter exigente, dominadas por el sentido del deber, perseverante, responsable, organizado, normalmente son escrupulosas y moralistas, las demás obtuvieron porcentajes dentro de la media

Factor 7 Atrevimiento: el 63% rango de 7-10, son personas sociables, dispuestas a intentar nuevas cosas, espontáneas; sin embargo, pueden despreocuparse por los detalles, e invertir mucho tiempo charlando, con tendencia a ser emprendedoras y estar activamente interesadas por el otro sexo.

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

Factor 9 Suspiciousia: Un 28% de las mujeres presentan un rango 1-4, se adaptan fácilmente, son animadas, interesadas por los demás, colaboradoras del grupo, en ocasiones pueden llegar a ser celosas o manifestar envidia; un 53% se ubicó en el rango de 5-6, dentro de las puntuaciones promedio, es decir se encuentran en un rango adecuado referente a la media.

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

Factor 11 Astucia: Un 44% rango 1-7, suelen ser refinadas, experimentadas, astutas, con cierta frecuencia de cabeza dura y analíticas, se enfocan más en lo intelectual que en lo sentimental.

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

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

Factor 14 Autosuficiencia: El 41% rango 7-10, personas temperamentamente independientes, acostumbradas a seguir su camino, tomar sus decisiones y actuar por su cuenta.

Factor 15 Autocontrol: El 39% rango 7-10, ellas demuestran ser seguras y tener un alto control de sus emociones, es su conducta en general, son cuidadosas, abiertas a lo social, evidencian lo que se llama respeto hacia sí misma, tiene en cuenta la reputación social; en este factor tienden a puntuar alto los líderes eficaces.

Factor 16 Autocontrol: El 49% rango 7-10, reflejan ser tensas, excitables con facilidad, intranquilas, irritables e impacientes; están a menudo fatigadas, son incapaces de permanecer inactivas, dentro del grupo tienen una pobre visión del grado de cohesión, del orden y del mando.

4. Conclusiones

Los resultados del análisis de los rasgos de personalidad predominantes en las mujeres emprendedoras en empresas dinámicas en las provincias de Guanenta y Comunera en torno al emprendimiento, han permitido identificar algunas características coadyuvantes en la esencia de estas mujeres que junto con algunas tendencias en su manera de ser, facilitan el camino hacia el éxito profesional, y por ende a sacar adelante empresas y negocios; estas mujeres se consideran con una tendencia a ser expresivas, se contactan fácilmente con la gente, pertenecen a grupos activos, presentan pensamiento concreto, emocionalmente maduras, estables, realistas acerca de la vida pero se conforman, son seguras, independientes y auto reguladoras, tienen carácter exigente, dominadas por el sentido del deber, perseverantes, son expresivas y descuidadas, con tendencia a ser emprendedoras y a estar activamente interesadas por el otro sexo, son prácticas y escépticas, se adaptan fácilmente, son astutas, con cierta frecuencia de cabeza dura y analíticas, acostumbradas a seguir su propio camino, toman sus propias decisiones y actúan por su cuenta, tienen un alto control de sus emociones, en su conducta en general, son cuidadosas y abiertas a lo social.

El perfil demográfico de las mujeres muestra personas adultas en un rango de edad entre los 37 y 48, con dos o tres hijos en promedio, en una relación estable en su mayoría casadas, son profesionales con posgrados y con estudios principalmente en ciencias de la administración y afines, reciben más de 4 SMLMV, viven en casa propia en estrato socioeconómico 3 y poseen vehículo.

En cuanto a la teoría del emprendimiento femenino es posible deducir una condición en la sociedad actual que tiende a ser incluyente y equitativa, en la que la mujer ha sido considerada desde el principio de los tiempos la base para la edificación de las familias, esto no se ha modificado, y por el contrario se han buscado y generado procesos paritarios que permiten de alguna manera una construcción de tejido social apropiado para todos; el camino ha iniciado y no tiene manera de pararse, pero aún falta trabajo en diversos temas y en muchos países que afectados por otras tantas desigualdades sociales no avanzan para el

común de las personas tan rápido como se quisiera y el tema de género e inclusión presenta por esta condición un retraso más sensible que en los países denominados como desarrollados.

Desde la arista de la metodología es posible ampliar el campo de acción de la investigación de tal manera que se pueda ampliar la muestra para conformarla con emprendedores y no emprendedores, de tal manera que sea posible realizar comparativos con respecto a la personalidad y perfil de unos y otros que permitan considerar la existencia de un efecto causal entre personalidad y emprendimiento.

El tema tratado deja abiertas algunas coyunturas de interés para continuar con la investigación partiendo de lo argumentado, no solo en empresas dinámicas sino determinar los rasgos de personalidad de mujeres que desarrollan sus proyectos productivos en empresas de subsistencia e igualmente el comparativo entre los hallazgos, de tal manera que sea posible el planteamiento o transformación de políticas públicas en los territorios que propendan por mejoras en lo que tiene que ver con condiciones empresariales propias para mujeres, que tengan en cuenta sus particularidades e igualmente con temas de equidad de género.

Referencias bibliográficas

Álvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (31 de Julio de 2012). SSRN. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2043477.

Arteaga, M., & Lasio, V. (2009). Empresas dinámicas en Ecuador, factores de éxito y competencias de sus fundadores. *Revista Latinoamericana de Administración*, 1-19.

Aguirre, J., & Flores, M. (2018). El emprendimiento en Latinoamérica. Un impacto diferenciable para el crecimiento económico entre países de la región. *Espacios*, 2.

BID. (15 de octubre de 2012). BID, Mejorando vidas. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/noticias/articulos/2012-10-15/diferencia-salarial-entre-hombres-y-mujeres%2C10155.html>

Brüderl, J., & Preisendörfer, P. (2000). *Fast-Growing Businesses: Empirical Evidence from a German Study*. Washington: Taylor y Francis LTDA.

Castiblanco, S. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, Vol. XXI, 53-66.

Chamorro, E. T., Ceballos, H. O., & Villa, J. J. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios Gerenciales*, 274-283.

Clancy, S. (2007). ¿Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: ¿debido a estereotipos, a diferencias biológicas o a escogencias personales? *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (38), 1-8.

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

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

Dastourian, B., Kawamorita, N., Somayeh, M., & Seyyed, A. (2018). Women entrepreneurship: Effect of social capital, Innovation and market knowledge. *AD-minister*, 115-130.

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

Escobar, B. (2015). Female entrepreneurship and participation rates in 19th century Chile. *Estudios de Economía*, 67-91.

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

GEM. (20 de abril de 2016). gemconsortium.org. Obtenido de

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

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

Hernández, W., Naranjo, T., Herrera, K., & Ordoñez, M. (2018). El Emprendimiento Corporativo (EC): Un estudio en el sector de radiodifusión sonora en la ciudad Barranquilla-Colombia. *Espacios*, 23.

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

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

Livi Bacci, M. (1993). *INTRODUCCIÓN A LA DEMOGRAFÍA*. Barcelona: Ariel.

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

McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.

Mintzberg, H. (2016). *Safari a la estrategia*. Buenos Aires: Gránica.

Moreira, C., Quintanilla, J., & Verdesoto, O. (2016). Influencia del género en el desarrollo del emprendimiento. *Revista Publicando*, 295-316.

Mprende. (15 de junio de 2014). Mprende Colombia. Obtenido de <http://mprende.co/mujeres-mprende/hablemos-de-mujeres-panorama-del-emprendimiento-femenino-en-colombia>

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

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

Oliveira, B., Moriano, J., Laguía, A., & Salazar, V. (2015). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de género. *The UB Journal of Psychology*, 301-305.

Ortiz, P. (2017). El discurso sobre el emprendimiento de la mujer desde una perspectiva de género. *Vivat Academia*, 115-129. *Psicología y Mente*. (4 de marzo de 2018). *Psicología y Mente*. Net. Obtenido de <https://psicologiaymente.net/psicologia/tipos-test-psicologicos>.

Riaga, C. O., Orozco, Y. V., & Mayorga, D. C. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión [en línea]*, 85-104.

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

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

Saavedra, L., & Elena, C. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 129-152.

Sabater, C. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *Femeris*, 55-78.

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

Schumpeter, J. A. (1950). *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Harper & Brothers.

Terjesen, S., Hessels, J., & Li, D. (01 de 05 de 2013). Comparative International Entrepreneurship, A review and research agenda. Obtenido de *Journal of management*:

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 40 (Nº 27) Año 2019

[\[Índice\]](#)

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]