

Experiencias en torno al emprendimiento femenino

Experiences around female entrepreneurship

Elvis Augusto Orozco Castillo¹  

RESUMEN

Los emprendimientos son el resultado de transformar una idea en empresa, sea que haya surgido por necesidad o por oportunidad. En el proceso de convertir la idea en empresa se dan momentos buenos y otros no tan agradables del emprendimiento. El propósito de esta investigación es indagar en esos aspectos que las emprendedoras consideran como lo mejor y lo peor que le ha pasado al emprender. La metodología utilizada fue la fenomenológica; el enfoque, cualitativo, con un tipo de investigación descriptiva. La población objeto de estudio fueron 103 emprendedoras de la ciudad de Santa Marta. Los resultados encontrados son que lo peor al hacer emprendimiento es que no salgan los planes según lo que se había planificado, los miedos al fracaso, los pagos que se deben realizar, los sacrificios en tiempo familiar que se deben. Lo mejor de hacer un emprendimiento resultó ser la confianza que se genera, la satisfacción por los logros obtenidos, la independencia, los sueños cumplidos.

Palabras claves: Emprendimiento, desarrollo empresarial, género, tejido social.

Clasificación JEL: M13, L26

Recibido: 25-03-2022

Revisado: 10-05-2022

Aceptado: 01-07-2022

Publicado: 27-07-2022

Editor: Carlos Alberto Gómez Cano 

¹Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN, Santa Marta, Colombia.

Citar como: Orozco, E. (2022). Experiencias en torno al emprendimiento femenino. Región Científica, 1(1), 20227. <https://doi.org/10.58763/rc20225>

ABSTRACT

Entrepreneurship results from transforming an idea into a company, whether it arose out of necessity or opportunity. In turning the concept into a company, there are good moments and other not-so-pleasant moments of entrepreneurship. The purpose of this research is to investigate those aspects that female entrepreneurs consider to be the best and worst things that have happened to them when starting a business. The methodology used was phenomenological; the approach was qualitative, with descriptive research. The study population was 103 entrepreneurs from the city of Santa Marta. The results showed that the worst thing when doing entrepreneurship was that the plans did not go as planned, the fear of failure, the payments to be made, and the sacrifices of family time. The best thing about starting a business was the confidence, satisfaction with the achievements, independence, and dreams fulfilled.

Keywords: Entrepreneurship, business development, gender, social fabric.

JEL classification: M13, L26

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se puede mirar desde distintas ópticas. El emprendedor puede ser tomado desde una versión económica, como aquella persona que realiza transformaciones en los insumos, para agregar valor e innovación. Desde la óptica de la psicología, un emprendedor es el que se traza una meta por necesidad, por presión o por oportunidad y alcanza sus objetivos. Un emprendedor, para un empresario, puede ser una competencia o un aliado; puede ser alguien con el que se establezcan alianzas verticales u horizontales. Un emprendimiento puede ser visto por los capitalistas como un generador de riqueza, de empleo, de bienestar social y como alguien que ayuda a reducir las desigualdades (Vesper, 1982 y Guardiola, 2013).

Los emprendedores deben reunir competencias dirigidas a lo que rodea la empresa. Deben tener visión: pensar en el futuro, hacerse una imagen de lo que se podría venir y formarse en esa línea. Además, debe dar soluciones, plantear propuestas a las dificultades que se presenten, usar adecuadamente los recursos, no malgastar los insumos, pero tampoco negar las cantidades de insumo que se requiera para la producción; negociar: generar unas condiciones en que todos ganen. Debe ser ahorrador: no gasta todo y siempre mantiene reservas para posibles negocios.



Atribución No Comercial Compartir Igual 4.0 Internacional

El emprendedor también debe reunir competencias empresariales: organización, se mueve según la planificación agendada. También escucha a los demás, pues en ocasiones los otros tienen mejores ideas, que no deben ser descartadas. Se comunica bien: el emprendedor debe saber trasmitir el mensaje, para que toda la línea de mando tenga claras sus funciones y lo que se espera de ellos. Tiene la capacidad de trabajar en equipo: debe saber interactuar en forma asertiva con su grupo de trabajo, dándole importancia al aporte de cada uno. Debe ser empático, para ponerse en el lugar de los empleados o clientes; y sensible socialmente, para solidarizarse con asuntos de los demás. El emprendedor estipula cada cosa que se debe hacer para el logro de objetivos (Sánchez *et al.*, s.f.).

A parte de la conceptualización de emprendimiento y los aspectos de la gestión, Sánchez *et al.* (s.f.) plantean seis categorías de las emociones que pueden ser aplicadas al sentir de un emprendedor. Ellas son: miedo, se siente amenazada; sorpresa, cuando hay algo que impacta la vida en forma inesperada; aversión, no tiene inclinación a ciertas cosas; ira; alegría: es la expresión de contentamiento por algún hecho o acontecimiento; y tristeza.

Cada uno de estas categorías se pueden ver en el ambiente emprendedor. En primer lugar, puede presentarse miedo, dadas las condiciones de inestabilidad del mercado, por problemas de calidad de los productos o por los adelantos de la competencia. La sorpresa puede ocurrir cuando se encuentra la forma de desarrollar una innovación o forma de introducir el producto al mercado. Aversión puede darse por no querer trabajar con algunas personas o por no querer vincular algunos insumos a la línea de producción. La ira podría aflorar cuando la competencia avanza más, o su producto tiene mejor aceptabilidad. Por su parte, la alegría emerge cuando las cosas salen según lo planeado, cuando se logran las ventas, cuando se obtiene una innovación, cuando tenemos un diferencial con la competencia. Por último, la tristeza se puede dar por el pesimismo respecto de la consolidación del producto (Sánchez *et al.*, s.f.).

Ahora, en relación al lugar objeto de investigación, a saber, emprendedoras de Santa Marta, Orozco *et al* (2015), realizaron un estudio y encontraron que estaba conformado por: el 95,5 % son microempresas, el 4,1 % pequeñas y medianas empresas y el 0,4 % está representado por la gran empresa. La pequeña y mediana empresa se dedica en su mayor parte a la comercialización, lo financiero y agropecuario. Además, existe poca tecnificación de las pymes en Santa Marta debido a que presenta presupuestos bajos para remplazo y mejora de la maquinaria. Los productos de las empresas de Santa Marta son poco publicitados, dado que los empresarios no consideran la idea de un departamento de mercadeo, lo que hace que el crecimiento empresarial sea lento y tenga poca participación dentro del mercado.

En relación a cómo se puede dar lo mejor en un emprendimiento, Carrero (2013) presenta algunos factores que llevan al éxito o fracaso de este, sin considerar el sexo del emprendedor. En primer lugar, hay que considerar la edad, la enseñanza de sus padres, el nivel educativo, las experiencias obtenidas y habilidades en el mercado. Lo segundo tiene que ver con los recursos, el apalancamiento financiero, la planeación, las asesorías y los inversores. Orozco *et al* (2015), afirman que los factores claves del éxito de los emprendimientos en Santa Marta son la calidad de los productos, la innovación, la competitividad y conocer las necesidades de los compradores.

Álvarez *et al* (2012) y Abanades-Martínez (2016) expresan que hay condiciones para la creación de empresa en dos partes. La primera es la formal, que incluye el nivel educativo, el apalancamiento financiero, la política pública de emprendimiento; el segundo es el informal, que contiene las relaciones en la familia, la interconexión social por la internet y las competencias para emprender. Álvarez *et al* (2012), encontraron que las condiciones formales no influyen en el inicio del emprendimiento femenino en España; mientras que las condiciones informales sí tienen un mayor peso en la generación de aquellos. Lo anterior concuerda con los resultados de: Aidis *et al* (2007) y Welter y Smallbone (2008), en los que se muestra que los factores de informalidad coadyuvan a la formación del emprendimiento por parte de mujeres.

McClelland y Swail (2005) expresan que las oportunidades para poner en marcha un negocio se constituye como un elemento personal positivos del emprendimiento femenino; mientras que el iniciar un emprendimiento por falta de empleo, por la inflexibilidad del mercado laboral, problemas en el trabajo o simplemente iniciar un negocio por necesidad, lo ve como un elemento personal negativo. En esta línea, Pandian *et al.*, (2011) argumenta que son estos factores negativos los que dan origen a los emprendimientos femeninos.

Por último, se plantean algunos aspectos del enfoque de la investigación del objeto de investigación. El emprendimiento femenino es estudiado principalmente en países de habla inglesa. Sin embargo, en España y los países Latinoamericanos se han comenzado investigaciones en relación a este objeto de investigación y se encuentran resultados como el de Weeks y Seiler (2001), afirmando que en Latinoamérica alrededor del 30 % de las Pymes son lideradas por mujeres o son emprendimientos femeninos.

Entre quienes han abordado el tema del emprendimiento femenino, se encuentran Abanades-Martínez (2016) que incluye en su investigación, de enfoque mixto, un análisis de los factores que incentivan el emprendimiento femenino en España. Por su parte, Briseño et al (2016), buscan las características de la mujer emprendedora en México desde un enfoque cualitativo. Álvarez et al (2012), realizan su investigación del emprendimiento femenino en España desde el enfoque cuantitativo. Orozco y Payares (2012) realizaron su investigación de emprendimiento en Santa Marta con un enfoque cuantitativo y Orozco (2020) investigó las características de la mujer emprendedora en Santa Marta con un enfoque cualitativo.

Briseño et al (2016) investigaron los factores claves de la mujer emprendedora desde un enfoque cualitativo. En ello encontraron características del emprendimiento femenino en México, tales como: pasión por el negocio, autoconfianza, búsqueda de logros, asumen riesgos, iniciativa, tolerancia al cambio. Mientras que, en España, el emprendimiento femenino se perfila con mujeres que aprovechan las oportunidades, cuentan con algún posgrado y se encuentran en una edad entre los 25 y 34 años (Abanades-Martínez, 2016).

METODOLOGÍA

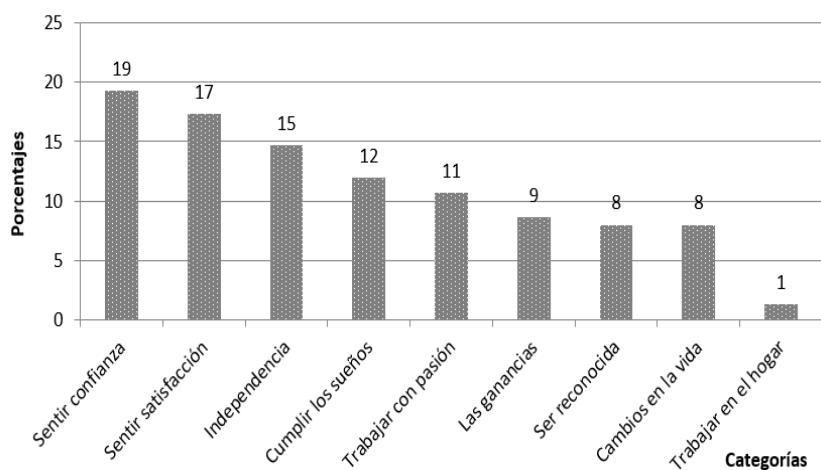
La investigación se planteó con un enfoque cualitativo, desde la fenomenología. Por lo cual se buscó encontrar las categorías inherentes a lo mejor y lo peor que les ha pasado a las mujeres emprendedoras en Santa Marta en el proceso de emprender, para, con estas categorías, se esclarezca el fenómeno (Gummesson, 2000 y Briseño et al, 2016). La fenomenología construya una realidad con la sumatoria de las categorías relacionadas con el fenómeno (Porras, 2020 y Hernández et al, 2014). Las entrevistas se realizaron en la ciudad de Santa Marta a 103 emprendedoras, por medio de un guion que contenía preguntas abiertas de una entrevista semiestructurada (Yin, 2003). Cada entrevista tuvo una duración de 10 minutos; estas fueron grabadas y transcritas. Hernández et al (2014), consideran que cuando se trata de investigación fenomenológica, se puede hacer la investigación con 10 entrevistas. Sin embargo, esta investigación excedió ese número y realizó 103 entrevistas, porque se tenía la capacidad para realizar y analizar tal cantidad. Además, era necesario conceptualizar cada categoría de una manera adecuada para que lograra explicar la realidad del fenómeno de lo mejor y lo peor en el emprendimiento femenino.

RESULTADOS

Lo mejor al realizar un emprendimiento.

Lo mejor de hacer emprendimiento para una mujer es lo que ella siente, a saber, la confianza de ella al emprender, que se basa en sentirse única, valorada y capaz; el sentirse satisfecha se da porque está haciendo lo que se propuso y disfruta al hacerlo. La principal categoría de lo mejor al emprender fue ponderada por el 19 % de las emprendedoras; sentirse satisfecha fue ponderada por el 17 %, como lo muestra la figura 1.

Figura 1.
Categorías de lo mejor en los emprendimientos femeninos.



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, debajo de la figura 1, se presentan las categorías que hacen parte de lo mejor que experimentan las mujeres al realizar un emprendimiento. Estas categorías se jerarquizaron según las opiniones de las emprendedoras

y, por último, cada una de ellas se conceptualizó según la cosmovisión de cada emprendedora.

Sentir confianza: A las mujeres emprendedoras les parece muy buena esa actividad porque las hace sentirse orgullosas, únicas, valoradas y capaces. Ellas están descubriendo cualidades que no sabían que tenían o que en otras circunstancias no se atreverían a utilizar. Al hacer un emprendimiento, ellas sienten realización personal, porque se están desarrollando en el rol de empresarias y tienen la oportunidad de conocer otras emprendedoras que les influyen y les ayudan a crecer.

Satisfacción: Las mujeres emprendedoras se sienten satisfechas por la actividad que realizan. Debido a que eso les apasiona y nadie las está presionando, disfrutan lo que hacen. Ellas también sienten satisfacción porque se reconoce su esfuerzo y porque sienten que están logrando una meta, que están saliendo adelante. Por esta razón, se sube su nivel de autoestima y comienzan a creer más en ellas. La satisfacción también está relacionada con ver cómo lo que nació como una idea de negocios se ha convertido en una empresa que ha crecido, se está desarrollando y ahora da sus frutos.

Independencia: En un mercado laboral en el que las ofertas de trabajo son escasas, tener un negocio propio puede considerarse uno de los mayores beneficios de hacer emprendimiento. Quizá en un principio, el establecimiento requiere mayor tiempo; pero, después de estar consolidado, le da a la emprendedora la libertad de manejar mejor su tiempo, pues no tiene que cumplir un horario estipulado por otra persona. La mujer, al crear un emprendimiento, comienza a tener más independencia por los horarios que maneja, por las reuniones que tiene que realizar, por las decisiones que tiene que tomar, por el tiempo que tiene que agendar y por los ingresos que percibe. Ahora ellas tienen un negocio, un proyecto de vida, lo que las hace más autónomas. Ahora ellas pueden manejar su tiempo y mantener un equilibrio entre su tiempo del hogar, de la empresa y su tiempo de esparcimiento. Por otro lado, el dinero que perciben también les brinda autonomía y puede valerse por ella misma financieramente.

Cumplir los sueños: El cumplir los sueños inicia con mucha incertidumbre, con mucho esfuerzo, con mucho trabajo. Por ello, cuando al final se ve la consolidación de un sueño llamado emprendimiento, este viene acompañado de mucha satisfacción y una mejora de confianza.

Trabajar con pasión: Las emprendedoras sienten pasión con su emprendimiento. Disfrutan las actividades que hacen al emprender, se sienten felices con el hecho de ocuparse y de tener una empresa. Ellas están haciendo algo que les gusta, lo están haciendo a su manera y según los lineamientos que habían pensado.

Las ganancias: Las emprendedoras consideran el emprendimiento como algo bueno, porque a través de él comienzan a obtener ingresos para suplir sus necesidades. El medio tiene pocas ofertas laborales, por lo que ellas han escogido plantear su negocio como una vía para generar su propio ingreso.

Ser reconocida: Al trabajar con pasión, estimulan, motivan e inspiran a otras mujeres para que sigan su ejemplo, lo que las hace una influencia positiva para las demás. Otra forma de ser reconocidas, o de reconocimiento al negocio, es cuando a los consumidores les gusta el producto del emprendimiento y comienzan a comunicarlo a otras personas voz a voz, pues se satisfizo la expectativa del cliente o se llenó su necesidad. Por otro lado, el emprendimiento también comienza a tener reconocimiento cuando se brinda empleo a otras personas.

Cambios en la vida: El emprendimiento les cambia la vida a las mujeres, porque les da una actividad, responsabilidad, un logro, tiempo, se sienten útiles y les genera unos ingresos. Ellas sienten que crecen como personas y como empresarias. Algunas comienzan a ser vistas como ejemplo, como dignas de admirar. Por otro lado, el emprendimiento también les da propósito de vida, pues sienten que están haciendo algo valioso que además les da frutos y eso las satisface.

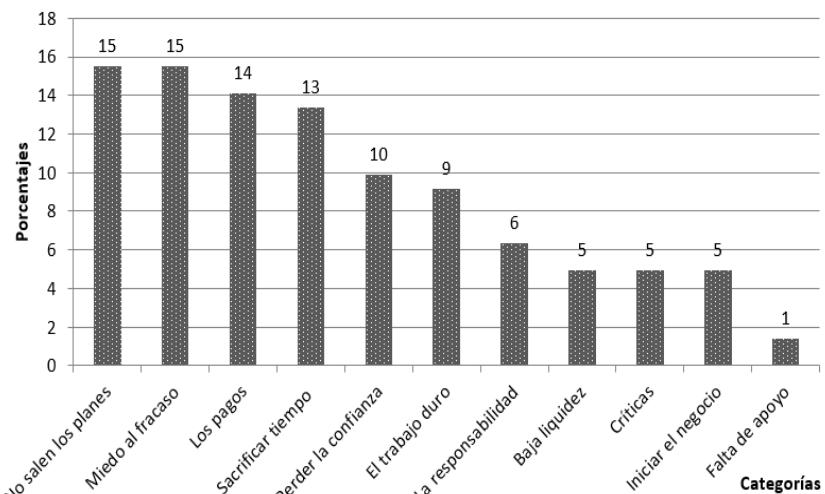
Trabajar desde el hogar: Las emprendedoras que tienen su emprendimiento en el hogar se sienten cómodas, debido a que todas las cosas que tienen por hacer están reunidas en un solo lugar. Por otro lado, sus hijos se encuentran cerca de ellas y es más fácil cuidar de ellos, al tiempo que está laborando.

Lo peor al realizar un emprendimiento.

Hay muchos obstáculos que experimenta la mujer al realizar un emprendimiento, algunos de índole interno de orden externo. Lo peor que las emprendedoras consideraron al emprender son los fracasos, con un 15 %; los miedos al fracaso, también con un 15 %; realizar los pagos del negocio, con un 14 %; sacrificar el tiempo de la familia, en un 13 %; y perder la confianza, 10 %, como lo muestra la figura 2.

Figura 2.

Categorías de lo peor en los emprendimientos femeninos.



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se jerarquizan las categorías de lo peor al hacer emprendimiento femenino y luego se conceptualizan cada una de las categorías:

Cuando no salen los planes: Las actividades dentro del emprendimiento se plantean para que se den de acuerdo a lo planificado. Pero algunas veces estos no salen según lo que se espera. Entonces llega la tristeza y la decepción; lo que afecta a las emprendedoras emocionalmente, porque se pierde dinero o este no llega cuando se necesita. Los planes a veces no les resultan a las emprendedoras por variables que no pueden controlar y también por falta de conocimiento en algunas temáticas.

Miedos: El miedo es una de las peores cosas que las emprendedoras consideran que se dan en el emprendimiento. Este se puede presentar de varias maneras: la primera, como miedo a emprender; la segunda, como miedo al fracaso; y la tercera, como miedo al tomar decisiones. En cualquiera de los casos, la emprendedora no quiere que le salgan las cosas mal. También se presentan sentimientos de inseguridad, descontento y molestia, cuando se comparan con otros emprendimientos que surgen más rápido; pero se debe tener claro que cada emprendedora corre su carrera a su ritmo.

Los pagos: Para una emprendedora, un aspecto negativo del emprendimiento se da cuando se necesita dinero para realizar pagos, pero no se cuenta con los recursos necesarios para responder.

Sacrificar tiempo: Con el nuevo rol, las emprendedoras tienen que dividir su tiempo entre la familia, el negocio y el espacamiento. Por ello tienen que ser equilibradas en la distribución del tiempo, para no desatender ningún área de su vida. En algunos emprendimientos los ingresos no compensan el sacrificio que se hace de tiempo de familia, de salud, de descanso y de espacamiento. Cuando hay un desequilibrio, se afecta una de las facetas de la emprendedora, que debe organizarse y hacer un esfuerzo para pasar tiempo de calidad con la familia, dirigir adecuadamente la empresa y tener tiempo para dedicarse a ellas.

Perder la confianza: Las circunstancias negativas del negocio hacen que en algunos casos el ánimo de la emprendedora decaiga, pierda la confianza y se quiera dar por vencida. La pérdida de confianza también se convierte en obstáculo para algunas emprendedoras, dado que ello les impide incursionar en algunos negocios u oportunidades que presenta el mercado.

El trabajo duro: El trabajo como emprendedora o como independiente es arduo; ahora hay responsabilidades con proveedores, con los trabajadores y no se puede quedar mal. Por ello se deben buscar los recursos por medio de las ventas del negocio, lo que se incrementa el esfuerzo. Otra forma de conseguir los recursos es por medio de préstamos, aunque no se puede abusar de esta opción. El trabajo duro, por la búsqueda de recursos, genera que algunas de las emprendedoras se estresen y contraigan otros tipos de enfermedad. Cuando las mujeres son empleadas no tienen este tipo de presiones, aunque reciben solo su salario; pero cuando son emprendedoras deben trabajar duro para generar más ingresos de manera tal que logren sobrepasar los costos de oportunidad.

La responsabilidad: La emprendedora es responsable por si el proyecto fracasa o sale adelante. Es ella quien tiene que tomar las decisiones correctas en relación al producto, el empaque y los canales de distribución, para que su producto sea aceptado en el mercado y se den los ingresos requeridos. Por otro lado, la responsabilidad también está ligada a los sacrificios que debe hacer la emprendedora, relacionados con el tiempo, la inversión y la familia, para sacar adelante el negocio. La emprendedora debe seguir adelante y lograr estabilizar la empresa, porque los compromisos continúan y se requiere poner al día las responsabilidades.

Baja liquidez: Lo peor es cuando el cliente no puede pagar a tiempo o pide una prórroga, haciendo que haya poca liquidez en la empresa para asumir los compromisos financieros, el pago de nómina y los gastos en servicios públicos. Otro momento en que ocurre baja en la liquidez es cuando se está trabajando por fuera de la temporada. En estos meses las ventas bajan y se deben ajustar los gastos del emprendimiento para hacer frente a todos los compromisos. El superar la baja liquidez implica moverse, trabajar y vender a un nivel mínimo de punto de equilibrio, de tal manera que se alcance la estabilidad económica.

Críticas: Algunas personas no soportan que algunos surjan, mientras ellos se quedan en su misma posición. Entonces, cuando esto ocurre, comienzan a llegar comentarios infundados y mal intencionados del emprendimiento, que dañan la imagen e intentan disminuir la autoestima de la emprendedora y desanimarla. Algunas hacen las cosas mejor que las otras; se deben revisar las mejores prácticas y hacer lo que da mejores resultados.

Iniciar el negocio: Lo peor de un emprendimiento es que no se concrete. Sin embargo, los fracasos se pueden tomar como experiencias para hacer las cosas de mejor manera en los próximos intentos o para trabajar con otras estrategias. Al iniciar se presentan muchas dificultades, pues son muchas cosas a las que las emprendedoras se enfrentan y deben resolver, antes de que llegue el desánimo y se desista de la idea: los trámites, el lugar para emprender, el orden de las cosas, las cantidades a producir, el mercado objetivo, el posicionamiento del producto, entre otras. Sin embargo, el tema del dinero como capital semilla es lo más complicado al iniciar un emprendimiento. Tan decisivo es este factor que algunos no logran iniciar por esta causa.

Falta de apoyo: Para las emprendedoras es complicado realizar el emprendimiento solas, por lo que es muy importante tener a alguien que les dé el impulso o que les guie en momentos de incertidumbre. Algunas han tenido personas que le han dado el soporte adecuado para seguir adelante; mientras que otras han tenido compañía de personas que se acercan solo para copiar sus ideas.

Lo mejor al hacer emprendimiento para las mujeres de Santa Marta, tiene que ver con sus sentimientos de confianza, satisfacción e independencia o autonomía. Sánchez-Sierra *et al.* (s.f.) y Herrera (2021) expresan que las emociones salen a flote en la labor de emprender: se sienten alegres por los logros obtenidos en la producción, en las ventas, cuando se logró lo planificado o la entrada a un nuevo mercado. En relación a la independencia o autonomía que experimentan las mujeres emprendedoras, Briseño *et al* (2016) y Herrera (2021) expresan que las mujeres que realizan un negocio comienzan a tener autoconfianza: ahora ellas ganan su propio dinero y no son dependientes de nadie, por lo que pueden atender sus necesidades. Briseño *et al* (2016) también plantean otras características en relación a lo mejor de hacer emprendimiento, como la pasión por el negocio, el alcance de logros; comienzan a tener iniciativas y tolerancia al tiempo.

Herrera (2021) considera que lo mejor es saber tomar decisiones que ayuden a crecer el emprendimiento, pues siempre habrá oportunidades. Lo mejor de emprender es: 1) utilizar todas las herramientas digitales para que el desarrollo del negocio sea más fácil, sea por medio del marketing o por la utilización de redes sociales; 2) tener autonomía en lo financiero, para cubrir por sí mismas sus necesidades; 3) sentir satisfacción por los logros conseguidos y por alcanzar algunos sueños.

En cuanto a lo malo al emprender, se encuentra que los planes no salgan bien y los miedos al fracaso. En esta línea, Sánchez-Sierra *et al.* (s.f.) y Herrera (2021) explican que antes de emprender siempre hay miedos y dudas, pero hay necesidad de arriesgar y allí se puede ganar o perder. No es un hecho ganar en la primera. Una emprendedora tendrá que perder una o varias veces para después comenzar a ganar. Pero incluso, aún después de ganar, siempre habrá nuevos retos en los que también pueden perder. Sin embargo, deberá arriesgar para poder ganar. Sánchez-Sierra *et al.* (s.f.) considera que también hay miedos por la inestabilidad del mercado, por lotes con productos defectuosos y mejoras que presente la competencia. Otras cosas que Herrera (2021) considera como lo malo es: 1) no saber comercializar y gestionar el negocio, 2) no estar dispuesto a adquirir habilidades, 3) no conseguir capital semilla

CONCLUSIONES

Emprender es crear e innovar en productos y, si estos ya existen, colocarle su toque personal y llevar a cabo la materialización de la idea de negocios, lo que también implica materialización de los sueños que por algún motivo no habían podido realizarse. A través del emprendimiento también se busca la satisfacción personal y una estabilidad económica para ellas y su familia, motivada también por la falta de empleo que se estaba viviendo al momento de emprender. De ello se puede concluir que los emprendimientos se hacen por necesidad o por oportunidad.

Lo mejor al emprender en la mujer está relacionado con un conjunto de emociones que experimentan, como el sentir confianza porque se sienten únicas, valiosas y capaces. También se sienten satisfechas, por las cosas que han logrado; y autónomas, porque no dependen de nadie para hacerlo. Ahora ellas, al ser emprendedoras, llevan una agenda y distribuyen el tiempo según las ocupaciones que tengan en su día a día. Mantienen un equilibrio entre el hogar, la empresa y su tiempo de esparcimiento. De las cosas externas se tienen por un lado los logros, al poder tener su emprendimiento; la forma como hace las cosas, que implica hacer el trabajo con pasión y de las cosas que recibe se encuentran: las ganancias, el ser reconocido y los cambios que se logran dar en su vida.

De las peores cosas que las emprendedoras ven al realizar su negocio son aspectos que tienen que ver con su interior; ellas sienten miedo de que las cosas salgan mal y puedan fracasar; Otra de las cosas difíciles son los pagos, que deben hacerse, aunque no les esté yendo bien en el emprendimiento. Otra de las cosas complicadas que tuvieron que asumir fue tener equilibrio en sus diferentes roles como esposa, como madre y como empresaria. El último aspecto interno tiene que ver con perder la confianza, en ellas, en sus decisiones, en el futuro del negocio, cuando las cosas van mal. Las otras cosas que ven como lo malo o lo peor de hacer emprendimiento tienen que ver con aspectos externos, como el trabajo duro que implica estar a cargo de una empresa, las responsabilidades que se deben asumir, baja liquidez en tiempos de temporada baja, críticas de la forma en cómo se hacen las cosas en el emprendimiento, las incertidumbres al iniciar la empresa y el poco apoyo que algunas tienen al iniciar su negocio.

REFERENCIAS

- Abanades-Martínez, M. (2016). *El emprendimiento femenino y la gestión estratégica de la innovación como instrumento clave para un proceso de cambio empresarial* [Tesis de maestría], Universitat Oberta de Catalunya. Repositorio UOC. <https://cutt.ly/FZ7sL6F>
- Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D. y Isakova, N. (2007). Female entrepreneurship in transition economies: the case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 13(2), 157- 183. <http://dx.doi.org/> doi:10.1080/13545700601184831
- Álvarez, C; Noguera, M. y Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Economía industrial*, 383, 43-52. <https://cutt.ly/1Z7s8XY>
- Briseño, O., Briseño, A. y Lira, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 23-46. <https://cutt.ly/5Z7dr8O>
- Carrero, G. (2013). *Estudio sobre el éxito o fracaso de las PYMES en Puerto Rico, un modelo predictor* [Tesis de maestría], Universidad de Puerto Rico, Ponce, Puerto Rico. <https://acortar.link/U16KXA>
- Guardiola, A. (2013). El papel del microcrédito en el desarrollo empresarial, el autoempleo y la lucha contra la pobreza en Santa Marta. *Negonotas Docentes*, 1, 16-23. <https://cutt.ly/FZ7dEal>
- Gummesson, E. (2000). *Qualitative methods in management research*. Newbury Park: Sage.
- Hernández, R; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta. Edición. Mc Graw Hill.
- Herrera, H. (1 de abril de 2021). Conoce lo bueno y lo malo al emprender tu propio negocio [entrada de blog]. Recuperado de <https://www.occ.com.mx/blog/lo-bueno-y-lo-malo-de-emprender/>
- McClelland, E. y Swail, J. (2005). Following the pathway of female entrepreneurs: A six country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior y Research*, 11(2), 84-107. <https://doi.org/10.1108/13552550510590527>

- Orozco, E (2020). Características de la mujer emprendedora. <https://cutt.ly/1Z7fOTv>
- Orozco, E., Bateman, C. y Torres, M. (2015). El estado y condiciones para el emprendimiento en las pequeñas y medianas empresas de Santa Marta, Colombia. *Verbum*, 10(10), 13-23. <https://cutt.ly/4Z7fKyT>
- Orozco, E. y Payares, M. (2012). *Generalidades de las unidades productivas como elemento explicativo de las dinámicas de emprendimiento*. Ponencia presentada en el II congreso internacional de investigación en Administración: El emprendimiento y la innovación como factores claves de éxito empresarial, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia.
- Pandian, K. Jesurajan, V. y College, X. (2011). An empirical investigation of the factors on determining the success and problems face by women entrepreneurs in Tiruchipali District-Tamilnadu. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research Business*. 3(3), 914-922. <https://cutt.ly/DZ7f9i0>
- Porras, A. (2020). Fenomenología. En D. Paramo, S. Campo y L. Maestre. (2020). *Métodos de investigación cualitativa. Fundamentos y aplicaciones*. Santa Marta: Unimagdalena.
- Sánchez-Sierra, T., Ginesta-Gamaza, S. y Pérez-Narváez, M. (s.f.). *Características psicológicas de las personas emprendedoras. La aventura de emprender*. Cádiz: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (aecid) y Universidad de Cadiz (UCA). <https://cutt.ly/VZ7gqtN>
- Vesper, K. (1982). Expanding entrepreneurship research. *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- Weeks, J. y Seiler, D. (2001). *Women's Entrepreneurship in Latin America: An Exploration of Current Knowledge*. Washington: Interamerican Development Bank – BID. <https://cutt.ly/4Z7gu4Q>
- Welter, F. y Smallbone, D. (2008). Women's entrepreneurship from an institutional perspective: the case of Uzbekistan. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), 505-520. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-008-0087-y>
- Yin, R. (2003). *Case study research*. Newbury Park: Sage Publications

FINANCIACIÓN.

Sin financiación externa.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERÉS.

El autor declara no tener conflicto de interés.

AGRADECIMIENTOS.

Se agradece a la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN por el apoyo recibido.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA.

Conceptualización: Elvis Augusto Orozco Castillo.

Investigación: Elvis Augusto Orozco Castillo.

Metodología: Elvis Augusto Orozco Castillo.

Redacción – borrador original: Elvis Augusto Orozco Castillo.

Redacción – revisión y edición: Elvis Augusto Orozco Castillo.