

EMPRENDIMIENTO Y TECNOLOGÍA, UNA OPORTUNIDAD DE VIDA PARA LA MUJER COLOMBIANA*

María Elvira Arboleda^ψ

Resumen

El emprendimiento se considera un motor de la innovación y el crecimiento. La mujer, en este espacio, se hace inevitable, pues representa un grupo social de fuerza relevante en lo que a creación de empresas se refiere. El empleo en su propio negocio es una actividad en la que la transferencia tecnológica es uno de sus principales instrumentos. La generación de nuevos sectores laborales por la vinculación de nuevas empresas, es una posibilidad que se brinda para generar un sustento económico a las emprendedoras en proyecto. En este contexto, la generación de nuevas empresas con diferentes tamaños, enfatizando la mediana, pequeña y microempresa, ha sido vista como un factor que podría intensificar su evolución productiva.

Palabras Clave

Transferencia tecnológica, emprendimiento, creación de negocio, competitividad.

Abstract

Entrepreneurship is considered an engine of innovation and growth. In this topic, women become unavoidable since they represent a relevant social group of reference on enterprise creation. The own-business employment is an activity in which technological transfer is one of its main instruments. The generation of new labor sector for the link of the companies is an offered possibility to generate an economic sustain to the future female entrepreneurs. In this context, creation of new enterprises with different sizes, emphasizing the small and medium enterprises has been seen like a factor that might intensify its productive evolution.

Key words

Technology transfer, entrepreneurship, business creation, competitiveness, women.

Clasificación J.E.L: L26.

* Este artículo fue recibido el 27-01-14 y aprobado el 29-08-14.

^ψ Estudiante de Doctorado en Economía, Universidad de Sevilla (España). Magíster en Economía, Universidad Autónoma de Occidente. Docente de tiempo completo Universidad de San Buenaventura (Cali). Correo – e: mearbole@usbcali.edu.com.

Introducción

El fomento del emprendimiento ha sido una constante en la política de empleo en Colombia, pues es considerado como un instrumento importante en la innovación, la competitividad y el crecimiento y, con ello, el uso de la tecnología, como una forma de impulsar la transformación de la economía informal a la formal. El crecimiento de las empresas, cuya propiedad es de mujeres, inducen en su gestión las nuevas tecnologías, pues esto tiende a aumentar la productividad, genera empleo, reduce la pobreza y promueve el desarrollo local. Las mujeres se incorporan al mundo empresarial de diversas formas: como trabajadoras libres, con pequeñas y medianas empresas, con emprendimientos y, de muchas otras maneras.

Para que este género tome conciencia del potencial empresarial, es importante que superen otros obstáculos, es decir, si deciden crear empresa, deben estar dispuestas a los riesgos que esto genera, a acceder a los créditos, y buscar así esa competitividad basada en la productividad y en la innovación de los productos. Está claro que las políticas que existen para este desarrollo se orientan fundamentalmente hacia aspectos claves como la formación, la innovación, la tecnología, permitiendo que las empresas sean sólidas y perduren en el tiempo.

Sin embargo, el potencial emprendedor, en la actualidad, está sumido a una problemática que impide su progreso, pues la participación de las mujeres en el trabajo productivo ha sido poco favorecida y reconocida. Esto pues, a lo largo de los años, las mujeres han tenido que **afrentar barreras de tipo institucional y obstáculos socioculturales** que han dificultado su ingreso en el mercado laboral empresarial.

Dentro de esta situación, se hace necesario que se le preste atención al impedimento que la mujer tiene para ser emprendedora, y que en ella representa a un grupo social de fuerza relevante en lo que a creación de empresas se refiere.

Frecuentemente, las mujeres se han sentido incapaces de manejar sus propias decisiones de inversión. Es así como toman la opción de emprender, aunque con miedos de tener fracasos; sin embargo, asumen el riesgo de enfrentarse al mundo del mercado. En tal decisión, la transferencia tecnológica es fundamental, pues se constituye como una herramienta de gran importancia, para el sector, ya que la tecnología ha ido evolucionando hasta forjarse en un elemento útil.

Ante dicha situación, el Gobierno continúa implementando políticas que favorezcan la incorporación de

la mujer a esta modalidad de empleo, confiando en que, al igual que se ha experimentado un crecimiento progresivo de su presencia en el mercado laboral, el diferencial de género en el ámbito emprendedor se reduce paulatinamente en el futuro, pues la oferta de empleo en un país como Colombia es limitada, las empresas existentes no alcanzan a absorber la totalidad de la nueva fuerza laboral que se genera cada año. Por lo tanto, la creación de nuevas empresas es una necesidad.

Teniendo en cuenta estos factores, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario. Ante tales circunstancias, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, en los cuales puedan generar sus propios recursos, así como mejorar su calidad de vida. Pero para el nacimiento de nuevas empresas, se requiere de determinadas condiciones políticas, sociales y económicas que lo hagan posible.

Hoy, se hace fundamental contar con un marco legal organizado y clasificado de las políticas públicas que regulan y generan incentivos para la creación y formalización de empresas, como también las fuentes de financiación, pues uno de los proble-

mas en materia de emprendimiento que tiene Colombia, es la cantidad de reglamentación dispersa con la que cuenta.

Marco teórico

Actualmente, la mujer colombiana ha tenido que abrir oportunidades de desarrollo profesional. El buscar ser una mujer emprendedora y con igualdad de oportunidades, son elementos suficientes para participar en los distintos escenarios del emprendimiento, para obtener importantes cambios en su vida laboral, profesional y familiar.

En la actualidad, el emprendimiento para una mujer, sigue siendo una tarea difícil, ya que, generalmente, deben enfrentar diversas barreras de tipo social y cultural que las obliga a realizar un doble esfuerzo para salir adelante con sus objetivos. Alrededor de la actividad emprendedora femenina, han surgido diversos mitos relacionados con su poca preparación profesional, escaso conocimiento y poco manejo de las tecnologías.

Hoy en día, existe acuerdo en la importancia que tiene la creación de nuevas empresas, por su implicación en el desarrollo de las economías, la generación de nuevos puestos de trabajo, y su papel de motor de innovación, bienestar y creación de riqueza.

No obstante, hay discusiones acerca de la figura del *emprendedor*, donde la protagonista es la creación de empresas. Muchos autores han puesto su atención en la figura del propio empresario como un determinante de la innovación y del progreso de un sistema económico (desde los escritos de Schumpeter) y responsable del éxito de las nuevas empresas (Kham, 1986; Sandberg & Hofer, 1986, 1987; Stuart & Abetti, 1987, 1988; entre otros).

Lillo et. al (1999) señalan que al emprendedor o *entrepreneur* se le ha estudiado sobre la base de tres dimensiones: su perfil *demográfico*, su perfil *psicológico*, y su perfil *sociológico*. Por ello, la figura del empresario se ha abordado desde diversas ciencias sociales y con enfoques diferenciados.

Los investigadores, obstinadamente, han insistido en buscar un perfil psicológico del potencial emprendedor. McClelland (1987) considera que el emprendedor presenta atributos como: originalidad e innovación; moderada aversión al riesgo; aceptación de sus responsabilidades; conocimiento de los resultados de sus actos; planificación sobre la base del largo plazo. También la literatura suele coincidir en asociar a los

emprendedores, atributos como la necesidad de logro, la autoconfianza y el optimismo, la creatividad y la autonomía (Davidsson, 1989; Boydson et al., 2000). Sin embargo, no ha sido posible establecer un perfil concreto de aquellos individuos que son más susceptibles de crear una empresa que el resto (Lillo et. al 1999; Hernández, 1995; Naffziger et al., 1994; entre otros). Tampoco parece posible generalizar la existencia de una relación fuerte entre las características del empresario y su posterior éxito (Brockhaus & Horwitz, 1986; McDougall, Robinson & DeNisi, 1992; entre otros).

Shane, (2003), y Hernangómez et al. (2005), ambos citados por Fuentes García & Sánchez Cañizares (2010), muestran una serie de relaciones mediante un modelo de los rasgos personales y el interés a la creación de empresa, donde los diferentes factores (demográficos, de formación, de experiencia), son las variables estratégicas que sobresalen para la toma de decisiones y que son importantes para tener el factor éxito.

El modelo de Krueger y Brazeal (1994) establece las percepciones de no tener la voluntad, ni la viabilidad, ni la credibilidad de poder crear empresa, por no tener el *potencial*¹.

¹ Información correspondiente al trimestre móvil agosto - octubre de 2014, Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE).

El emprendimiento femenino en Colombia

De acuerdo con la perspectiva de género, existen evidencias que afirman que el hecho de que las mujeres son menos emprendedoras que los hombres, un reciente estudio (Congregado et al., 2008), afirma que se están formando más hombres que mujeres.

Cultura y mentalidad emprendedora: perspectiva de Género y Desarrollo

Para Kottak (1997) la cultura es un espejo en donde los seres humanos se aprecian y entienden; es decir, la cultura es un cultivo en el que se cosecha lo que las personas sembraron en el ayer. Por tal razón, se entiende que la cultura dinamiza procesos o los estanca, lo cual significa que el marco cultural es necesario para generar desarrollo. Weber (1984) planteaba lo decisivo de las revoluciones religiosas, para entender el proceso de la ética protestante y cómo el afianzamiento de estos hábitos en las diferentes agrupaciones religiosas protestantes, moldearon la mentalidad de los grupos sociales, creando una base cultural y espiritual que propiciaba la creación de riqueza. Varela (2001, p. 6), entiende este proceso cuando plantea que la cultura empresarial puede ser conceptualizada así: “La cultura no es una característica de

un individuo, ella cubre a un número de personas por las mismas experiencias educativas y por las mismas condiciones de vida. Al hablar de la cultura de un grupo, una región, una nación o una empresa, se hace referencia a ese conjunto de valores, creencias, convicciones e ideas que ese grupo ha adquirido a lo largo de sus experiencias y que forman parte de su vida. Aunque todos recibimos influencias culturales, que muchas veces no sabemos de dónde nos llegan, hay dos hechos fundamentales que deben tenerse en cuenta en todo proceso de desarrollo”.

Adicionalmente Varela (2001, p.8) sostiene que “El espíritu empresarial es un sueño de reto, desarrollo e independencia inmerso en el fondo de todos los seres humanos, es un proceso humano que tiene su propio desarrollo en cada persona que decide asimilarlo y hacerlo su guía, su motor, su fuerza impulsora. El espíritu empresarial es vida, es belleza, es progreso. Desarrollémoslo, dejemos poseernos por él y estaremos en capacidad de producir los cambios y de lograr los objetivos que buscamos”.

Porter (1990) presentó un conjunto de ideas entre las que se incluyen la creación de la prosperidad nacional a través de su capacidad empresarial para la innovación y no a través de los determinantes señalados por la economía clásica tales como los recursos naturales o el valor de su

moneda, enfatizando en los retos que imponen la competencia y los clientes para el avance del tejido empresarial. La competitividad se entiende bajo la visión de este autor como un concepto altamente relacionado con la creación y asimilación del concepto que se alimenta esencialmente de las diferencias en las estructuras económicas, el desarrollo institucional y la historia de las naciones los cuales consolidan el éxito competitivo. La innovación lleva, entonces, a alcanzar ventajas competitivas cuando se aprovechan para atender desatendidos o nuevos mercados.

Ponti y Ferras (2008) consideran que la *inteligencia creativa* es determinante en el proceso de emprendimiento. La inteligencia creativa es la capacidad de inventar productos y servicios e implica un proceso de revisión constante y mejoramiento continuo, con una alta dosis de valor agregado en cuanto a tecnología. Este proceso de reinención es, a su vez, un sistema de innovación sobre la base de las expectativas y necesidades de sus clientes.

Emprendimiento, innovación y capitalismo emprendedor

Un espíritu emprendedor en los individuos, es una actitud hacia el trabajo que caracteriza para la búsqueda

de oportunidades. Las pequeñas y grandes empresas que no tienen vocación de innovación, están por fuera y no se consideran exitosas. Se debe anotar que también es posible tener innovación sin creación de empresas nuevas, pues el espíritu emprendedor y la innovación pueden surgir a partir de empresas grandes. Hoy, la utilización de las herramientas tecnológicas permiten una rápida posibilidad de emprender y, por ende, mayor exigencia en la innovación. Actualmente, las Pymes enfrentan retos únicos y la mejor manera de enfrentarlos es adaptándose a éstos con ayuda de la tecnología.

¿Cómo invertir en tecnología de una forma inteligente y que este desarrollo tecnológico tenga resultados efectivos? La tecnología es el dolor de cabeza de algunos emprendedores. Adquirirla sin tener los conocimientos sobre los requerimientos de la empresa, puede ocasionar no sólo un gasto infructuoso, sino también tortuoso. Es así como la mujer empresaria, para desarrollar su actividad sin dificultades, requiere de disponer de herramientas que den viabilidad y certidumbre a su empresa, como el acceso a conocimientos y a **tecnologías específicas** y determinadas por el producto o servicio que ofrece a los consumidores.

Dificultades que tiene la mujer para crear empresa en Colombia

En la actualidad, para una mujer el emprendimiento sigue siendo una tarea difícil, ya que generalmente deben enfrentar diversas barreras tanto económicas como sociales y culturales que la obligan a esforzarse para salir adelante. Dentro de la actividad emprendedora femenina, han surgido diversas utopías relacionados con la preparación profesional, escaso conocimiento y **poco manejo de las tecnologías**, mitos que obviamente carecen de fundamento. De igual forma, las mujeres deben de enfrentar con frecuencia ambientes de trabajo muy **competitivos**.

Las dificultades de las microempresas permiten crear procesos de adaptación de prácticas productivas vinculadas con enfoques modernos de calidad y productividad, lo cual evita el error frecuente de incorporar programas y técnicas que han sido exitosas en la mediana o gran empresa, pero que terminan en el fracaso.

A modo de marco general, para enfocar el proceso de trabajo con las mujeres empresarias, se relacionan algunas de las principales dificultades de las microempresas:

- Falta de liquidez financiera.
- Falta de capacitación técnica.
- Adquisición o actualización de **tecnología básica** de acuerdo con el sector.

- Mantener la calidad del producto de acuerdo con la competencia.
- Desconocimiento del mercado y de sus principales competidores.
- Iniciar estándares o controles de producción y comercialización.
- Restricciones en el uso de los recursos financieros.
- Dificultades para responder a nuevos requerimientos de calidad de productos y procesos.
- Falta de métodos y procedimientos en la organización del trabajo.
- Dificultad para identificar ventajas competitivas en la cadena productiva y en la región en que compiten, así como para ordenar y sistematizar sus procesos.

Políticas públicas del emprendimiento

Desde 1970, el Estado colombiano ha hecho referencia a la creación de nuevas empresas como una herramienta para el desarrollo económico. Las propuestas en emprendimiento se venían estableciendo, principalmente, como generadoras de ingresos en las poblaciones con menores índices de desarrollo humano.

Finalizando 1999, aparecen programas de emprendimiento de forma más específica, debido a que Colombia presentaba la mayor tasa de desempleo de las últimas décadas según el DANE, situación que afectó en especial a los jóvenes profesionales en todo el país. Como respuesta a

dicha situación, el Gobierno, a través del Ministerio de Comercio Exterior, estructura el programa “**Jóvenes Emprendedores Exportadores**”, en el marco del Plan Estratégico Exportador 1999 – 2009.

Al inicio, fue diseñado con un límite de edad de 28 años y dirigido exclusivamente a profesionales o estudiantes de carreras universitarias; sin embargo, en el año 2000, se extendieron los beneficios a personas de hasta los 35 años, que fueran estudiantes o egresados de carreras de educación superior, incluidas instituciones técnicas o tecnológicas.

Con la llegada del Gobierno del presidente Álvaro Uribe Vélez, comienza una nueva etapa para el desarrollo del emprendimiento en Colombia. Dicho gobierno nacional dio paso a lo que se denominó las Siete (7) Herramientas para la Equidad, donde “**la construcción de un país de propietarios**” fue una sus banderas de desarrollo.

En el Gobierno actual, gracias al liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se han establecido las bases del **Plan Nacional de Desarrollo – PND “Prosperidad para todos 2010 – 2014”**, con ambiciosos objetivos en materia de desarrollo económico y empresarial. Uno de ellos es lograr un crecimiento del

6 % o más, de manera sostenida y sostenible, social y ambientalmente. Dicho PND anota que, para lograrlo, se requiere avanzar en tres ejes fundamentales: la innovación; la política de competitividad y de mejoramiento de la productividad; y la dinamización de sectores locomotora que, a través de su impacto directo e indirecto, lideren el crecimiento y la generación de empleo. (DNP, 2010).

El Gobierno colombiano ve en la innovación, una herramienta trascendental para el desarrollo económico y social, otorgándole la mayor relevancia, al considerarla como un “símbolo de nuestra visión de futuro, nuestra apuesta hacia un mayor desarrollo, y nuestra firme ambición de competir a la par con países de mayores ingresos en los mercados internacionales, tanto con bienes y servicios de alto valor agregado, como a través de la generación de nuevas tecnologías y conocimiento” (DNP, 2010, p.65).

Se considera entonces que para lograr tal objetivo, es necesario promover la innovación para la prosperidad, en la cual se definen cuatro componentes fundamentales: conocimiento e innovación; emprendimiento empresarial; propiedad intelectual, instrumento de innovación y promoción; y, protección de la competencia en los mercados.

Conclusiones

Después de describir algunas teorías del emprendimiento, existe una relación directa entre el emprendedor con la actividad económica y la productividad del país, donde las variables como el ingreso, la inversión, el empleo y la tecnología no ayudan mucho a su desempeño. En Colombia, la motivación al emprendimiento en las mujeres se caracteriza más por la necesidad, mientras que la motivación del emprendimiento en los hombres se da por oportunidad.

No obstante, se deben de reconocer todos los esfuerzos realizados por ellas. Igualmente, hay que ampliar los ejercicios sobre emprendimiento con relación a las mujeres, pues que esto ayuda a disminuir la tasa de desempleo, sus empresas serán sostenibles y más competitivas en el mercado nacional y, por ende, podrán acondicionar su vida laboral y familiar. En ocasiones, la falta del espíritu empresarial y las dificultades que las emprendedoras tienen, son unas de las limitantes para desarrollar una mayor competitividad en el mundo empresarial.

Ahora, el fomento de las políticas gubernamentales y la creación de una cultura organizacional en Colombia, podrían cambiar tales paradigmas; contar con estrategias de comunicación idóneas para que la mujer se

decida a crear empresa, le fomentaría la calidad de vida, tanto familiar como laboral.

Colombia debe desarrollar políticas públicas, políticas empresariales y operaciones activas, para avalar la estabilidad y el mejoramiento continuo de las circunstancias de las mujeres en el mercado laboral; para conseguir que sus mercados sean productivos, razonables, y se conviertan en alternativas para que generen ingresos y, así, se disminuya la pobreza de su entorno.

Bibliografía

ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI. (2009). Lineamientos de política pública para la equidad de género y la igualdad de oportunidades para las mujeres en el Municipio de Santiago de Cali. Santiago de Cali: Centro de Estudios de Género, Mujer y Sociedad - Universidad del Valle.

BOYDSTON, M., HOPPER, L. & WRIGHT, A. (2000). Locus of control and entrepreneurs in a small town. Recuperado de www.sbaer.uca.edu/docs/2000asbe/00asbe188.htm.

BUSTAMANTE, D. M. (2009). El derecho a la Transferencia de Tecnología. Una aproximación Exploratoria. Santiago de Cali: Universidad de San Buenaventura.

- CONGREGADO, E., HERNÁNDEZ, L., MILLÁN, J. M., RAYMONG, J. L., ROIG, J.L., SALAS, V., SÁNCHEZ-ASÍN, J. L. & SERRANO, L. (2008). *El capital humano y los emprendedores en España*. Valencia: Bancaja.
- DAVIDSSON, P. (1989). *Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth*. Stockholm: The Economic Research Institute.
- DÍAZ, O.R. (2010). *Caracterización de la Mujer emprendedora*. (Tesis de pregrado inédita). Universidad Sergio Arboleda, Santa Marta.
- FUENTES GARCÍA, F. J., & SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género/Analysis of the Entrepreneurial Profile from a Gender Perspective. *Estudios de economía aplicada*, 28(3), 1-28.
- HERNÁNDEZ, E.M. (juillet-août, 1995): Les caractéristiques du travail du créateur d'entreprise. *Direction et Gestion des Entreprises*, 154, 13-20.
- HERNÁN GOMEZ BARAHONA, J., MARTIN CRUZ, N., RODRÍGUEZ ESCUDERO, A.I. & SABOIA, F. (2005). ¿El emprendedor nace o se hace? Un análisis de los determinantes del espíritu emprendedor. Ponencia presentada en el XVI Spanish-Portuguese meeting of scientific management, Sevilla.
- LILLO, F., LAJARA, B. M., CORTÉS, E. C., RAMÓN, D. Q., & AZORÍN, J. F. M. (junio, 1999). La diversidad de las empresas manufactureras alicantinas: Un análisis empírico de la importancia del sector sobre la rentabilidad empresarial. Ponencia presentada en *La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés, Logroño, La Rioja*.
- MCCLELLAND, D. (1987). Characteristics of Successful Entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219-233.
- NAFFZIGER, D. W.; HORNSBY, J. S. & KURATKO, D.F. (1994). A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29-42.
- OBSERVATORIO DE ASUNTOS DE GÉNERO. (2005) Desarrollo económico de las mujeres. Una realidad impostergable No. 4. Recuperado de <http://www.equidadmujer.gov.co/oag/Documents/oag-boletin-4.pdf>.
- _____. (2010). El desarrollo económico de las mujeres. Una realidad impostergable No. 12. Recuperado de <http://www.equidadmujer.gov.co/oag/Documents/oag-boletin-12.pdf>.
- PRAHALAD, C.K. (2008). *La oportunidad de negocios en la base de la pirámide*. Bogotá D.C.: Grupo Editorial Norma.

RODRÍGUEZ, A. (2008). El emprendimiento en Colombia. *Entramado*, 4(2), 20-37.

ROJAS, M. (2008) Estudio de Caso: Por qué no crecen las empresas lideradas por mujeres. *Revista de Economía & Administración*, 4(2), 173-210.

SHANE, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship- The Individual Opportunity Nexus*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

VARELA, R. (2004). *Innovación empresarial*. Bogotá D.C.: Pearson.

