

2022-05-17

# Estudio exploratorio-descriptivo sobre competencias emprendedoras, facilitadores y obstaculizadores para emprender y motivación emprendedora en el marco del Proyecto Internacional Mujer [ES] Emprendedoras Sociales de Naciones Unidas

Nuñez, Ernestina

---

<http://rpsico.mdp.edu.ar/handle/123456789/1324>

*Descargado de RPsico, Repositorio de Psicología. Facultad de Psicología - Universidad Nacional de Mar del Plata. Inni*

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA

Facultad de Psicología

**Tesis de Grado**

Título:

*“Estudio exploratorio-descriptivo sobre competencias emprendedoras, facilitadores y obstaculizadores para emprender y motivación emprendedora en el marco del Proyecto Internacional Mujer[ES] Emprendedoras Sociales de Naciones Unidas.”*

**Cátedra o Seminario de Radicación:**

Psicología Laboral

**Supervisor/ra:**

Dra. Yamila Silva Peralta

**Apellido, Nombres y Matrícula de las alumnas:**

Núñez Ernestina (Mat. 13.233); y

Pessi Manuela (Mat.14.349)

**Año**

2022

“Esta Tesina corresponde al requisito curricular Trabajo de Investigación y como tal es propiedad exclusiva de las alumnas Nuñez Ernestina (Mat.13.233); y Pessi Manuela (Mat.14.349) de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Mar del Plata y no puede ser publicado en un todo o en sus partes o resumirse, sin el previo consentimiento escrito de los autores”.

“El que suscribe manifiesta que la presente Tesina ha sido elaborada por las alumnas Nuñez Ernestina (Mat.13.233); y Pessi Manuela (Mat.14.349), conforme los objetivos y el plan de trabajo oportunamente pautado, aprobando en consecuencia la totalidad de sus contenidos, a los .... días del mes de .... del año ...”.

Firma, aclaración y sello del Supervisor y/o Co-Supervisor.

## **Informe de Evaluación del Supervisor**

Este trabajo de investigación representa el esfuerzo de las tesisistas por sistematizar un conjunto de información relevante que acentúa dimensiones motivacionales y percepciones sobre facilitadores y obstaculizadores, así como competencias emprendedoras, de mujeres de la región LAC que han mostrado interés por las temáticas de género y desarrollo emprendedor. Los resultados de esta investigación aportan nuevos interrogantes para seguir trabajando desde la Red Mujer[ES] Emprendedoras Sociales que tiene como Nodo Coordinador a la Univ. Nacional de Mar del Plata.

Las tesisistas han sabido trabajar en equipo de forma satisfactoria, logrando una comunicación asertiva en cada tutoría. Las invito a publicar los resultados en el marco de encuentros regionales emprendedores de este año.

**Dra. Yamila Silva Peralta**

“Atento al cumplimiento de los requisitos prescriptos en las normas vigentes, en el día de la fecha se procede a dar aprobación al Trabajo de Investigación presentado por las alumnas Nuñez Ernestina (Mat.13.233); y Pessi Manuela (Mat.14.349).”

Firma y aclaración de los miembros integrantes de la Comisión Asesora:

Fecha de aprobación:

Calificación:

**Apellido y nombre de las alumnas:**

Núñez Ernestina (Mat. 13.233/15)

Pessi Manuela (Mat.14.349/15)

**Cátedra de radicación:** Psicología Laboral

**Supervisora:** Dra. Yamila Fernanda Silva Peralta

**Título del proyecto:** *Estudio exploratorio-descriptivo sobre competencias emprendedoras, facilitadores y obstaculizadores para emprender y motivación emprendedora en el marco del Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales” de Naciones Unidas.*

**Descripción resumida:** La presente investigación consiste en un estudio exploratorio-descriptivo con la finalidad de conocer las competencias emprendedoras, los facilitadores, los obstaculizadores y las motivaciones para emprender en una muestra de mujeres que participaron durante el 2020 en dos webinarios en el marco del Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales” financiado por el Fondo Fiduciario Pérez Guerrero de Naciones Unidas. Será analizado el contenido de las respuestas a los formularios de inscripción de cada uno de los webinarios, clasificando las competencias emprendedoras, los facilitadores, los obstaculizadores y motivaciones enunciadas. A la vez, se compararán las respuestas considerando variables socio-demográficas (edad, país y situación laboral).

**Palabras Clave:** competencias, competencias emprendedoras, mujeres, género

**Descripción detallada**

**-Motivo:** La realización de esta investigación generará conocimientos acerca de mujeres emprendedoras. Poder contar con el testimonio de diferentes mujeres resultará enriquecedor tanto a nivel personal como a nivel social, específicamente para la comunidad universitaria y el ámbito de la Psicología Laboral. Consideramos que cuanto más explorado esté el campo,

existirán más oportunidades para fomentar el emprendedorismo femenino, permitiendo la detección de necesidades y el desarrollo de competencias para emprender. Tener en cuenta este posible impacto nos motivará a maximizar nuestro compromiso y responsabilidad a la hora de llevar a cabo esta investigación.

### **-Antecedentes**

En primer lugar resulta pertinente definir qué se entiende por “emprendedor”. Según Vinocur y Kuchevasky (2010), un emprendedor es un sujeto que pone en acción determinadas competencias personales que le sirven al momento de enfrentar diferentes desafíos vinculados con el pasaje de la idea a la acción, donde se ponen en juego sus recursos psíquicos, económicos y técnicos. No importa cuál sea el fin, sino la posición del sujeto frente a la situación y el particular modo de resolverla, afrontarla, desafiarla e incorporarla para su propio beneficio. Es un emprendedor aquel que vislumbra, imagina, desarrolla y lleva adelante una idea acerca de un proyecto, contando con ciertas características personales como confianza en sí mismo, capacidad crítica, creatividad e iniciativa (Albano, Barrea, Patriarca, Krapf, Serenelli y Frey, 2019).

El desarrollo de la intención emprendedora puede ser definida como el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016). Según Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015), entre los aspectos considerados como influyentes en la intención emprendedora se encuentran dos vertientes: las de tipo cognitivo y las de tipo socio-personal. Así mismo, Da Fonseca, Belkis, Moriano, Laguía y Salazar (2015) concuerdan que el contexto social es un factor determinante en la formación de esta intención. A nivel subjetivo, se encontraría una combinación entre los rasgos de personalidad y la actitud o comportamiento que puede adaptarse al entorno gracias a la práctica. Se afirma que "esta relación existente entre los rasgos de la personalidad (locus de control, el riesgo, la



autoeficacia y la proactividad) y el comportamiento es amplia” (Jordan Aguirre, Serrano Orellana, Pacheco Molina y Brito Gaona, 2016, p.240). Además, diversas investigaciones (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014; Escolar, Palmero, Luis Rico, Baños, Gañán, Santos, Sanchez y Jiménez, 2015) centran su interés en los factores motivacionales que llevan a los individuos a emprender, señalándolos como fundamentales para el desarrollo exitoso del mismo.

Martinez y Carmona (2009) aportan una perspectiva centralizada en la particularidad de las competencias emprendedoras, ofreciendo una superación de lo puramente laboral-empresarial. Incluyen diferentes dimensiones de análisis: personal (autonomía y autorrealización), social (responsabilidad social y medioambiental) y económica (proyecto empresarial). El/la emprendedor/a para iniciar los propósitos del emprendimiento y lograr el éxito debería desarrollar sus competencias emprendedoras y los conocimientos referentes a las actividades que ejecuta, además de su actitud proactiva y desafiante. En tanto, si las personas no cuentan con las capacidades suficientes y no tienen una autoeficacia percibida no se van a lograr buenos resultados (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014). Por ende, es de gran importancia el fortalecimiento de la capacidad emprendedora mediante el aporte de conocimiento y habilidades que ayuden al mejor desempeño empresarial considerando la importancia que posee en el desarrollo económico de un país (Duarte, 2013).

El GEM (Global Entrepreneurship Monitor) distingue dos tipos de emprendedores: aquellos que libre y espontáneamente inician un negocio para aprovechar las oportunidades del mercado, denominados “de oportunidad” o “voluntarios” y, los “de necesidad” o “reclutados a la fuerza” que no ven otra alternativa en el mercado laboral que la de emprender independientemente. En el estudio efectuado en Venezuela por Rusque (2005) se indica que los empresarios de necesidad tienen un menor nivel educativo que los de oportunidad y, se agrega, que en el caso de las mujeres un 65% emprende por necesidad. Además en dicho

estudio, se promociona el fortalecimiento de la capacidad emprendedora para crear pequeñas y medianas empresas, ya que se han creado una multiplicidad de precarias microempresas que escasamente pueden sobrevivir en un mundo de libre competencia. Es importante rescatar que la capacidad emprendedora no se trataría sólo de crear un alto número de empresas sino de que sobrevivan en condiciones competitivas. Una de las dificultades radica, según la investigación realizada en España por Ruiz Cueva (2012), en la falta de capacidad tecnológica, de innovación, de desarrollo y de competitividad en las empresas que nacen cada año. En la mayoría de los casos, los índices de supervivencia son ínfimos y se debe a la escasa capacidad competitiva en un mundo cada vez más globalizado.

Estudios realizados en Latinoamérica han abordado una amplia gama de cuestiones que tratan de identificar las diferencias de género en el emprendimiento. En Argentina, Mayoral y Salvador Ferrer (2014) han encontrado diferencias entre emprendedoras y emprendedores en lo que respecta a la percepción de la autoeficacia. En la misma línea, la investigación realizada en Ecuador por Serrano Orellana, Brito-Gaona, Orozco y Santomayor (2016) encuentra diferencias significativas en las capacidades para emprender, dando cuenta que los hombres tienen mayor garantía al éxito dada sus habilidades para solucionar problemas, su alta creatividad, asunción de riesgos, necesidad de logro, autonomía y determinación, mientras que en las mujeres aparecen la falta de confianza y el miedo a fracasar. Del mismo modo, un estudio llevado a cabo en jóvenes universitarios de México indica que se han encontrado diferencias según género en las motivaciones para emprender (García Uribe, Ordoñez Molinar y Avilés Guillen, 2016). Por otro lado, en la investigación realizada en Sudamérica, Zapata Huamaní, Fernández López, Neira Gómez y Rey Ares (2014) arribaron a la conclusión de que ser mujer es un factor negativo a la hora de involucrarse en un emprendimiento tecnológico, pudiendo no haberse superado aún las barreras sociales y personales tradicionalmente perpetuadas. Mientras tanto afirman que el género sería

indiferente en lo que respecta al emprendimiento convencional, pudiendo detectarse un avance social en este sentido.

En consonancia con lo anterior, investigaciones realizadas en España arrojan datos similares. A partir de un estudio realizado en estudiantes universitarios, Reyes, Pinillos y Soriano (2014) indican diferencias significativas en el comportamiento emprendedor por razón de género. Por otro lado, el estudio realizado por García-Río, Barna-Luna, Sánchez-Torné y Pérez-Suárez (2020) remarca que la intención emprendedora de las mujeres debe ser estudiada atendiendo a las características específicas de los colectivos al cual pertenezcan. Así mismo, Pérez-Quintana y Hormiga-Peréz (2012) indican que la orientación de los roles sociales en función del género determinan que las mujeres se definan con una orientación emprendedora clara en su vida asumiendo roles considerados socialmente masculinos.

La mayoría de las investigaciones remarcan que la implicación de las mujeres en iniciativas emprendedoras contiene gran cantidad de obstáculos en comparación con los hombres. Se destaca que la limitación del emprendimiento femenino se centra en la falta de financiamiento (Sáñdoval-Alvaréz, 2020), siendo necesario el respaldo a nivel institucional a través del acompañamiento, asesoramiento y el capital social (Fernández y Gervilla, 2013).

Es posible recortar investigaciones que enfocan su análisis desde la óptica de los estudios de género. Según Ortiz García (2017) la perspectiva de género permite destacar la importancia del apoyo social y la formación integral para la creación de una cultura que promueva y visibilice el papel de la mujer emprendedora en un ámbito con predominancia masculina. Silva Peralta y Rompato (2020) afirman que los desafíos culturales están en íntima relación con la percepción de seguridad dentro de la organización social y las relaciones que se consolidan.

Por lo tanto, resulta importante explicar que el género es una categoría transdisciplinaria definida por su carácter histórico y social acerca de los roles, identidades, funciones y valores

que son atribuidos a varones y mujeres (Gamba, 2008). Piedra Guillén (2005) afirma y agrega: *el género como categoría de análisis contiene en su construcción aspectos relativos al poder, en tanto el género implica una relación social que está marcada por desigualdades* (p.133). De acuerdo a Serret Bravo (2008): *La perspectiva de género, entonces, puede entenderse como un punto de vista, a partir del cual se visualizan los distintos fenómenos de la realidad (científica, académica, social o política), que tiene en cuenta las implicaciones y efectos de las relaciones sociales de poder entre los géneros masculino y femenino, en un nivel, y hombres y mujeres en otro* (p.15).

En el imaginario social, la mujer empresaria giraría en torno a la compatibilidad entre el doble trabajo doméstico y extradoméstico, lo que supondría un gran sacrificio porque implica la sobrecarga de funciones (Sabater Fernandez, 2018). Investigaciones realizadas en la región latinoamericana (Ormeño Coronado, 2014; Acebedo Afanador y Velasco Abril, 2017) sostienen que la mujer emprendedora se interesa no sólo en la generación de empleo para ellas mismas sino también para integrantes de la comunidad, siendo impulsadas por un fuerte sentido de compromiso social, dando cuenta de un desarrollo extradoméstico.

La investigación sobre intención emprendedora realizada por García y Cañizares (2010) concluye que el papel social que nuestra cultura atribuye al varón y a la mujer (roles en la célula social básica: la familia) influyen en las ambiciones personales, en la propensión a aceptar retos, entre otros. En Argentina, según la psicoanalista Mabel Burin (2008) las mujeres se han incorporado al campo laboral, sin embargo, se encuentran con obstáculos externos e internos que dificultan su inserción. A partir de sus investigaciones, plantea que aquellas mujeres más adheridas a las formas convencionales de los roles de género (esposa, ama de casa, madre) se encuentran en “suelo pegajoso”, teniendo que realizar intensos movimientos psíquicos para sustraer una cantidad significativa de la energía libidinal necesaria para el desarrollo de su carrera laboral. Además, resalta dos condiciones de

desigualdad en el trabajo entre mujeres y varones: por un lado, las “fronteras de cristal” que se imponen a las mujeres cuando deben decidir entre la familia o el trabajo; y, por otro lado, el “techo de cristal” en el ascenso laboral de las mujeres.

**-Objetivos generales:**

Conocer las competencias emprendedoras, los facilitadores, los obstaculizadores y las motivaciones para emprender según mujeres que han participado de dos webinarios durante el 2020 organizados por el Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales” financiado por el Fondo Fiduciario Pérez Guerrero de Naciones Unidas.

**-Objetivos particulares:**

- a) Indagar y clasificar las competencias emprendedoras que perciben las mujeres de la muestra.
- b) Indagar y clasificar los facilitadores y obstaculizadores para emprender que identifiquen las mujeres de la muestra.
- c) Indagar y comparar las motivaciones de las mujeres participantes en cada uno de los webinarios.
- d) Comparar las competencias, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones de las mujeres de la muestra según sus características sociodemográficas (edad, país, situación laboral).

**-Métodos y técnicas:**

Se trata de una investigación exploratoria-descriptiva con un diseño no experimental, cualitativo y transaccional. Se trabajará con dos bases de datos que contienen las respuestas a los formularios de inscripción de los webinarios titulados “Mujeres Vinculadoras Tecnológicas: Un aporte desde la Psicología Organizacional” (4 de Junio del 2020) y “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales” (25 de junio del 2020), dictados en el marco del

Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales” financiado por el Fondo Fiduciario Pérez Guerrero de Naciones Unidas. Estas bases contemplan un número total de 325 respuestas. Se realizará un proceso de análisis inicial, con el fin de evitar el solapamiento de información y no considerar respuestas incompletas o en blanco.

Los datos serán analizados siguiendo la técnica de análisis de contenido, clasificando la información de acuerdo a los modelos teóricos de competencias emprendedoras, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones enunciadas por las respondientes. A la vez, se compararán las respuestas considerando variables socio-demográficas (edad, país y situación laboral).

**-Lugar de realización del trabajo:** El trabajo de investigación se realizará en la Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Psicología en el marco del Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales” financiado por el Fondo Fiduciario Pérez Guerrero de Naciones Unidas, bajo la dirección de la Dra. Yamila Silvia Peralta.

**-Cronograma de actividades:**

Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Lectura y análisis de antecedentes teórico-metodológicos.	x	x	x	x	x				
Selección de modelo de competencias.				x	x				
Integración de bases de inscripción a los dos webinarios.				x	x				
Análisis estadístico básico.					x	x	x		
Análisis de contenido de competencias, facilitadores,					x	x	x		

obstaculizadores y motivaciones										
Discusión de resultados.							X	X		
Elaboración de conclusiones.										X

**-Bibliografía básica de referencia:**

Acebedo Afanador, M.J., y Velasco Abril, M. (2017). Emprendimiento social femenino: Prolegómenos conceptuales y estudio de casos. *Revista Arbitrada del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales*, 0(27), 102-116.

Albano, S., Barrea, L., Patriarca, A., Krapf, L., Serenelli, L. y Frey, W. (2019). Emprendedorismo y educación universitaria. Caso: Facultad de Ingeniería. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 30(58), 205-240.

Burin, M. (2008). Las “Fronteras de cristal” en la carrera laboral de las mujeres. Género, subjetividad y globalización. *Anuario de Psicología*, 39(1), 75-86.

Da Fonseca, B. M.; Moriano, J. A.; Lagúa, A. y Salazar, V. J. (2015). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de género. *Anuario de Psicología*, 45(3), 301-315.

Duarte, S. (2013). Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay. *CTS*, 8(23), 67-87.

Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.

Escolar, M.C., Palmero, C., Luis Rico, I., Baños, V., Gañán, A., Santos, J., Sanchez, A.I. y Jiménez, A. (2015). Jóvenes y espíritu emprendedor: autoeficacia, motivación y procesos psicológicos. *INFAD Revista de Psicología*, 1(2), 151-162

- Fernández, R. V., y Gervilla, M. J. Q. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*, 13(1), 127-149.
- Gamba, S. (2008). ¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género? En Diccionario de estudios de Género y Feminismos. Editorial Biblos. Recuperado el 10 de junio de 2021 de: <http://www.mujiresenred.net/spip.php?article1395>
- García, F. J. F., y Cañizares, F. M. S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28(3), 1-27.
- García Río, E., Baena Luna, P., Sánchez Torné, I., y Pérez Suarez, M. (2020). Factores condicionantes en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Un estudio desde la perspectiva de género. *3C Empresa. Investigación Y Pensamiento Crítico*, 89-107.
- García Uribe, E., Ordoñez Molinar, L. y Aviles Guillen, E. (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedorismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. *Revistas de Ciencias de la Administración y Economía*, 6(11).
- Jordan Aguirre, J., Serrano Orellana, B., Pacheco Molina, A. y Brito Gaona, L. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción*, 32(81), 238-261.
- Marulanda, F., Montoya, I., y Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 89-99.
- Marulanda, F., Montoya, I., y Vélez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Revista Pensamiento & Gestión*, 0(36), 204-236.
- Martínez, F. y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de “competencias emprendedoras”: Valor social e implicaciones educativas. *REICE: Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 7(3), 82-98.
- Mayoral y Salvador Ferrer. (2014). Emprendedorismo tecnológico y género en la Argentina: Factores determinantes en la percepción de auto-eficacia Emprendedora. *Revista de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 22(2), 97-108.



- Ormeño Coronado, B. (2014). Emprendimiento Femenino: Propuesta de un Perfil en base al propio Discurso de Mujeres, desde una Perspectiva Cualitativa. *Revista Gestión de las Personas y Tecnología*, 7(19), 32-43
- Ortiz García, P. (2017). El discurso sobre el emprendimiento de la mujer desde una perspectiva de género. *Revista Vivat Academia*, 0(140), 115–129.
- Pérez-Quintana, A. y Hormiga-Peréz, E. (2012, jun). La influencia de los estereotipos de género en la orientación emprendedora individual y la intención de emprender. Presentado en *IV Congreso Universitario Nacional Investigación y Género*. Facultad de Ciencias del Trabajo de la Universidad de Sevilla. Sevilla, España.
- Piedra Guillén, N. (2005). Relaciones de poder: leyendo a Foucault desde la perspectiva de género. *Revista de Ciencias Sociales* (Cr), IV (106), 123-141. Universidad de Costa Rica San José, Costa Rica.
- Reyes, L., Pinillos, M. J., y Soriano, I. (2014). Diferencias de género en la orientación emprendedora. *Market Economics and Business Journal*, 45(3), 441-460.
- Ruiz Cueva, A. (2012). Aprende a emprender. Universidad y emprendimiento. *Revista de estudios de juventud*, 0(99), 69-88.
- Rusque, A. M. (2005). Capacidad emprendedora y capital social. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 11(2), 189-202. Caracas, Venezuela.
- Sandoval-Álvarez, C. (2020). Limitaciones y factores de éxito del Emprendimiento Femenino: una perspectiva Costarricense. Recuperado el 17 de junio del 2021 de: <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/82042/Emprendedurismo%20femenino%20factores%20de%20c3%a9xito.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sabater Fernández, C. (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. *Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 3(2), 55.
- Serrano Orellana, B., Brito-Gaona, L., Orozco, O. y Santomayor, G. (2016) Capacidad emprendedora y limitantes en la generación de emprendimientos: una mirada desde la condición de género. *European Scientific Journal*, 12(1), 96-107

Serret Bravo, E. (2008). *Qué es y para qué es la perspectiva de género. Libro para la asignatura pendiente: perspectiva de género en educación superior*. Instituto de la mujer Oaxaqueña. México.

Silva Peralta, Y., y Rompato, M.E. (2020). Desafíos en movilidad internacional y desarrollo de competencias psicosociales emprendedoras. *Revista Actualidades educativas en educación*, 20(1) 1-33

Soria-Barreto, K., Zúñiga-Jara, S., y Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34.

Vinocur, P. y Kuchevasky, S. (2010). El rol del Psicólogo del trabajo en el desarrollo emprendedor: ¿Quién es un emprendedor? Presentado en *II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*, Buenos Aires, Argentina.

Zapata Huamaní, G., Fernández López, S., Neira Gómez, I. y Rey Ares, L. (2014). El género como factor determinante del emprendimiento tecnológico en Sudamérica. Presentado en *II Jornada Universitaria Galega en Xénero, XUGeX: Roles de xénero nun mundo globalizado*. Universidade da Coruña, España.

**Firma de la Supervisora:**

Dra. Yamila Silva Peralta

**Firma de las alumnas:**

Pessi, Manuela

Nuñez, Ernestina

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>20</b>
REVISIÓN TEÓRICA	20
Emprendimiento y sujeto emprendedor	20
Competencias emprendedoras	22
Investigaciones sobre el emprendimiento desde la perspectiva de género	24
Facilitadores, obstaculizadores y motivaciones en el emprendimiento femenino	28
Marco teórico	32
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>36</b>
MÉTODO	36
Selección de Modelo Teórico sobre Competencias Emprendedoras	39
Proceso de categorización	40
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>42</b>
RESULTADOS	42
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>67</b>
DISCUSIÓN	67
CONCLUSIONES	76
<b>REFERENCIAS</b>	<b>82</b>
<b>ANEXO 1</b>	<b>88</b>

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación surge como cumplimiento del requisito curricular necesario para completar la Lic. en Psicología, de la UNMdP.

Quienes llevamos a cabo la tarea, somos estudiantes avanzadas de dicha carrera, con un porcentaje completo de exigencias curriculares cumplidas. Por lo tanto, es que las dos decidimos abordar la realización de esta tesis en conjunto, tomando como parámetros una serie de criterios: que la temática nos resulte interesante y nos motive; que el ámbito nos aporte conocimiento actualizado y novedoso con una marcada utilidad social, accesible a nuestro entendimiento. Además, consideramos que la temática de perspectiva de género atraviesa en forma transversal nuestra formación como futuras profesionales.

Dado el interés por el ámbito laboral al cursar la asignatura específica del área, y en vistas de comenzar nuestro proyecto de investigación, nos comunicamos con quien es hoy nuestra directora la Dra. Yamila Silva Peralta, en base a ciertas referencias que nos animaron a trabajar en conjunto, creímos, y sostenemos, que su dirección fue una decisión acertada.

En los primeros encuentros con la directora, se barajaron diversas posibilidades y opciones de temáticas, hasta delimitar la presente investigación. La misma consiste en un estudio exploratorio-descriptivo sobre *competencias emprendedoras, facilitadores y obstaculizadores para emprender y motivación emprendedora* en una muestra de mujeres que participaron durante el 2020 en dos webinarios en el marco del Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales”, financiado por el Fondo Fiduciario Pérez Guerrero de Naciones Unidas.

El *objetivo general* de la investigación consiste en conocer las competencias emprendedoras, los facilitadores, los obstaculizadores y las motivaciones para emprender según mujeres que han participado de dos webinarios durante el 2020 organizados por el Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales”. Como *objetivos particulares*

se enuncian: a) indagar y clasificar las competencias emprendedoras que perciben las mujeres de la muestra; b) indagar y clasificar los facilitadores y obstaculizadores para emprender que identifiquen las mujeres de la muestra; c) indagar y comparar las motivaciones de las mujeres participantes en cada uno de los webinarios; d) comparar las competencias, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones de las mujeres de la muestra según sus características sociodemográficas (edad, país, situación laboral).

Es así que la realización de esta investigación generará conocimientos acerca de las mujeres emprendedoras, contando con diferentes testimonios. Resultando enriquecedor tanto a nivel personal como a nivel social, específicamente para la comunidad universitaria y el ámbito de la Psicología Laboral. Consideramos que cuanto más explorado esté el campo, existirán más oportunidades para fomentar el emprendimiento femenino, permitiendo la detección de necesidades y el desarrollo de competencias para emprender.

# CAPÍTULO I

## REVISIÓN TEÓRICA

### **Emprendimiento y sujeto emprendedor**

En relación al emprendimiento, nos encontramos con diversas definiciones y caracterizaciones, provenientes de disciplinas como la economía, la administración de empresas o la psicología: especialmente, la psicología del trabajo o laboral. Este término implica una nueva forma de organización laboral generadora de nuevas oportunidades para los individuos, ya que tiene la capacidad de dinamizar economías locales, regionales o internacionales (Silva Peralta, 2019).

Por lo tanto, el emprendimiento es considerado una actividad compleja dada sus dimensiones y acepciones polifacéticas. Presentamos a continuación, algunas definiciones sobre *emprendimiento, emprendimiento femenino y sujeto emprendedor*.

Según Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015), el emprendimiento es considerada una de las actividades humanas más complejas, ya que convergen y se combinan factores socio-personales, cognitivos, económicos, políticos y culturales. Es un acto que conlleva hacer realidad las ideas y oportunidades identificadas en un contexto determinado, teniendo como actor principal a la figura del emprendedor (Espíritu Olmos, Gonzalez Sanchez y Alcaraz Vera, 2012).

En consonancia con lo anterior, Vinocur y Kuchevasky (2010) explican que un emprendedor es un sujeto que pone en acción determinadas competencias personales que le sirven al momento de enfrentar diferentes desafíos vinculados con el pasaje de la idea a la acción, donde se ponen en juego sus recursos psíquicos, económicos y técnicos. No importa cuál sea el fin, sino la posición del sujeto frente a la situación y el particular modo de resolverla, afrontarla, desafiarla e incorporarla para su propio beneficio. Es un emprendedor aquel que vislumbra, imagina, desarrolla y lleva adelante una idea acerca de un proyecto,

contando con ciertas características personales como confianza en sí mismo, capacidad crítica, creatividad e iniciativa (Albano, Barrea, Patriarca, Krapf, Serenelli y Frey, 2019). Por lo tanto, el sujeto emprendedor lleva a cabo su proyecto teniendo en cuenta factores endógenos (cualidades, habilidades, conocimientos, experiencias, formación, etc.) y factores exógenos (mutaciones del entorno: sociales, económicas, políticas). Autores como Herrera Guerra y Montoya Restrepo (2013) señalan que el emprendedor es considerado *una persona creativa, persistente, innovadora, flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, generadora de empleo, transformadora de recursos, entre otras actividades económicas, sociales, ambientales y políticas* (p. 28).

En el estudio efectuado en Venezuela por Rusque (2005) se retoma la distinción que realiza el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) sobre dos tipos de emprendedores: aquellos que libre y espontáneamente inician un negocio para aprovechar las oportunidades del mercado, denominados “de oportunidad” o “voluntarios” y, los “de necesidad” o “reclutados a la fuerza” que no ven otra alternativa en el mercado laboral que la de emprender independientemente. A su vez, resaltamos otras dos clasificaciones que nos permite pensar el concepto de emprendimiento: *emprendimiento social* y *emprendimiento tecnológico*. Por un lado, el primero consiste en realizar actividades e iniciativas con valor social que impliquen un beneficio común para un grupo humano sea por medio de actividades empresariales o social-comunitarias (Bargsted, 2013; Acebedo Afanador y Velazco Abril, 2017). Mientras que el tecnológico consiste en actividades que producen novedad mediante la aplicación de conocimientos tecnológicos y científicos (Holguín Montoya, Arboleda Jaramillo, Torres Marín y Gómez Zuluaga, 2010).

Para finalizar este apartado, cabe mencionar que el emprendimiento adopta características propias cuando es impulsado por mujeres emprendedoras. La literatura en el tema refleja la incidencia del *emprendimiento femenino* en el crecimiento económico, al

mismo tiempo que resaltan los desafíos, facilitadores, obstáculos y desigualdades a las que se enfrentan diariamente las mujeres a la hora de emprender.

### **Competencias emprendedoras**

Para poder definir las *competencias emprendedoras*, antes debemos mencionar qué se entiende por el concepto de *competencia*. El uso del vocablo *competencia* es plural y polisémico. En términos generales, es entendido como un conjunto de elementos cualificadores que dotan al individuo de “resortes” que vehiculizan su potencial (Mendez, 2013; Olaz Capitán y Ortiz García, 2017).

En la misma línea, Lazzati (2008) agrega que se trata de las capacidades personales que una persona posee, y que le permitirían lograr el éxito en el desempeño de su tarea. El autor también presenta una clasificación de competencias, distinguiendo entre competencias funcionales y competencias compartidas: las primeras refieren a conocimientos y habilidades propias de un área funcional, específicas, mientras que las segundas no refieren a un dominio de conocimiento específico, sino que son habilidades generales, propias de la personalidad, como por ejemplo modos vinculares, funcionamiento cognitivo o inteligencia emocional.

Luego de realizar un recorrido por la definición y clasificación del concepto de competencias, delimitamos el concepto de *competencia emprendedora*. Siguiendo a Mendez (2013), se entiende como la *capacidad comprobada de iniciativa y creatividad; implica no solo disponer de conocimientos y habilidades [...], sino que define la importancia de independencia y el capital creativo de la persona* (p. 54). Es decir, hacen referencia a características individuales que puestas en práctica facilitan la adquisición de saberes dando lugar a comportamientos que permiten solucionar con éxito diversas problemáticas que se presentan en la vida, ya sean laborales, sociales, medioambientales, económicas, entre otros (Martinez y Carmona, 2009).



Diversos autores han esbozado aquellas características, competencias y habilidades requeridas en torno al emprendedor que fueron seleccionadas a partir de sus investigaciones y/o revisiones bibliográficas en la materia. Si bien no se localiza una sola categorización que reúna dichos elementos, existe un consenso en la presencia de determinados factores como: ambición y necesidad de logro, aptitud mental positiva, creatividad, iniciativa, esfuerzo, perseverancia, visión de futuro, liderazgo y trabajo en equipo, búsqueda de oportunidades, asunción de riesgos, tolerancia a la frustración, fijación de metas, orientación al logro, criterio independiente, autoconfianza, autoestima, control percibido interno, autoconocimiento (Castillo, Lira y Gonzalez, 2014; Alda-Varas, Villardón-Gallego y Elexpuru-Albizuri, 2012; Rusque, 2005). En la misma línea, Martínez y Carmona (2009) ofrecen una superación de lo puramente laboral-empresarial e incluyen diferentes dimensiones de análisis de las competencias emprendedoras: personal (autonomía y autorrealización), social (responsabilidad social y medioambiental) y económica (proyecto empresarial).

En otras investigaciones los autores utilizan el concepto de *intención emprendedora*, y explican que el desarrollo de la misma puede ser definida como el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016). Según Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015), entre los aspectos considerados como influyentes en la intención emprendedora se encuentran dos vertientes: las de tipo cognitivo y las de tipo socio-personal. Así mismo, Da Fonseca, Belkis, Moriano, Laguía y Salazar (2015) concuerdan que el contexto social es un factor determinante en la formación de esta intención. A nivel subjetivo, se encontraría una combinación entre los rasgos de personalidad y la actitud o comportamiento que puede adaptarse al entorno gracias a la práctica. Se afirma que *esta relación existente entre los rasgos de la personalidad (locus de control, el riesgo, la*

*autoeficacia y la proactividad) y el comportamiento es amplia* (Jordan Aguirre, Serrano Orellana, Pacheco Molina y Brito Gaona, 2016, p.240).

En el desarrollo de esta investigación nos centraremos en las *competencias emprendedoras en mujeres*, resaltando investigaciones en la materia. Si bien las competencias encontradas concuerdan con las mencionadas anteriormente, algunos autores destacan que la intención emprendedora de las mujeres debe ser estudiada atendiendo a las características específicas de los colectivos al cual pertenezcan y revelan que la orientación de los roles sociales en función del género determinan que las mujeres se definan con una orientación emprendedora clara en su vida asumiendo roles considerados socialmente masculinos (García-Río, Barna-Luna, Sánchez-Torné y Pérez-Suárez 2020; Pérez-Quintana y Hormiga-Peréz, 2012).

### **Investigaciones sobre el emprendimiento desde la perspectiva de género**

En primer lugar resulta esencial explicar que el género es una categoría transdisciplinaria definida por su carácter histórico y social acerca de los roles, identidades, funciones y valores que son atribuidos a varones y mujeres (Gamba, 2008). Piedra Guillén (2005) afirma y agrega: *el género como categoría de análisis contiene en su construcción aspectos relativos al poder, en tanto el género implica una relación social que está marcada por desigualdades* (p.133). De acuerdo a Serret Bravo (2008): *La perspectiva de género, entonces, puede entenderse como un punto de vista, a partir del cual se visualizan los distintos fenómenos de la realidad (científica, académica, social o política), que tiene en cuenta las implicaciones y efectos de las relaciones sociales de poder entre los géneros masculino y femenino, en un nivel, y hombres y mujeres en otro* (p.15).

Incorporando la concepción anteriormente descrita, autores como Suárez Ortega, Sánchez-García y Soto-González (2020) brindan una mirada sistémica y humanista del perfil

de mujeres emprendedoras proponiendo abordar los estudios de emprendimiento desde una perspectiva de género, dejando en evidencia que el género es una variable que se construye socialmente. Sostienen que es irrelevante tratar de generar una caracterización única de “la mujer emprendedora”, puesto que dicha generalización supone eclipsar las diferencias de condiciones estructurales de base que enfrenta la mujer, generando políticas que aportan sólo a un determinado sector, mostrando solo un lado del emprendimiento y dejando invisible los costos que actualmente puede tener una mujer que emprende y que está en la zona de la precariedad. Clasifican a las mujeres emprendedoras teniendo en cuenta una matriz patriarcal subyacente: por un lado, aquellas emprendedoras sumisas, empujadas a emprender desde el cuidado de su familia y la carencia económica, en donde la única posibilidad de crear un puente entre su familia y la sociedad es el emprendimiento; y por el otro, las mujeres que imponen resistencias y localizan al emprendimiento como un desafío personal y oportunidad de aporte social.

Siguiendo con la misma línea de lectura, Elizundia (2015) afirma que el emprendimiento femenino tiene un impacto importante en el desarrollo económico y la disminución de la pobreza. Observa que las mujeres que trabajan y emprenden tienden a invertir en mayor medida sus ganancias en educación, salud y bienestar, promoviendo un deseo de superación y aprendizaje, principalmente en sus hijos. A pesar de lo anterior, la situación actual demuestra que en pleno siglo XXI, las mujeres aún enfrentan fuertes retos para su completa inclusión. Es así, que la mayoría de las investigaciones españolas y latinoamericanas remarcan que la implicación de las mujeres en iniciativas emprendedoras contiene una gran cantidad de obstáculos en comparación con los hombres. Una de las limitaciones a destacar como central es la falta de financiamiento (Sáñdoval-Alvaréz, 2020), siendo necesario el respaldo a nivel institucional a través del acompañamiento, asesoramiento y el capital social (Fernández y Gervilla, 2013). En Argentina, Mayoral y Salvador Ferrer

(2014) han encontrado diferencias en lo que respecta a la percepción de la autoeficacia. Siguiendo con el contexto latinoamericano, una investigación realizada en Ecuador por Serrano Orellana, Brito-Gaona, Orozco y Santomayor (2016) denota contrastes significativos en las capacidades para emprender, dando cuenta que los hombres tienen mayor garantía al éxito dada sus habilidades para solucionar problemas, su alta creatividad, asunción de riesgos, necesidad de logro, autonomía y determinación, mientras que en las mujeres aparecen la falta de confianza y el miedo a fracasar. En consonancia con lo anterior, investigadores españoles resaltan que el género femenino evita la asunción de riesgos y se autopercibe menos innovador y creativo (Reyes, Pinillos y Soriano, 2014).

Retomando el abordaje de la relación entre la intención emprendedora y el contexto social, García y Cañizares (2010) concluyeron que el papel social que nuestra cultura atribuye al varón y a la mujer (roles en la célula social básica: la familia) influyen en las ambiciones personales, en la propensión a aceptar retos, entre otros. En Argentina, según la psicoanalista Mabel Burin (2008) las mujeres se han incorporado al campo laboral, sin embargo, se encuentran con obstáculos externos e internos que dificultan su inserción. A partir de sus investigaciones, plantea que aquellas mujeres más adheridas a las formas convencionales de los roles de género (esposa, ama de casa, madre) se encuentran en “suelo pegajoso”, teniendo que realizar intensos movimientos psíquicos para sustraer una cantidad significativa de la energía libidinal necesaria para el desarrollo de su carrera laboral. Además, resalta dos condiciones de desigualdad en el trabajo entre mujeres y varones: por un lado, las “fronteras de cristal” que se imponen a las mujeres cuando deben decidir entre la familia o el trabajo; y, por otro lado, el “techo de cristal” en el ascenso laboral de las mujeres.

Analizando en profundidad el proceso mismo del devenir emprendedor, Astorga (2019) efectúa un interesante análisis a partir de la Teoría de la Identidad Performativa, refiriéndose a un devenir dinámico en donde la performance de las mujeres a la hora de

emprender, trasciende la actividad económica y desarticula el espacio laboral estricto materializando su actividad y construyendo inacabadamente una identidad. Estos actos están estrechamente ligados a un marco de relaciones históricamente sostenidos y perpetuados y a la adaptación de los patrones emprendedores masculinos a una performance llevada a cabo dentro de las posibilidades y acciones del rol de mujer en el marco social. En la misma línea analítica, Olaz y Ortiz García (2017) señalan que el emprendimiento femenino contribuye a impulsar el crecimiento económico y también, a reforzar las políticas de igualdad. Siguiendo con esta idea, Ortiz García (2017), destaca que la perspectiva de género denota la importancia del apoyo social y la formación integral para la creación de una cultura que promueva y visibilice el papel de la mujer emprendedora en un ámbito con predominancia masculina. Desde esta posición, la mujer emprendedora se re-sitúa percibiendo la posibilidad de integrarse en una estructura social laboral diseñada por y para el público masculino rompiendo con la lógica ámbito privado (femenino) y ámbito público (masculino).

En el imaginario social, la mujer empresaria giraría en torno a la compatibilidad entre el doble trabajo: doméstico y extradoméstico, lo que supondría un gran sacrificio porque implica la sobrecarga de funciones (Sabater Fernandez, 2018). Investigaciones realizadas en la región latinoamericana (Ormeño Coronado, 2014; Acebedo Afanador y Velasco Abril, 2017) afirman y sostienen que la mujer emprendedora se interesa no sólo en la generación de empleo para ellas mismas sino también para integrantes de la comunidad, siendo impulsadas por un fuerte sentido de compromiso social, dando cuenta de un desarrollo extradoméstico.

El speech empresarial basado en la meritocracia y ajeno a la perspectiva de género predica que cualquier persona puede acceder a emprender solo con su propio deseo individual, ignorando la existencia del sesgo de género en donde las mujeres no tienen las mismas condiciones que los hombres. Al decir de Zambrano-Vargas y Vázquez-García (2018): *Las mujeres de forma transversal se constituyen como sujetos emprendedores, desde*

*un imaginario ideal que se resiste a la masculinidad tradicional, pero que obedece a la norma social actual en virtud de esta nueva mujer en el campo del trabajo y el emprendimiento: perseverante, resiliente, optimista y empoderada. Siempre dueña y constructora de su propio destino, éxitos y fracasos (p.11).*

### **Facilitadores, obstaculizadores y motivaciones en el emprendimiento femenino**

Avolio y Di Laura (2017) plantean que la actividad emprendedora supone personas capaces de identificar oportunidades y dispuestas a asumir más riesgos que las demás, por ello es muy importante analizar las motivaciones y los estímulos que las llevan al emprendimiento. Para iniciar los propósitos del emprendimiento y lograr el éxito es imprescindible desarrollar las competencias emprendedoras y los conocimientos referentes de las actividades a ejecutar, además de tener una actitud proactiva y desafiante; ya que si las personas no cuentan con las capacidades suficientes y no tienen una autoeficacia percibida no se alcanzarán buenos resultados (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014). Por ende, es de gran importancia el fortalecimiento de la capacidad emprendedora mediante el aporte de conocimiento y habilidades que ayuden al mejor desempeño empresarial considerando la importancia que posee en el desarrollo económico de un país (Duarte, 2013).

Según Castillo, Lira y González (2014) los mayores contrastes entre las motivaciones para emprender en los distintos países se relacionan directamente con el contexto cultural de los emprendedores, teniendo en cuenta a la familia, al sistema educativo y a los medios de comunicación. Aquí también el Estado y sus políticas tendrán un rol fundamental a la hora de facilitar u obstaculizar el desarrollo emprendedor. Es imprescindible analizar el papel que juegan las políticas, instituciones y organizaciones no gubernamentales que fomentan, fortalecen y respaldan la cultura emprendedora permitiendo la formación de un *ecosistema emprendedor* orientado a la formación y consolidación de proyectos; a la capacitación y a la

asistencia técnica; o bien a facilitar el acceso al financiamiento para poder fomentar un desarrollo emprendedor más efectivo y sostenido en el tiempo (Cohen Arazi, y Alonso, 2016). Marulanda, Montoya y Vélez, (2014) concluyen que más allá de los incentivos externos que los gobiernos y otros organismos puedan crear para fomentarlo, el proceso de emprender estará determinado en mayor medida por la percepción del individuo tanto a nivel interno (en relación con sus objetivos y capacidades) como de la viabilidad externa, dependiente de la imagen de la actividad a nivel social y del apoyo que recibe de las personas que considera más importantes en su vida. En la misma línea y haciendo hincapié en los procesos internos, Escolar, Palmero, Luis Rico, Baños, Gañán, Santos, Sanchez y Jiménez (2015) afirman que *ciertos procesos cognitivos, como la autoeficacia emprendedora, la motivación intrínseca y ciertos rasgos de personalidad, como la personalidad proactiva y el locus de control interno, estarán positivamente implicados en el surgimiento de iniciativas emprendedoras* (p. 158).

Además de los factores anteriormente mencionados, resulta fundamental el origen de la motivación para emprender, ya sea que los individuos emprendan por necesidad o por el hecho de detectar alguna oportunidad en concreto en el mercado. Continuando con Cohen Arazi y Alonso (2016), en las naciones más dinámicas, guiadas por la innovación y la generación de valor agregado, predominan los emprendedores guiados por las oportunidades de mejora, mientras que en los países de menor desarrollo predominan los emprendimientos generados por necesidad. En relación a las mujeres emprendedoras, Silva Peralta y Rompató (2020) afirman que, ya sea por necesidad o por oportunidad, desarrollan su emprendimiento con una marcada implicación personal y miramiento a lo social manifestando una marcada necesidad de logro, asociada a la superación de obstáculos y al alcance de metas propuestas.

Para reconocer los diversos condicionantes que intervienen en el emprendimiento femenino encontramos un interesante estudio español de Alvarez, Noguera y Urbano (2012)

que se centra en diferenciar los aspectos formales e informales a la hora de emprender y en observar las diferencias según el género. Sus resultados indican que los factores informales (percepción de habilidades para emprender, redes sociales y rol familiar) son más relevantes para el emprendimiento femenino que los factores formales (financiación, políticas de apoyo no económicas y formación). Dentro de los primeros, se destaca la importancia de la percepción de habilidades de las mujeres emprendedoras, desde una perspectiva general de la sociedad (en qué medida la sociedad percibe que las mujeres son capaces de crear empresas) y desde el propio punto de vista (auto-eficacia percibida), aquí el papel de las redes sociales y de colaboración, son un factor informal muy importante para la decisión final de crear empresas tal como nombramos anteriormente cuando hicimos referencia al miramiento por lo social en el emprendedorismo femenino.

Para profundizar en los factores informales, retomamos la investigación de Rábago, D'Annunzio y Monserrat (2014) basada en mujeres emprendedoras argentinas, donde explican que el espíritu emprendedor femenino aparecería como resultado de integrar tanto las circunstancias personales (desde la genética y la educación) hasta conceptos relacionados con la autoeficacia, el foco de control interno (autoestima, persistencia y capacidad de decisión), las capacidades creativas y la necesidad de logro. En conjunto, estos son los factores determinantes personales que traccionan a la intención emprendedora. Algunos de los resultados arrojados dan cuenta de diferentes facilitadores a la hora de emprender como lo son:

“Un elevado nivel de autovaloración de sus competencias personales y empresariales, presencia de foco de control interno, reflejado principalmente en el manejo adecuado de la información, con la consiguiente capacidad de tomar riesgos sobre la base de disponer de habilidades para enfrentarse a ellos y conocimiento de los resultados de las decisiones tomadas en condiciones complejas; Una alta necesidad de logro,



representada en características tales como capacidad de organización, identificación de metas claras, vigor y determinación, y alta capacidad de perseverancia (...); Afiliación a mentores vinculados a la carrera empresarial y al aspecto psicosocial, lo cual indica que las emprendedoras tienden a “imitar” modelos de comportamiento diseñados y desarrollados por los individuos con quien ellas se identifican; Aplicación del concepto de “aprendizaje delegado” a sus propios mentoreados; Un estilo de liderazgo abierto y participativo, a partir de la presencia de actividad instrumental energética y/o innovadora, generada fundamentalmente a través de la persuasión y elaboración de redes de apoyo”. (Rábago, D’Annunzio y Monserrat, 2014, p.9)

Retomando con los aspectos formales, la financiación es uno de los que más preocupan tanto a emprendedores como emprendedoras. Las mujeres se encuentran con mayores obstáculos y desventajas en varios aspectos como lo son: la formación empresarial, la rentabilidad de sus empresas y su posición al momento de solicitar un financiamiento. Respecto a este último, *al contar con menor experiencia, con pocas relaciones empresariales, escasos activos valiosos y propiedades, etc., están a expensas del criterio del evaluador de crédito, quien tendrá prejuicios de género afectando su imagen como empresaria* (García y Adame, 2015, p.149). El estudio de García y Adame (2015) nos permite observar la diferencia en base al género en el punto en que las mujeres emprenden en general un negocio por necesidad, económica o profesional. Este fenómeno se desarrolla al encontrar un techo de cristal en las organizaciones para las cuales trabajan que impiden ascender a puestos de mayor jerarquía aun teniendo experiencia y habilidades para ello. Este obstáculo se puede presentar y transformar en oportunidad de desarrollo de sus competencias emprendedoras.

## Marco teórico

Para llevar a cabo el análisis de las competencias emprendedoras y facilitadores de las mujeres utilizamos el Marco Europeo de Competencias *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016). El estudio *EntreComp* fue lanzado en enero del 2015 por el Centro Común de Investigación (CCI), servicio científico interno de la Comisión Europea. Su ambición principal consistió en difundir y promover la competencia empresarial en la Unión Europea (UE) creando una sólida unión entre la educación y el trabajo, promoviendo el espíritu emprendedor y contribuyendo al despliegue del potencial de los ciudadanos con el objetivo final de llevar a la acción sus propuestas e ideas.

Teniendo en cuenta la cambiante economía global y la necesidad de una mano de obra más flexible y emprendedora, la Comisión Europea pidió a expertos de toda la UE que elaborarán una herramienta política para ayudar a los especialistas gubernamentales en planes de estudios y a los profesores a construir una cultura emprendedora con el objetivo de trabajar juntos para fortalecer el capital humano, la empleabilidad y la competitividad. Se destaca que la educación y la capacitación desempeñan un papel con predominancia en la creación de una mentalidad empresarial necesaria para la integración dentro de la economía local y mundial. En respuesta a lo solicitado, los expertos y especialistas desarrollaron el Marco Europeo de Competencias (*Entrepreneurship Competence Framework*). Su principal objetivo se basó en la expectativa de que todos los ciudadanos pudieran acceder al conjunto de competencias necesarias para el desarrollo personal, la inclusión social, ciudadanía y empleo, siendo una excelente herramienta para mejorar la capacidad y mentalidad empresarial. Estas competencias incluyen la lectoescritura, aritmética, ciencias y lenguas extranjeras, así como habilidades más transversales como la competencia digital, la

competencia emprendedora, el pensamiento crítico y la resolución de problemas (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016).

Para lograr su objetivo, el estudio se diseñó teniendo en cuenta estos puntos: identificar los componentes clave del espíritu empresarial como competencia; describir estos componentes para establecer un modelo conceptual compartido; desarrollar una serie de resultados de aprendizaje para sugerir lo que los ciudadanos europeos deben saber, comprender y poder hacer para demostrar un cierto nivel de competencia en la competencia empresarial (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, p.17). Por lo tanto, el marco *EntreComp* se fue gestionado a través de un enfoque de métodos mixtos basados en una revisión bibliográfica exhaustiva, el estudio de casos y consultas de partes interesadas.

Resaltamos la definición, amplia e integral, sobre *espíritu empresarial* que presenta el modelo, dotando a quien tuviera acceso a su lectura de una herramienta eficaz para evaluar y desarrollar esta competencia y sus diferentes componentes. Según Bacigalupo, Punie y Van den Brande (2016), el espíritu empresarial es conceptualizado como *una competencia transversal, que se aplica a todas las esferas de la vida: desde fomentar el desarrollo personal hasta participar activamente en la sociedad, a (re) ingresar en el mercado laboral como asalariado o autónomo, y también a la puesta en marcha de emprendimientos (culturales, sociales o comerciales)* (p.6).

El modelo conceptual de *EntreComp* se compone de dos dimensiones principales: 3 grandes áreas competenciales estrechamente entrelazadas; que a su vez se engloban en 15 competencias específicas (elementos básicos del espíritu empresarial) interrelacionadas e interconectadas y, en conjunto, constituyen los pilares del emprendimiento. Estas últimas deben ser tratadas como partes de un todo, a continuación las enumeramos:

#### *Ideas y Oportunidades:*

1. Identificar oportunidades

2. Creatividad
3. Visión
4. Evaluar ideas
5. Pensamiento ético y sostenible

*Recursos:*

6. Autoconocimiento y confianza en sí mismo
7. Motivación y perseverancia
8. Movilizar recursos
9. Educación financiera y económica
10. Movilizar a otras personas

*En acción:*

11. Tomar la iniciativa
12. Planificación y gestión
13. Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo
14. Trabajar con otras personas
15. Aprender de la experiencia

Cabe agregar que el *espíritu empresarial* como competencia, se sitúa por encima de las tres áreas de competencias. Estas áreas no jerárquicas se denominan *Ideas y oportunidades*, *Recursos* y *En acción*, reflejan como la competencia empresarial es la capacidad de transformar ideas y oportunidades en acción mediante la movilización de recursos. Estos recursos pueden ser personales (es decir, autoconciencia y autoeficacia, motivación y perseverancia), materiales (por ejemplo, medios de producción y recursos financieros) o no materiales (por ejemplo, conocimientos, habilidades y actitudes específicas) (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016).

Para finalizar, destacamos que existe una conciencia creciente de que las habilidades, los conocimientos y las actitudes empresariales pueden ser aprendidas y, a su vez, conducen al desarrollo generalizado de mentalidades y culturas emprendedoras que benefician mutuamente a las personas y a la sociedad en su conjunto. Esta mirada tiene como cimiento la enseñanza y el aprendizaje, permitiéndonos derribar el mito de lo innato e inamovible, para acceder de esta forma, a una mirada más flexible sobre el concepto de competencias y su entrenamiento en un proceso de aprendizaje y desarrollo constante. Este modelo subraya que no existen competencias básicas y competencias habilitadoras en la conceptualización de *EntreComp* y es aquí donde el contexto cobra predominancia, ya que de acuerdo a éste, algunas competencias tendrán mayor énfasis e importancia que otras. A partir de las necesidades particulares del grupo destinatario se podrá perfeccionar el modelo adaptándolo a su conveniencia. Es esta flexibilidad en el modelo lo que nos llevó a querer utilizar sus diferentes categorías para realizar nuestra investigación, teniendo en cuenta que podrá adaptarse a diferentes contextos y tipos de emprendimientos a pesar de su escasa utilización en trabajos teóricos y empíricos. El modelo nos permitió llevar a cabo un análisis enriquecedor de la información obtenida.

En Anexo 1 presentamos un cuadro con la descripción detallada de las 15 subcompetencias del modelo *EntreComp*.

## CAPÍTULO II

### MÉTODO

Se trata de una investigación exploratoria-descriptiva con un diseño no experimental, cualitativo y transaccional. Exploratoria en tanto fue llevado adelante mediante una exhaustiva revisión bibliográfica sobre emprendimiento, competencias, competencias emprendedoras, emprendimiento femenino y perspectiva de género. Su diseño es descriptivo porque, por un lado, describimos las competencias emprendedoras y los facilitadores siguiendo el Marco Europeo de Competencias *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016); mientras que los obstaculizadores y motivaciones enunciados por las mujeres participantes fueron clasificados a través de la revisión teórica sobre la temática. Es cualitativa porque realizamos un análisis y clasificación del contenido obtenido. Finalmente, es una investigación transaccional porque la recolección de datos fue llevada adelante en un único encuentro mediante formularios de Google correspondientes a la inscripción a dos webinarios y, por ende, se caracteriza por ser una única evaluación de las competencias emprendedoras, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones enunciadas por las mujeres de la muestra.

El *objetivo general* de la investigación consiste en conocer las competencias emprendedoras, los facilitadores, los obstaculizadores y las motivaciones para emprender según mujeres que han participado de dos webinarios durante el 2020 organizados por el Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales”. Como *objetivos particulares* podemos mencionar: a) indagar y clasificar las competencias emprendedoras que perciben las mujeres de la muestra; b) indagar y clasificar los facilitadores y obstaculizadores para emprender que identifiquen las mujeres de la muestra; c) indagar y comparar las motivaciones de las mujeres participantes en cada uno de los webinarios; d) comparar las

competencias, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones de las mujeres de la muestra según sus características sociodemográficas (edad, país, situación laboral).

Para llevarlo a cabo, se utilizaron dos bases de datos correspondientes a la inscripción de los/las participantes a través de Formularios de Google a los webinarios titulados “Mujeres Vinculadoras Tecnológicas: Un aporte desde la Psicología Organizacional” (4 de Junio del 2020) y “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales” (25 de junio del 2020), dictados en el marco del Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales” financiado por el Fondo Fiduciario Pérez Guerrero de Naciones Unidas y bajo la dirección de la Dra. Yamila Silva Peralta.

Dichos formularios contenían información sobre datos sociodemográficos y preguntas de exploración sobre las temáticas abordadas en cada webinar. En total, las bases de datos contemplaban 325 respuestas. Para los fines de esta investigación, decidimos realizar una fusión de ambas bases de datos, llevando a cabo un análisis minucioso con el fin de evitar solapamiento de información, respuestas incompletas o en blanco, descartando así 37 unidades de análisis. Además, esta investigación se centró en las respuestas de personas que se identifican con el género “Femenino”, por lo tanto, no se contemplan las respuestas de aquellas personas que se identifican con otro género, desestimando 27 unidades de análisis correspondientes a personas que se identifican con el género “Masculino”.

Como mencionamos anteriormente, nuestro propósito de investigación se centró solo en las personas que se identifican con el género femenino; sin embargo no desconocemos otras modalidades de asunción de las identidades de género y las diversas formas de expresión sexual. Entendemos que el contexto sociohistórico actual nos habilita a pensar con perspectiva de género. Por lo tanto, retomamos el concepto de género ya que nos permite dar cuenta de los procesos sociales y culturales que funcionan en cada sociedad para construir las diferencias ancladas en el sexo biológico, es decir, del sistema institucionalizado de prácticas

sociales que constituyen a los sujetos en dos categorías diferenciadas hombres-mujeres generando, por ende, un sistema de desigualdad estructural (Tajer, 2020).

Finalmente, la integración de las bases de datos contempló un número total de 261 unidades de análisis (respuestas), con información sobre:

- Datos sociodemográficos: edad; género; situación laboral; puesto laboral; organización en la que se desempeña; país de origen
- Motivación principal para participar en los webinarios
- Descripción de las cualidades principales de una Mujer Emprendedora Social
- Factores/aspectos que facilitan a una Mujer Emprendedora Social
- Factores/aspectos que obstaculizan o limitan a una Mujer Emprendedora Social
- Descripción de las cualidades principales de una Mujer Vinculadora Tecnológica
- Facilitadores de una Mujer Vinculadora Tecnológica
- Obstaculizadores de una Mujer Vinculadora Tecnológica

El contenido de las respuestas de la base de datos nos permitió dar cuenta de lo que posteriormente clasificamos en diferentes categorías para agrupar las competencias emprendedoras, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones para emprender de las mujeres de la muestra.

Cabe destacar que los datos personales e información solicitada en el momento de la inscripción a los webinarios, fueron resguardados siguiendo los procedimientos éticos de acuerdo a la legislación vigente. Quienes completaron los formularios dieron su consentimiento para formar parte de futuras investigaciones llevadas a cabo por el Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales”.

En cuanto al trabajo intelectual, todas las fuentes consultadas han sido mencionadas, comentadas y citadas.



## **Selección de Modelo Teórico sobre Competencias Emprendedoras**

Tomamos el Marco Europeo de Competencias denominado *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016) para analizar las competencias emprendedoras de las mujeres de la muestra. Luego de analizar investigaciones sobre las competencias necesarias para emprender, concluimos que este modelo genera un aporte novedoso en el ámbito del emprendimiento. A la vez, cuenta con información actualizada y con respaldo científico.

Sin embargo, encontramos como limitación del modelo que centra su interés en el campo de la Administración de Empresas. Por otro lado, es un modelo genérico de competencias emprendedoras que no tiene en cuenta el género a la hora de su confección, así como el contexto social, político y cultural. Otro aspecto a destacar es que no encontramos investigaciones en Latinoamérica que utilicen este modelo. Al indagar en la bibliografía, nos encontramos en primer lugar con un interesante artículo centro-americano: *EntreComp. Marco competencial para el emprendimiento. Una revisión sistemática de la literatura sobre su uso y aplicación* (Baena Luna, García-Río y Monge-Agüero, 2019). Fue el mismo el que nos permitió comprender el uso y aplicación que ha tenido el modelo desde su publicación en 2016, en donde predominó, para nuestra sorpresa, el ámbito de la educación emprendedora en todos los niveles educativos.

A pesar de *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016) ser un marco competencial perteneciente a la Unión Europea, los trabajos científicos que lo abordan no todos tienen necesariamente filiación en ésta. Como por ejemplo, Australia, Canadá, Estados Unidos e Indonesia y predominando el caso de autores con filiación española, siendo el país con mayor número de trabajos (Baena Luna, García-Río y Monge-Agüero, 2019).

Por último, cabe destacar que este modelo no realiza un análisis sobre obstáculos o limitaciones posibles a la hora de emprender.

### **Proceso de categorización**

Con la finalidad de categorizar respuestas en función de los objetivos específicos ya mencionados, conformamos un cuadro de análisis y fueron construidas categorías para clasificar la información de la muestra.

En primer lugar, de cada unidad de análisis tomamos aquellas palabras o frases que nos permitieron describir y clasificar las competencias de las mujeres emprendedoras sociales y vinculadoras tecnológicas; los facilitadores y obstaculizadores de cada tipo de emprendimiento; y, las motivaciones.

En segundo lugar, las incluimos en categorías más amplias y finalmente clasificamos las competencias emprendedoras y facilitadores siguiendo el marco teórico definido en apartados anteriores. Al realizar el análisis percibimos que algunas categorías no podían incluirse en el modelo, por lo tanto creamos una categoría residual denominada *Otros*.

Para las respuestas correspondientes a obstaculizadores en el emprendimiento construimos seis categorías: *Autopercepción negativa y dificultad en habilidades sociales; Desconocimiento y falta de formación; Dificultad en capacidad de gestión y adaptación al cambio; Desigualdad y roles de género; Contexto micro y macro; y, Falta de recursos*. Mientras que las categorías para clasificar las motivaciones enunciadas por las mujeres participantes fueron: *Formación y vinculación con otros; Interés en el emprendimiento y perspectiva de género; y, Relación con proyectos personales*.

El análisis de contenido de la base de datos, nos permitió realizar un trabajo en conjunto de interpretación y categorización.

A continuación, avanzaremos sobre los resultados obtenidos a través del proceso de categorización presentada mediante tablas y figuras.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS

En el presente apartado, analizaremos los resultados de nuestra investigación en función de los cuatro objetivos específicos propuestos.

#### **a) Objetivo específico "Indagar y clasificar las competencias emprendedoras que perciben las mujeres de la muestra".**

El objetivo mencionado implica la indagación y clasificación de las competencias emprendedoras que perciben las mujeres participantes de los webinarios. Como explicamos en apartados anteriores, para alcanzar este objetivo utilizamos como marco teórico de referencia *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016). Además nos serviremos de una categoría genérica creada ("Otros") con el fin de incluir respuestas que no se ajustan al modelo seleccionado.

Los resultados se presentarán en base al siguiente criterio de agrupamiento que fue diseñado y utilizado exclusivamente con el fin de analizar este primer objetivo específico:

- Presencia de competencias emprendedoras hasta un 25% de los casos (De 0 a 66 casos)
- Presencia de competencias emprendedoras de 26 a 50% de los casos (De 67 a 130 casos)
- Presencia de competencias emprendedoras en más del 50% de los casos (Desde 131 o más casos)

Consideramos que la clasificación de los resultados permitirá facilitar investigaciones posteriores que deseen retomar y profundizar en nuestro trabajo.

El modelo *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016) nos permite arribar a una categorización teórica de las

competencias, en tanto podemos encontrar descripciones para las mismas. Los resultados de la clasificación de las competencias de las mujeres participantes de los webinarios (*Figura 1*) nos muestran que la única competencia, según el modelo teórico escogido, con una presencia en más del 50% de los casos es: Pensamiento ético y sostenible. Por otro lado, aquellas competencias presentes dentro del 26 a 50% de los casos son: Motivación y perseverancia y Tomar la iniciativa; mientras que las competencias presentes en hasta un 25% de los casos son: Creatividad, Planificación y gestión, Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo, Movilizar a otras personas, Autoconocimiento y confianza en sí mismo, Identificar oportunidades, Movilizar recursos, Trabajar con otras personas, Visión, Evaluar ideas y Educación financiera y económica. Es en este último porcentaje incluimos, como mencionamos anteriormente, la categoría “Otros” ante aquellas respuestas no asimilables por el modelo (*Figura 2*). Las respuestas incluidas bajo esta nominación han mostrado presencia de forma empírica y nos resultó pertinente agruparlas para realizar un análisis más acabado, dando lugar a posibles nuevas líneas de investigación. Por lo tanto, aclaramos que en la categoría *Otros* agrupamos competencias emprendedoras que se relacionan con temas como: Empoderamiento femenino y social, Inclusión, Activismo, No planificación a la hora de emprender y el Rol del género femenino ("ser mujer").

Figura 1. Distribución de Frecuencia de las Competencias Emprendedoras

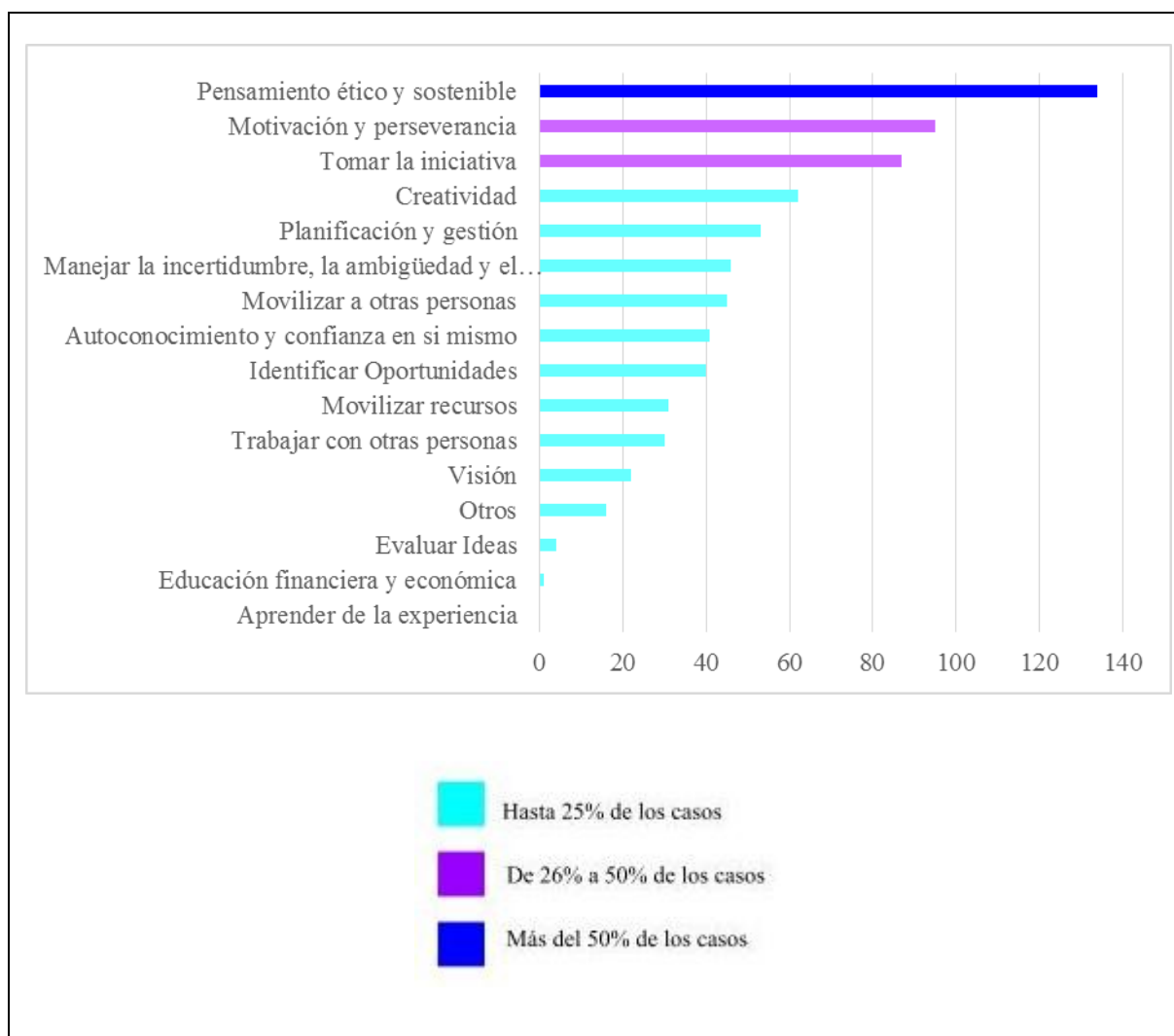
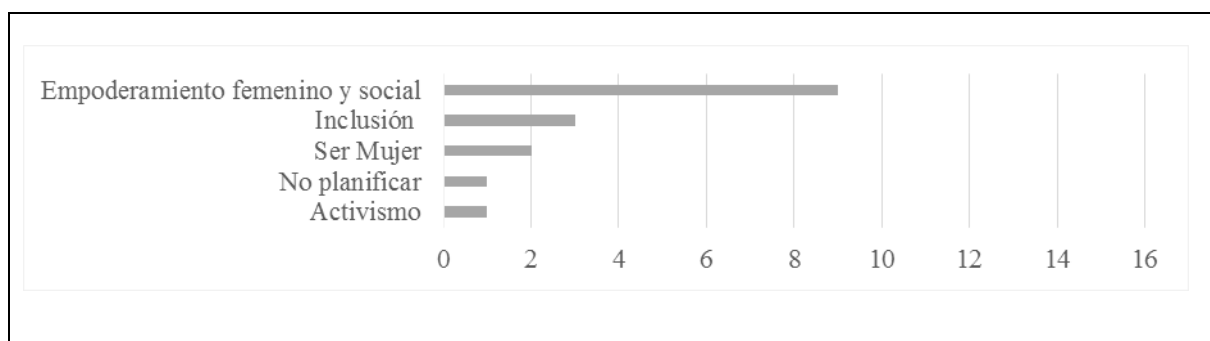


Figura 2. Distribución de Frecuencia de Categoría Otros



Cabe mencionar que la competencia emprendedora Aprender de la experiencia, descrita por el modelo *Entrepreneurship Competence Framework: EntreComp*, no está

presente en la muestra de mujeres. Destacamos este aspecto con el objetivo de ser analizado y puesto en discusión en apartados posteriores.

### **Ejemplos extraídos de la muestra**

#### *Identificar oportunidades:*

“Observadora: tener la capacidad de observar para detectar las oportunidades y los recursos con los que se cuentan para llevar adelante una idea...” (U.A 158)

#### *Creatividad:*

“Es lo que hace que pueda encarar un proyecto desde su deseo y darle una vuelta a lo que existe con algo novedoso e innovador [...] “Creatividad: indispensable para generar ideas nuevas y destacar en el mercado” (U.A 39)

“Desarrollar un proyecto con una idea única e innovadora con una demanda y oferta que sea atractiva y esté a la vanguardia de la competencia...” (U.A 15)

#### *Visión:*

“Todo parte de una idea, de algo que quiero brindar a otro desde mis conocimientos. Pasión por lo que quiero desarrollar, creer y crecer en eso que quiero hacer. Visión a donde quiero llegar, como lo quiero hacer y cuáles son los valores por los cuales me voy a guiar para sacar el proyecto adelante, contando con una gran cuota de paciencia” (U.A 31)

#### *Evaluación de ideas:*

“Tener idea clara: saber exactamente qué se quiere, cómo y para cuándo se quiere...” (U.A 97)

#### *Pensamiento ético y sostenible:*

“Responsabilidad: porque ve una problemática, se introduce en ella y se responsabiliza de solucionar ese problema, y o trabajar en él. Esto va acompañado de creatividad a la hora de buscar la solución, y que sea una solución sostenible...” (U.A 52)

*Autoconocimiento y confianza en sí mismo:*

“Para poder cumplir nuestras metas es necesario ser responsable con todo respetuosa con los demás y con nosotras mismas y confiar siempre en que somos capaces de hacer las cosas bien...” (U.A 67)

*Motivación y perseverancia*

“Una actitud proactiva frente al desafío planteado, perseverancia para continuar y seguir apostando al objetivo y confianza para consolidar el emprendimiento” (U.A 10)

*Movilizar recursos:*

“Pragmatismo: capacidad de ver los problemas o situaciones con mayor nivel de abstracción” (U.A 61)

“Generalmente tiene una gran formación sobre lo que emprenderá y 3 dedica mucho tiempo y amor a lo que está emprendiendo...” (U.A 8)

*Educación financiera:*

“Capacidad de conseguir acceso al financiamiento para consolidar o expandir su emprendimiento...” (U.A 248)

*Movilizar a otras personas:*

“El trabajo en equipo. Fortalece vínculos internos al grupo en el cual se distribuyen roles y afectos además del trabajo dentro de un colectivo que brinda identidad y pertenencia” (U.A 44)

*Tomar la iniciativa:*



“Iniciativa: actitud proactiva, autonomía, no quedarse en el problema (...)

Operatividad: ser ejecutiva, definida la acción, llevarla a cabo...” (U.A 120)

#### *Planificación y gestión:*

“Capacidad para la multitarea, tolerancia al riesgo, sentido de autonomía e independencia” (U.A 257)

“Perseverancia: entender que deben lograrse los objetivos y metas. Emprendedora: la capacidad para buscar los medios que le permitan proyectar su meta. Analítica: ser capaz de visualizar la viabilidad de sus objetivos” (U.A 144)

#### *Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo*

“Resiliente: debe saber rehacerse y cambiar cuando las cosas no funcionan. Persistente. Debe ser tenaz para llegar a sus objetivos y no quedarse en el camino” (U.A 96)

“Curiosa: esa necesidad de saber, conocer, indagar. Inquieta: no obstante la realidad es dinámica y siempre está pensando y haciendo nuevas cosas, desafíos. Valiente: se anima por sobre todas las cosas, situaciones y contextos a pensar y llevar a cabo sus ideas...” (U. A 143)

#### *Trabajar con otras personas*

“Se busca formar parte de un equipo/sentimiento de pertenencia. Se procura trabajar en conjunto, reforzando redes de ayuda” (U.A 124)

#### *Otros:*

“Empoderamiento femenino: transitar espacios de dirección, de toma de decisiones, de poder en un mundo empresarial masculino, sin perpetuar discursos y modo de hacer las cosas que sostengan desigualdades y violencia de género” (U.A 134)

**b) Objetivo específico "Indagar y clasificar los facilitadores y obstaculizadores para emprender que identifiquen las mujeres de la muestra".**

El objetivo mencionado implica la indagación y clasificación de los facilitadores y obstaculizadores para emprender que perciben las mujeres participantes de los webinarios. En primer lugar destacamos que fue posible asimilar los facilitadores al modelo *Entrepreneurship Competence Framework: EntreComp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016) pero no así, los obstaculizadores. A su vez, nos encontramos ante la necesidad de crear una categoría genérica (*Otros*) en la cual incluir aquellas respuestas que no se ajustaban en forma adecuada al modelo escogido.

Los resultados se presentarán en base al siguiente criterio de agrupamiento que fue diseñado y utilizado exclusivamente con el fin de analizar este primer objetivo específico:

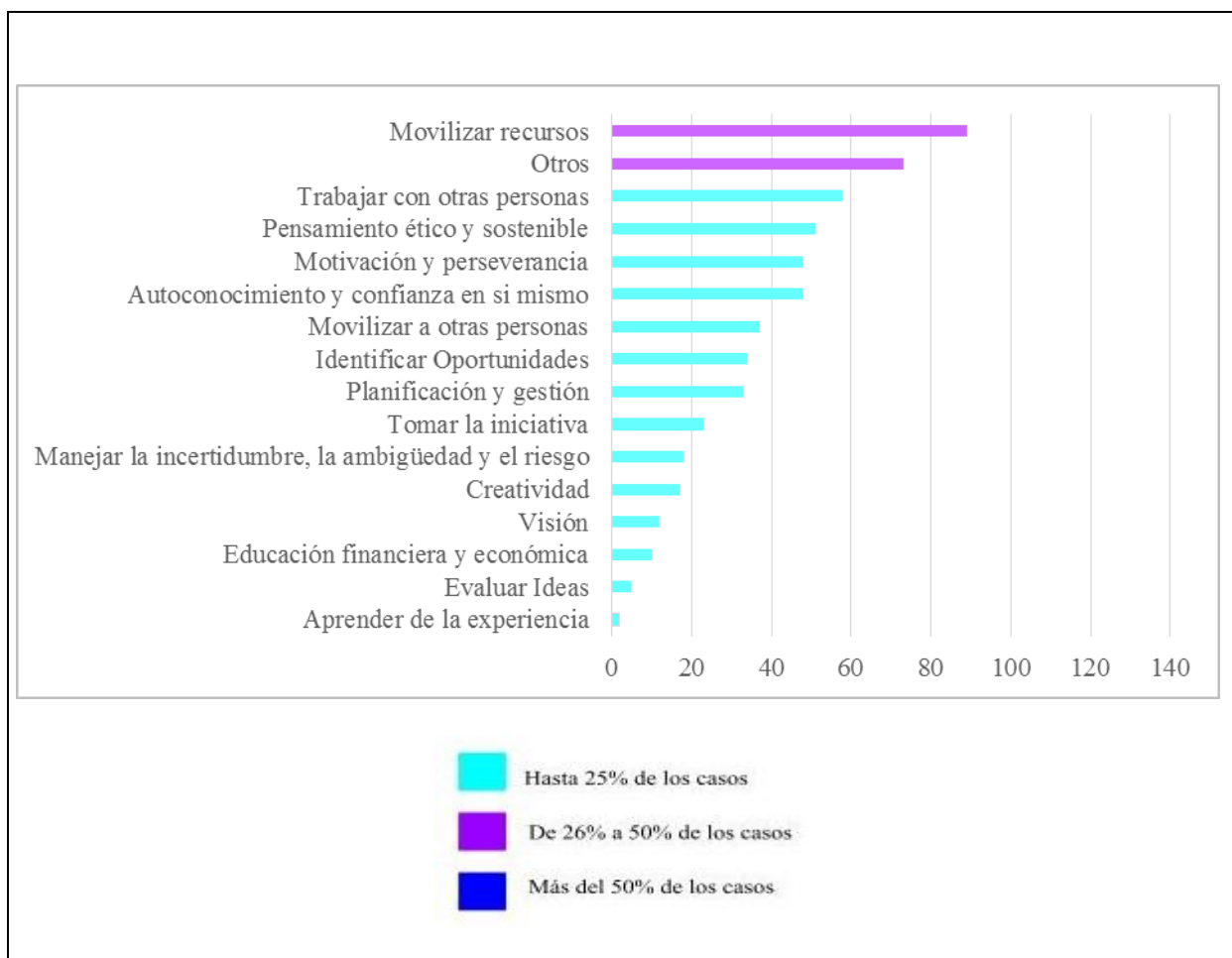
- Presencia de facilitadores u obstaculizadores hasta un 25% de los casos (De 0 a 66 casos)
- Presencia de facilitadores u obstaculizadores de 26 a 50% de los casos (De 67 a 130 casos)
- Presencia de facilitadores u obstaculizadores en más del 50% de los casos (Desde 131 o más casos)

En primer lugar, resulta pertinente resaltar que la distribución de los facilitadores enunciados por las mujeres no supera el 50% de la muestra. Esta información será tenida en cuenta en apartados posteriores para poner en discusión y analizar.

Los resultados de la clasificación de los facilitadores enunciados por las mujeres participantes de los webinarios (*Figura 3*) nos muestran que entre el 26% al 50% de las mujeres mencionaron los siguientes: Movilizar recursos y Otros. Cabe aclarar que en esta última categoría agrupamos facilitadores que se relacionan con temas como: apoyo social, institucional, gubernamental o familiar; tendencia a la igualdad de género; apertura a vincularse con otras mujeres, contexto socio-económico y político, empoderamiento femenino; comprensión y aceptación social del sexo opuesto; y, apertura a la diversidad.

Por otro lado, los facilitadores que se encuentran dentro del 25% de la muestra son: Trabajar con otras personas, Pensamiento ético y sostenible, Motivación y perseverancia, Autoconocimiento y confianza en sí mismo, Movilizar a otras personas, Identificar oportunidades, Planificación y gestión, Tomar la iniciativa, Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo, Creatividad, Visión, Educación financiera y económica, Evaluar ideas y Aprender de la experiencia.

Figura 3. Distribución de Frecuencia de los Facilitadores mencionados en la muestra



**Facilitadores: ejemplos extraídos de la muestra.**

*Identificar oportunidades:*

“Conocedora de la oferta de tecnología que surge de los organismos que generan ciencia. Conocedora de la demanda de tecnología que necesitan las empresas...” (U.A 178)

*Creatividad:*

“Incubadora de ideas para gestionar y viabilizar proyectos...” (U.A 92)

“Iniciativa - Pasión - Creatividad...” (U.A 160)

*Visión:*

“Ser constante, proyección de crecimiento, y superación...” (U.A 257)

*Evaluar ideas:*

“Las buenas ideas, ser positiva, ser realista...” (U.A 47)

*Pensamiento ético y sostenible:*

“Comunicación asertiva, sensibilidad social y respeto...” (U.A 36)

“Disciplina, responsable, ordenada...” (U.A 244)

*Autoconocimiento y confianza en sí mismo:*

“Crear en uno mismo la capacidad de asumir responsabilidades” (U.A 264)

*Motivación y perseverancia:*

“Incomodidad, desafíos, motivación...” (U.A 229)

“Ser constante, proyección de crecimiento, y superación...” (U.A 257)

*Movilizar recursos:*

“Nivel de Estudios. Nivel Económico. Herramientas Tecnológicas” (U.A 212)

“Conocimiento, capacidad de trabajar en equipo, liderazgo...” (U.A 226)

*Movilizar a otras personas:*

“Ser líder, ser fuerte y tener mucho carisma” (U.A 151)

*Educación financiera y económica:*

“Financiamiento” (U.A 251)

“Presupuesto” (U.A158)

*Tomar la iniciativa:*

“Proponer, crear, implementar...” (U.A 255)

*Planificación y gestión:*

“Poder de organizar, liderazgo...” (U.A 206)

“Practicidad, resolutiva...” (U.A 243)

*Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo:*

“Espíritu luchador y adaptabilidad a nuevos contextos...” (U.A 73)

*Trabajar con otras personas:*

“La comunicación proactiva, el acompañamiento y la generación de redes...” (U.A 35)

*Aprender de la experiencia:*

“La iniciativa para poder compartir experiencias, la disposición para aprender y la capacidad de reconocer fortalezas y debilidades...” (U.A 94)

*Otros:*

“Apoyo o necesidad a la comunidad, empoderar a la comunidad, resolver la necesidad en un grupo o entidad para su beneficio...” (U.A 29)

“Un buen equipo familiar que acompañe y entienda a la emprendedora...” (U.A 65)

“Asesoramiento para generar el emprendimiento, difusión del proyecto...” (U.A 85)

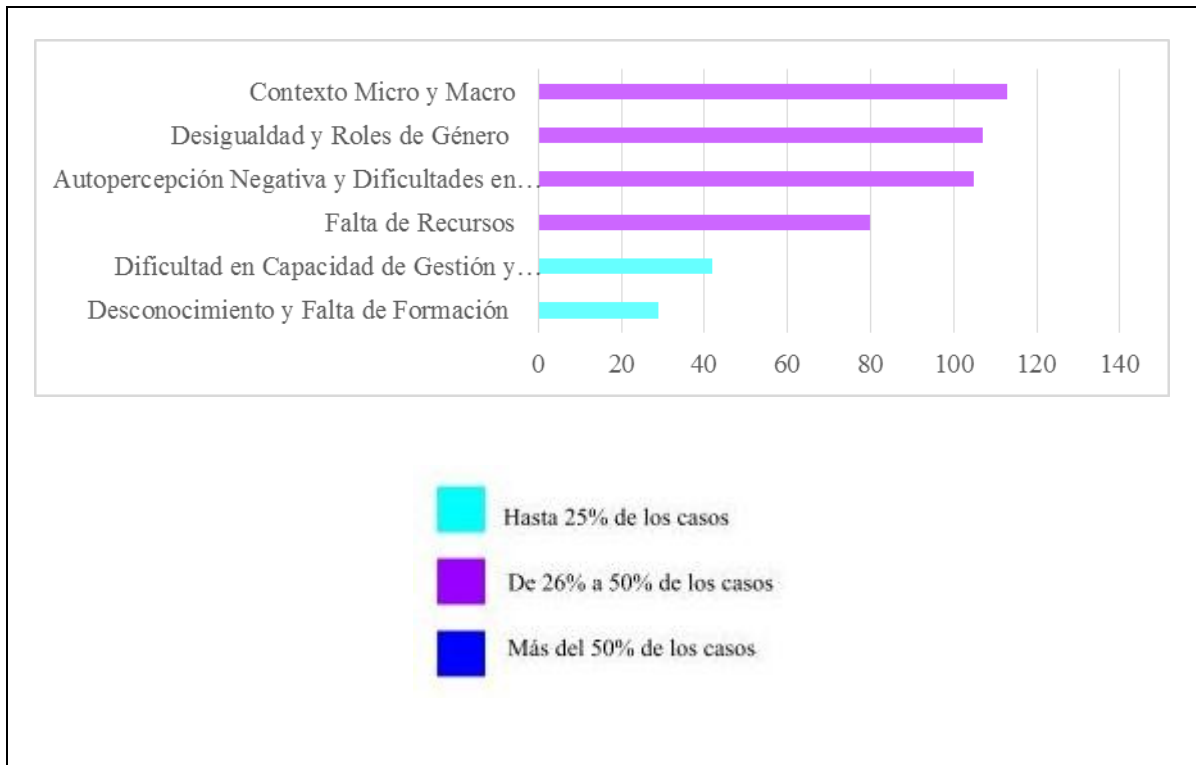
El hecho de no poder clasificar los obstáculos mencionados por las mujeres a la hora de emprender al modelo *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp*, nos impulsó a crear una serie de categorías para agrupar los obstáculos encontrados basándonos específicamente en los autores escogidos dentro de nuestra revisión bibliográfica. El modelo

teórico utilizado en los objetivos anteriores refleja competencias únicamente positivas, no incluye limitaciones u obstáculos a la hora de emprender y no realiza un análisis desde la perspectiva de género. De esta manera, las categorías que hemos creado son las siguientes:

- *Autopercepción negativa y dificultad en habilidades sociales*
- *Desconocimiento y falta de formación*
- *Dificultad en capacidad de gestión y adaptación al cambio*
- *Desigualdad y roles de género*
- *Contexto micro y macro*
- *Falta de recursos*

Los resultados de la clasificación de los obstaculizadores mencionados por las mujeres participantes de los webinarios (*Figura 4*) reflejan que la distribución de los obstaculizadores no supera el 50% de la muestra. Esta información será retomada en apartados posteriores para ponerla en discusión. Mientras que se observa la presencia del 26% y el 50% de los casos, de los siguientes obstáculos: Contexto micro y macro, Desigualdad y roles de género, Autopercepción negativa y Dificultad en habilidades sociales y Falta de recursos. Por otro lado, en cuanto a obstaculizadores presentes en hasta un 25% de las mujeres de la muestra, identificamos las categorías: Dificultad en capacidad de gestión y adaptación al cambio y Desconocimiento y falta de formación.

Figura 4. Distribución de Frecuencias de los Obstáculos mencionados por la muestra



**Obstáculos: ejemplos extraídos de la muestra.**

*Autopercepción negativa y dificultades en habilidades sociales:*

“Pensamientos negativos, escuchar sólo críticas, no estar preparadas para cambiar...”

(U.A 47)

“Falta de inteligencia emocional...” (U.A 79)

“1.Falta de redes de apoyo. 2. Poco reconocimiento de sus capacidades. 3.

Pensamiento limitado” (U.A 123)

“Falta de Cooperativismo, intercambio colaboración...” (U.A 163)

*Desconocimiento y falta de formación:*

“La falta de acceso a la educación, y a la información...” (U.A 68)

“Desconocimiento de las capacidades propias formales o intuitivas que le permitirían emprender socialmente, limitación del rol de la mujer al desarrollo personal en los ámbitos

exclusivamente familiares o en trabajos en relación de dependencia (esta limitación es mayor cuanto menor es la cultura de la mujer) y acceso limitado a la formación en este tipo de actividades...” (U.A 240)

*Dificultad en capacidad de gestión y adaptación al cambio:*

“Improvisación, desconocimiento, no concretar metas...” (U.A 2)

“Tiempo (desde el enfoque de género la "triple" jornada laboral. Asunción de riesgos. Negociaciones con socios estratégicos...” (U.A 73)

“Disponibilidad de recursos y tiempo, el tener que resignar otras actividades o tareas para emprender y el miedo al fracaso...” (U.A 127)

*Desigualdad y roles de género:*

“Inequidad de género, falta de políticas públicas orientadas a las mujeres...” (U.A 17)

“La discriminación, la falta de equidad de género y que tienden a tener otras actividades aparte del desarrollo del emprendimiento...” (U.A 32)

*Contexto micro y macro:*

“Falta de incentivos - leyes inadecuadas - sociedad no inclusiva...” (U.A 10)

“No todas las personas cuentan con el apoyo familiar para emprender y sin ayuda estas frita!...” (U.A 64)

*Falta de recursos:*

“Recursos económicos, cuidado de sus hijos/familia, orquestar todo...” (U.A 69)

“Tiempo, escasez de insumos, escasez de ventas” (U.A 71)

**c) Objetivo específico "Indagar y comparar las motivaciones de las mujeres participantes en cada uno de los webinarios".**



El objetivo mencionado implica la indagación y comparación de las motivaciones que enuncian las mujeres participantes de los webinarios en relación a su participación en dicha actividad. Éste aspecto se indagó a través de la pregunta “*¿Por qué le interesa este Webinar? Describa su Motivación principal*”.

Por lo tanto para codificar las respuestas, hemos acordado la generación de las categorías *Formación y vinculación con otros; Interés en el emprendimiento y perspectiva de género; y, Relación con proyectos personales*. En base a esta categorización, observamos los siguientes resultados.

En primer lugar, 101 mujeres refieren que su motivación principal para asistir a los webinarios consiste en la formación-capacitación y, destacan el papel fundamental de estos espacios de formación ya que permiten la vinculación con otras personas. A continuación, ejemplificamos con citas extraídas de las unidades de análisis:

“Llevo años desarrollando proyectos sociales y quisiera hacer una revisión y actualización de los procesos. Creo que es imprescindible continuar aprendiendo y creciendo con otros” (U.A 164).

“Por ser mayor y ser mujer es importante ponerse al día con la tecnología y poder mantenerse competitiva” (U.A 205)

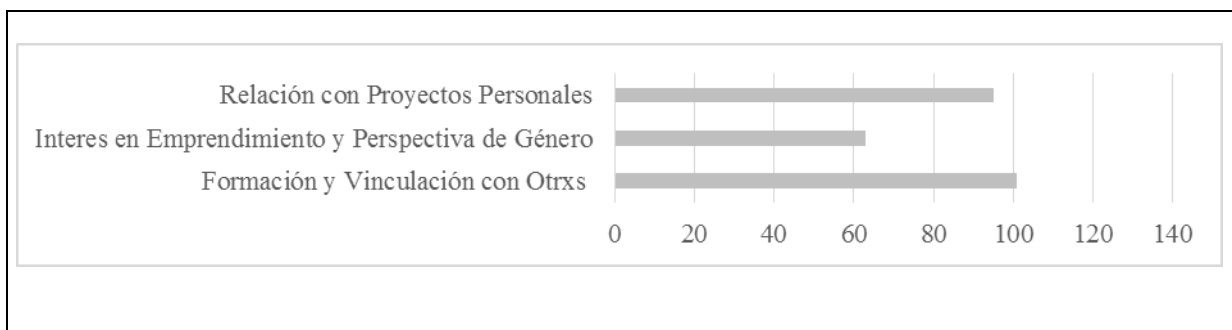
En segundo lugar, se observa que 95 mujeres refieren que su motivación principal se relaciona con proyectos personales. En esta categoría, decidimos incluir aquellos relatos que implican cuestiones tales como: trabajar en áreas relacionadas con el emprendimiento, ser emprendedora o querer ser emprendedora, realizar proyectos académicos-científicos relacionados con la temática, para explorar oportunidades de desarrollo o crecimiento en su negocio y relación con profesión o estudios universitarios.

Por último, 63 mujeres refieren que su motivación principal se centra en el interés específico en la temática sobre emprendimiento y perspectiva de género. Tal situación es ejemplificada a partir de las siguientes citas:

“La posibilidad de ver modos y formas de emprendedurismo que podamos usufructuar las mujeres que nos permita empoderarnos como otro tipo de empresariado, ver formatos posibles de colaboración y armado de redes. Ver de qué modo los espacios internacionales consideran este tema (muchas veces tomado como novedoso cuando no lo es)” (U.A 203)

“Actualizarme en las líneas de trabajo de mujeres que desempeñan un lazo social de red y que den sostén y posibilidades a otras mujeres para el desarrollo de sí y sus comunidades” (U.A 232).

*Figura 5.* Distribución de Frecuencias de las motivaciones según las mujeres participantes

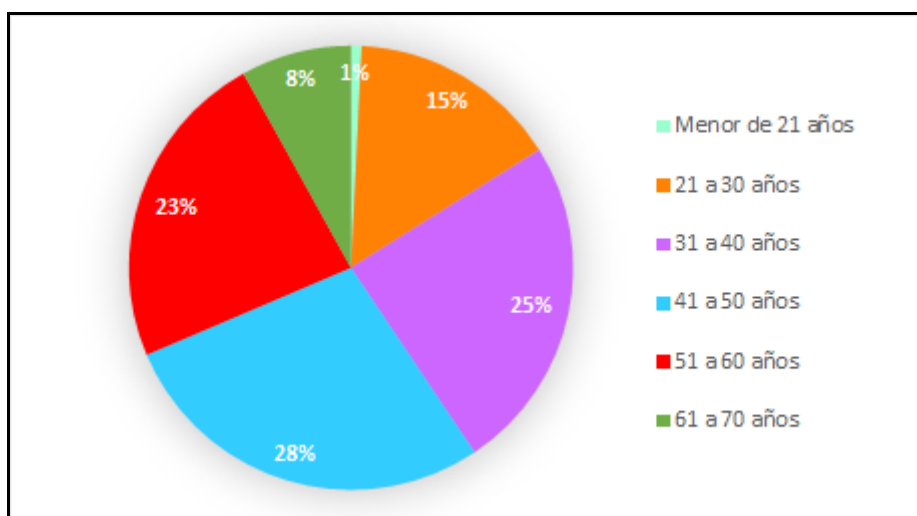


**d) Objetivo específico "Comparar las competencias, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones de las mujeres de la muestra según sus características sociodemográficas (edad, país, situación laboral)".**

En primer lugar, exponemos resultados generales correspondientes a la edad, país de origen y situación laboral de las mujeres (*Figura 6, 7 y 8*). Por último, presentamos los resultados obtenidos de la comparación de las competencias emprendedoras, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones enunciadas por las mujeres de la muestra según sus características sociodemográficas.

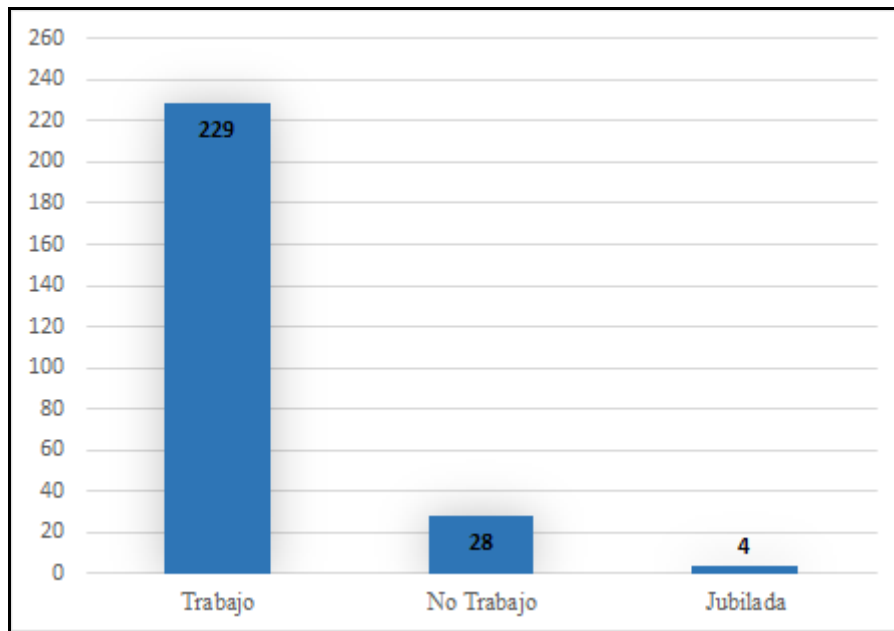
Para realizar el análisis de los datos correspondientes a la edad decidimos organizar los resultados a partir de rangos etarios: *Menor de 21 años, 21 a 30 años, 31 a 40 años, 51 a 60 años y de 61 a 70 años*. Por lo tanto, observamos que la distribución en la muestra se encuentra equilibrada: 41 a 50 años (28%), 31 a 40 años (25%) y 51 a 60 años (23%). Mientras que en menor medida figuran las franjas etarias de 21 a 30 años (15%), de 61 a 70 años (8%) y Menor de 21 años (1%).

*Figura 6. Porcentaje de Rango de Edad de las mujeres*



Con respecto a la situación laboral, se observa que el 87% de las mujeres están trabajando actualmente, mientras que el resto (13%) se encuentra sin trabajo o están jubiladas o retiradas.

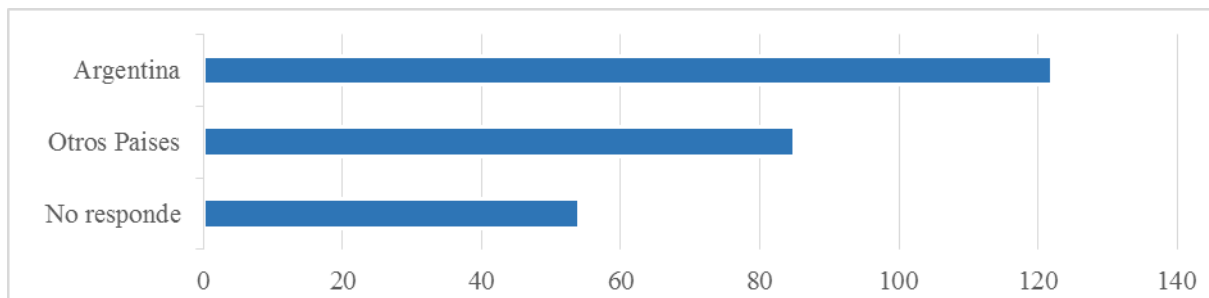
Figura 7. Situación laboral de las mujeres



Por otro lado, para agrupar los resultados correspondientes al país de origen de las mujeres de la muestra, decidimos sectorizar en: *Argentina* y *Otros países*. De esta manera, evidenciamos que 122 mujeres son de Argentina, mientras que 85 mujeres pertenecen a países como: Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Estados Unidos, Uruguay, Italia y España. Al mismo tiempo, notamos que el 20% de mujeres no había completado la información correspondiente a su país de origen, estos casos se incluyeron en la categoría “*No responde*”.

Cabe mencionar que en la muestra hay una distribución inequitativa entre países, por lo tanto, no se pudo realizar una comparación entre regiones o países con mayor participación en los webinarios. Se presenta una descripción generalizada de los resultados pertenecientes a esta característica sociodemográfica diferenciando la muestra argentina de la categoría “Otros países”.

Figura 8. País de origen de las mujeres



A continuación presentamos los resultados obtenidos de la comparación de las competencias, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones de las mujeres de la muestra según sus características sociodemográficas. Para ello tuvimos en cuenta los aspectos más recurrentes de cada variable a analizar.

### **Características sociodemográficas y competencias emprendedoras**

La competencia emprendedora *Pensamiento ético y sostenible* obtuvo una presencia en más del 50% de la muestra (134 mujeres). A su vez, los rangos etarios con mayor prevalencia se encuentran entre los 41 a 50 años (30%) y entre 31 a 40 años (29%). Además, un 52% de las mujeres que perciben esta competencia provienen son de Argentina y, respecto a su situación laboral, un 88% se encuentra trabajando.

En segundo lugar, la competencia emprendedora que obtuvo una presencia entre el 26% y el 50% de los casos fue *Motivación y Perseverancia* (95 mujeres) y, destacamos que los rangos etarios se encuentran entre los 31 a 40 años (26%) y entre 51 a 60 años (25%). Teniendo en cuenta el país de origen, 43 mujeres (45%) provienen de Argentina y, con respecto a su situación laboral, un 86% se encuentra laboralmente activa.

En tercer lugar, la competencia emprendedora que obtuvo una presencia entre el 26% y el 50% de los casos en la muestra (87 mujeres) fue *Tomar la iniciativa*. Del análisis de datos se deriva que el rango etario con mayor prevalencia es el de 31 a 40 años (32%) y un

47% de las mujeres es de Argentina. Con respecto a su situación laboral, un 88% de las mujeres se encuentra trabajando.

Tabla 1. Comparación entre rango etario y competencias Emprendedoras más recurrentes

<b>Competencias Emprendedoras</b>	<b>Rango etario</b>					
	<i>Menor de 21 años</i>	<i>21 a 30 años</i>	<i>31 a 40 años</i>	<i>41 a 50 años</i>	<i>51 a 60 años</i>	<i>61 a 70 años</i>
<i>Pensamiento ético y sostenible</i>	1	19	39	41	28	6
<i>Motivación y Perseverancia</i>	1	17	25	20	24	8
<i>Tomar la iniciativa</i>	0	20	28	17	15	7

Tabla 2. Comparación entre situación laboral y competencias emprendedoras más recurrentes

<b>Competencias Emprendedoras</b>	<b>Situación laboral</b>		
	<i>Trabaja</i>	<i>No Trabaja</i>	<i>Jubilada/Retirada</i>
<i>Pensamiento ético y sostenible</i>	117	16	1
<i>Motivación y Perseverancia</i>	81	12	2
<i>Tomar la iniciativa</i>	77	8	2

Tabla 3. Comparación entre país de origen y competencias emprendedoras más relevantes

Competencias Emprendedoras	País de origen		
	Argentina	Otros Países	No Responde
<i>Pensamiento ético y sostenible</i>	71	85	19
<i>Motivación y Perseverancia</i>	43	40	12
<i>Tomar la iniciativa</i>	41	32	14

### Características sociodemográficas y facilitadores en el emprendimiento

Teniendo en cuenta que el facilitador *Movilizar recursos* obtuvo una presencia entre el 26% y 50% en la muestra (89 mujeres), observamos que los rangos etarios con mayor prevalencia se corresponden a los 41 a 50 años (25%) y 51 a 60 años (25%). A su vez, 41 mujeres (46%) que mencionan este facilitador son de Argentina y, con respecto a su situación laboral actual, un 89% se encuentra trabajando.

Por otro lado, la categoría *Otros*, se encuentra presente entre el 26% y el 50% de la muestra, es decir en un total de 73 mujeres, con una prevalencia del 50% procedentes de Argentina. Por otro lado, las edades de las mujeres con mayor predominancia (34%) corresponden al rango de 41 a 50 años, y, en menor medida, entre 31 a 40 años (23%). En cuanto a la situación laboral, el 87% de las mujeres es laboralmente activa. Cabe aclarar que en esta categoría agrupamos facilitadores que se relacionan con temas como: apoyo social, institucional, gubernamental o familiar; tendencia a la igualdad de género; apertura a vincularse con otras mujeres, contexto socio-económico y político, empoderamiento femenino; comprensión y aceptación social del sexo opuesto; y, apertura a la diversidad.

Tabla 4. Comparación entre rango etario y facilitadores más recurrentes

Facilitadores	Rango etario					
	Menor de 21 años	21 a 30 años	31 a 40 años	41 a 50 años	51 a 60 años	61 a 70 años
Movilizar recursos	1	13	18	23	23	11
Otros	0	10	17	25	18	3

Tabla 5. Comparación entre situación laboral y facilitadores más recurrentes

Facilitadores	Situación laboral		
	Trabaja	No Trabaja	Jubilada/Retirada
Movilizar recursos	80	7	2
Otros	64	8	1

Tabla 6. Comparación entre país de origen y facilitadores más recurrentes

Facilitadores	País de origen		
	Argentina	Otros Países	No Responde
Movilizar recursos	41	33	15
Otros	37	31	5

### Características sociodemográficas y obstaculizadores en el emprendimiento

El obstaculizador denominado *Contexto Micro y Macro* obtuvo una presencia entre el 26% y 50% de la muestra (113 mujeres), observamos que los rangos etarios con mayor



prevalencia se corresponden a los 41 a 50 años (29%) y 51 a 60 años (24%). A su vez, 62 mujeres que mencionan este obstaculizador son de Argentina (54%) y, con respecto a su situación laboral actual, un 87% se encuentra trabajando.

En segundo lugar, el obstaculizador que obtuvo una presencia entre el 26% y 50% de la muestra (107 mujeres) fue *Desigualdad y roles de género* y, destacamos que los rangos etarios con mayor predominancia se encuentran entre los 41 a 50 años (30%) y 31 a 40 años (27%). Por otro lado, 57 mujeres son de Argentina (53%) y un 87% se encuentra laboralmente activa.

En tercer lugar, el obstaculizador que obtuvo una presencia entre el 26% y 50% de la muestra (105 mujeres) fue *Autopercepción negativa y dificultades en habilidades sociales*. Del análisis de datos se deriva que los rangos etarios con mayor prevalencia se encuentran entre los 51 a 60 años (30%) y 41 a 50 años (26%), un 42% menciona como país de origen Argentina y, con respecto a su situación laboral, un 87% de las mujeres se encuentra trabajando.

Por último, otro obstaculizador que obtuvo una presencia entre el 26% y 50% de la muestra (80 mujeres) fue *Falta de recursos*. El 55% de las mujeres que mencionan este obstaculizador son de Argentina, con un rango de edad de mayor prevalencia entre los 41 a 50 años (31%), siguiéndole entre 51 a 60 años (25%) y, por último, de 31 a 40 años (23%). Cabe mencionar que el 86% de estas mujeres se encuentra laboralmente activa.

Tabla 7. Comparación entre rango etario y obstaculizadores más recurrentes

<b>Obstaculizadores</b>	<b>Rango etario</b>					
	<i>Menor de 21 años</i>	<i>21 a 30 años</i>	<i>31 a 40 años</i>	<i>41 a 50 años</i>	<i>51 a 60 años</i>	<i>61 a 70 años</i>
<i>Contexto micro y macro</i>	1	15	26	33	28	10
<i>Desigualdad y roles de género</i>	0	16	29	33	20	9
<i>Autopercepción negativa y dificultades en habilidades sociales</i>	1	14	21	28	32	9
<i>Falta de recursos</i>	1	11	19	25	20	4

Tabla 8. Comparación entre situación laboral y obstaculizadores más recurrentes

<b>Obstaculizadores</b>	<b>Situación laboral</b>		
	<i>Trabaja</i>	<i>No Trabaja</i>	<i>Jubilada/Retirada</i>
<i>Contexto micro y macro</i>	99	12	2
<i>Desigualdad y roles de género</i>	94	11	2
<i>Autopercepción negativa y dificultades en habilidades sociales</i>	92	13	0
<i>Falta de recursos</i>	69	9	2

Tabla 9. Comparación entre país de origen y obstaculizadores más recurrentes

Obstaculizadores	País de origen		
	Argentina	Otros Países	No Responde
<i>Contexto micro y macro</i>	62	32	19
<i>Desigualdad y roles de género</i>	57	25	25
<i>Autopercepción negativa y dificultades en habilidades sociales</i>	45	40	20
<i>Falta de Recursos</i>	44	23	13

### **Características sociodemográficas y motivaciones que enuncian las mujeres de la muestra**

Al analizar los resultados sobre las motivaciones enunciadas por las mujeres, observamos que la categoría *Formación y Vinculación con otros* obtuvo una presencia relevante en la muestra (101 mujeres). De allí evidenciamos que un 50% de las mujeres mencionan como país de origen Argentina, que el rango etario con mayor prevalencia es el de 51 a 60 años (32%) y, con respecto a su situación laboral actual, un 90% se encuentra trabajando.

Tabla 10. Comparación entre rango etario y motivaciones más recurrentes

<b>Motivaciones</b>	<b>Rango etario</b>					
	<i>Menor de 21 años</i>	<i>21 a 30 años</i>	<i>31 a 40 años</i>	<i>41 a 50 años</i>	<i>51 a 60 años</i>	<i>61 a 70 años</i>
<i>Formación y Vinculación con otros</i>	0	17	22	23	31	8

Tabla 11. Comparación entre situación laboral y motivaciones más recurrentes

<b>Motivaciones</b>	<b>Situación laboral</b>		
	<i>Trabaja</i>	<i>No Trabaja</i>	<i>Jubilada/Retirada</i>
<i>Formación y Vinculación con otros</i>	91	9	1

Tabla 12. Comparación entre país de origen y motivaciones más recurrentes

<b>Motivaciones</b>	<b>País de origen</b>		
	<i>Argentina</i>	<i>Otros Países</i>	<i>No Responde</i>
<i>Formación y Vinculación con otros</i>	51	34	16

## CAPÍTULO IV

### DISCUSIÓN

En este apartado nos proponemos la tarea de poner a dialogar los resultados obtenidos con los autores citados en el capítulo Revisión Teórica de la investigación.

En primer lugar, cabe mencionar que de los datos sociodemográficos analizados en la muestra, los rangos de edad con mayor presencia son de los 41 a 50 años (28%), 31 a 40 años (25%) y 51 a 60 años (23%). Con respecto a la situación laboral, se observa que el 87% de las mujeres están trabajando actualmente y evidenciamos que 122 mujeres mencionan como país de origen Argentina.

Por un lado, fue posible demostrar la coincidencia conceptual a la hora de definir Competencia Emprendedora entre los autores analizados dentro del Capítulo I y el concepto de Espíritu Empresarial del modelo de análisis *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016). Por una parte, para referirse a las competencias emprendedoras, Mendez (2013) retoma principalmente la iniciativa, la independencia y la creatividad además de los conocimientos y habilidades. En la misma línea, Jordan Aguirre, Serrano Orellana, Pacheco Molina y Brito Gaona (2016) explican que las competencias emprendedoras están relacionadas a rasgos de personalidad y a la actitud o comportamiento que puede adaptarse al entorno gracias a la práctica. En concordancia y ampliando lo anteriormente descrito, los autores del modelo *Entrepreneurship Competence Framework: EntreComp* (2016) definen el concepto de espíritu empresarial como la capacidad de transformar ideas y oportunidades en acción mediante la movilización de recursos personales, materiales y no materiales. Utilizan el término "empresarial" ya que su modelo funda sus bases teóricas en la Administración de Empresas. Retomamos el concepto porque consiste en una competencia transversal que se aplica a todas las áreas de la vida de

las personas, no solo para fomentar el desarrollo personal sino para reingresar al mundo laboral, como por ejemplo la puesta en marcha de emprendimientos.

Continuando con el modelo, resaltamos que el mismo se compone de tres grandes áreas competenciales no jerárquicas y estrechamente entrelazadas: *Ideas y oportunidades*, *Recursos* y *En acción*. Teniendo en cuenta nuestra investigación, dentro del área *Ideas y oportunidades*, la competencia Pensamiento ético y sostenible fue la más recurrente con un total de 134 mujeres. Siguiendo al modelo *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016), este área consistiría en evaluar cuáles son las consecuencias y el impacto social de las ideas, oportunidades y acciones que la persona posee a la hora de emprender. Esto coincide con el análisis realizado por Martínez y Carmona (2009) sobre competencias emprendedoras, quienes avanzan no solo tomando la dimensión personal y económica sino que suman la dimensión social como un área de interés en donde la responsabilidad social y medioambiental juegan un papel imprescindible a la hora de abordar y sostener un emprendimiento. Por lo tanto, a través de los resultados obtenidos podemos dar cuenta de cómo las mujeres refieren que una emprendedora es aquella que actúa en forma socialmente responsable teniendo en cuenta objetivos sociales, culturales y económicos, sostenibles y sustentables a largo plazo.

Continuando con ésta área, evidenciamos que la competencia emprendedora Evaluar ideas tuvo una recurrencia menor en la muestra (con un total de 4 mujeres). Esta competencia le permite al emprendedor reconocer el potencial que tiene una idea para crear valor e identificar formas adecuadas de aprovecharla al máximo. Espíritu Olmos, Gonzalez Sanchez y Alcaraz Vera (2012) explican que emprender conlleva hacer realidad las ideas y oportunidades identificadas en un contexto determinado y que para esto es necesario tener en cuenta tanto los factores endógenos (cualidades, habilidades, conocimientos, experiencias, formación, etc.) como los factores exógenos (mutaciones del entorno: sociales, económicas,

políticas). Se podría hipotetizar que la mayoría de las mujeres que participaron en los webinarios no reconocen esta competencia como necesaria para desarrollar un emprendimiento y que, tanto el contexto como los factores psicológicos, tienen una incidencia directa en esta percepción.

Dentro del área de *Recursos*, aparece con mayor relevancia la competencia Motivación y perseverancia. Podemos hipotetizar que las mujeres reconocen que es necesario conectar con la resistencia, la paciencia y la persistencia en la satisfacción de la necesidad de logro a la hora de realizar un emprendimiento. En esta línea, Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo (2016) explican que para desarrollar la *intención emprendedora* es necesario el auto-reconocimiento, convicción y planificación consciente para crear un negocio y realizarlo en un tiempo futuro. Por otro lado, Educación financiera y económica (4 mujeres) y Aprender de la experiencia (0 mujeres) fueron las competencias menos recurrentes del área. El porcentaje obtenido demuestra que una de las limitaciones a destacar es la falta de financiamiento que las mujeres emprendedoras reciben (Sáandoval-Alvaréz, 2020), así como la dificultad de reflexionar a partir del éxito o el fracaso y de aprender de la experiencia emprendedora de forma individual y con otros.

Por último, dentro del área *En acción*, Tomar la iniciativa fue la competencia más prevalente con un total de 87 mujeres. Podemos hipotetizar que las mujeres entienden que a la hora de emprender, resulta importante asumir retos, planificar para lograr metas y sobre todo tener iniciativa personal. Aquí las características individuales puestas en práctica darán lugar a comportamientos que permitirán solucionar con éxito diversas problemáticas que se presentan en la vida (Martínez y Carmona, 2009). Se debe destacar que de acuerdo al status socio-económico, habrá mujeres que decidirán emprender por necesidad, mientras que otras, emprenderán por oportunidad. Cohen Arazi y Alonso (2016) afirman que en las naciones más dinámicas, guiadas por la innovación y la generación de valor agregado, predominan los

emprendedores guiados por las oportunidades de mejora, mientras que en los países de menor desarrollo predominan los emprendimientos generados por necesidad. Algo importante a destacar es que, ya sea por necesidad o por oportunidad, las mujeres desarrollan su emprendimiento con una marcada implicación personal y miramiento a lo social (Silva Peralta y Rompato, 2020).

En nuestra investigación también focalizamos en los *facilitadores* para emprender que perciben las mujeres de la muestra. Al clasificarlos obtuvimos como resultado que uno de los factores con mayor recurrencia consistía en la movilización de recursos: recursos tecnológicos, económicos, personales, académicos, etc. Siguiendo a Duarte (2013) es de gran importancia el fortalecimiento de la capacidad emprendedora mediante el aporte de conocimiento y habilidades siendo imprescindible desarrollar las competencias emprendedoras facilitando y propiciando recursos para alcanzar el éxito. Por otro lado, Aprender de la experiencia continuó siendo un facilitador poco frecuente ya que solo dos mujeres lo mencionaron junto con Evaluar ideas, Educación financiera y económica y Visión. Analizando estos resultados podemos cuestionar en este punto el rol del Estado y sus políticas económicas y laborales como también el de las organizaciones no gubernamentales a la hora de fomentar y sostener un *ecosistema emprendedor* (Cohen Arazi, y Alonso, 2016). A su vez, también es imprescindible destacar la percepción del individuo a nivel interno (en relación con sus objetivos y capacidades). Fue en este punto que consideramos necesario agregar una categoría *Otros* para poder incluir respuestas tales como: el empoderamiento femenino, apoyo social, políticas públicas, etc, que quedaban por fuera del modelo y nos resultaban de suma importancia profundizar.

Para analizar las motivaciones enunciadas por las mujeres dejamos el lado el modelo de análisis *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016) y creamos las siguientes categorías: *Formación y vinculación con otros*



(101 mujeres), *Interés en emprendimiento y perspectiva de género* (63 mujeres) y *Relación con proyectos personales* (95 mujeres). En concordancia con los resultados y siguiendo a Silva Peralta y Rompato (2020) las mujeres poseen un miramiento a lo social y una marcada implicación personal, destacándose de esta manera la resiliencia, el compromiso social y el agruparse con otras mujeres para alcanzar objetivos comunes siendo el papel de las redes sociales y de colaboración un factor informal muy importante (Alvarez, Noguera y Urbano, 2012). Teniendo en cuenta el aporte de Castillo, Lira y González (2014) los mayores contrastes entre las motivaciones para emprender en los distintos países se relacionan directamente con el contexto cultural de los emprendedores, teniendo en cuenta a la familia, al sistema educativo y a los medios de comunicación. Por lo tanto, movilizar este tipo de recursos resulta clave a la hora de hablar de facilitadores que influyen directamente sobre la motivación de las mujeres emprendedoras ya sea que emprenden por necesidad o por el hecho de detectar alguna oportunidad en concreto.

Al mismo tiempo en la investigación exploramos qué obstáculos perciben las mujeres de la muestra a la hora de emprender. Los resultados demostraron que el mayor porcentaje de mujeres mencionó limitaciones que se relacionan con aspectos socioculturales sobre la desigualdad de género en ámbitos micro y macro de la sociedad en la que viven. En cuanto al contexto micro, las mujeres de la muestra expresan que los roles y sesgos de género interfieren en el emprendimiento, sobre todo para conciliar trabajo-emprendimiento-familia. Como dice una mujer de la muestra: “Muchas veces las infinidad de roles que desempeñan las mujeres y la posibilidad de cumplir con todos ellos” (U.A 56). Mientras que el contexto macro refiere a la dificultad en el respaldo a nivel institucional a través del acompañamiento, asesoramiento y el capital social (Fernández y Gervilla, 2013). Ampliando la idea, García y Adame (2015) explican: *Es un hecho que las mujeres se encuentran con mayores obstáculos y desventajas en varios aspectos como lo son: la formación empresarial, la rentabilidad de*

*sus empresas y su posición al momento de solicitar un financiamiento* (p.149). El techo de cristal existe y promueve la desigualdad en las organizaciones para las cuales trabajan, no tienen iguales condiciones que los hombres y se ven obligadas a sortear una gran cantidad de desafíos y dificultades. Esto coincide con el planteo de los autores García Uribe, Ordoñez Molinar y Avilés Guillen (2016) donde explican que la inserción de las mujeres emprendedoras se basa en una mayor cantidad de obstáculos en comparación con los hombres. El patriarcado es un sistema que jerarquiza, da poder al que está en la cúspide (varón) y que minimiza a quienes no están en ese poder; el proveedor, el fuerte, el valiente, el inteligente, aspectos que marcan diferencias del “sexo fuerte” y el “sexo débil”. A través de nuestra investigación podemos resaltar la necesidad de empoderar a las mujeres emprendedoras para sortear estas desigualdades y sobre todo sensibilizar y desnaturalizar los mitos, prejuicios y estereotipos sobre los roles de género instituidos en todos los ámbitos.

Además evidenciamos que la autopercepción negativa y dificultad en habilidades sociales fue otro obstáculo con una presencia entre el 26% y 50% de los casos. Serrano Orellana, Brito-Gaona, Orozco y Santomayor (2016) afirman contrastes significativos en las capacidades para emprender, dando cuenta que los hombres tienen mayor garantía al éxito dada sus habilidades para solucionar problemas, su alta creatividad, asunción de riesgos, necesidad de logro, autonomía y determinación, mientras que en las mujeres aparecen la falta de confianza, el miedo a fracasar. Las mujeres, inmersas en un contexto desigual evitan la asunción de riesgos y su autopercepción de eficacia es muy baja. Teniendo en cuenta lo anteriormente descrito resulta esencial comprender que la histórica desigualdad de género tiene consecuencias, por ejemplo en la capacidad de gestión y de adaptación a cambios así como en el desconocimiento y falta de formación a la hora de hablar de emprendimientos femeninos aun así cuando estos tienen un impacto importante en el desarrollo económico de un país y la disminución de la pobreza.

## **Limitaciones y líneas futuras de investigación**

Para finalizar, daremos cuenta de algunas limitaciones encontradas durante nuestra investigación y posibles líneas futuras. La primera limitación encontrada en el modelo teórico escogido fue el concepto de *Competencia empresarial* que reduce considerablemente el campo a la creación de una empresa, dejando de lado una concepción enfocada en el proceso y centrada puramente en el resultado. En consonancia con nuestra concepción de emprendimiento, Vinocour y Kuchevasky (2010) definen al proceso emprendedor como una posición subjetiva frente a diferentes situaciones de la vida, entre las cuales iniciar una empresa es sólo una de ellas. (p.188). Aquí el fin queda en segundo plano y lo más importante es la posición del sujeto frente a la situación, los recursos que pone en juego y cómo la resuelve. En esta investigación entendemos el emprender como la puesta en acción de un proyecto o idea novedosa con el objetivo de alcanzar un fin determinado, sea económico, social o de vinculación. El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y concretarlas. El contexto socio-económico propio de nuestro país y la región en general, da lugar a que la actividad emprendedora se convierta en una oportunidad para afrontar situaciones socio-económicas adversas y mejorar las condiciones de vida propias y de sus familias. Estas acciones emprendedoras no se limitan a la generación de ingresos, sino que están ligadas a una percepción de injusticia, desigualdad en la distribución de bienes, entre otros factores que puedan estar presentes en la sociedad.

En segundo lugar, el modelo teórico es europeo, y nos hemos encontrado con algunas carencias que podrían transformarse en posibilidades para, en un futuro, crear un modelo de análisis de competencias emprendedoras que tenga en cuenta las características propias del contexto latinoamericano. Al no hallar en la revisión bibliográfica un modelo regional de competencias emprendedoras nos servimos de este modelo ya que nos permite acercarnos a cómo funciona la mentalidad emprendedora en forma práctica y esquemática. A partir de una

amplia revisión teórica, pudimos suplir la deficiencia teórica y conceptual completando la información recabada con autores latinoamericanos inmersos en el contexto socio-económico y con perspectiva de género. Debimos efectuar esta ampliación considerando que un alto porcentaje de las mujeres convocadas a participar de los webinarios desde el Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales” se concentró en países de la región Latinoamérica y El Caribe en donde encontramos que la mayoría de los mujeres de la muestra son hispano hablantes. Por lo tanto, esta cuestión idiomática, actuó como un facilitador a la hora de interpretar y comparar los datos obtenidos.

Otra de las limitaciones refiere a que las participantes de la muestra se encuentran enmarcadas en la asistencia a dos webinarios dictados de manera online durante el año 2020 por el Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales”, dónde a partir de un formulario de inscripción de Google respondieron a diversas preguntas. Como investigadoras analizamos dos bases de datos y no tuvimos contacto directo con las mujeres, por lo tanto, nos encontramos con la dificultad de no poder realizar repreguntas o profundizar en la información ambigua.

En cuanto a las líneas futuras de investigación, se vuelve imprescindible ampliar la muestra, replicarla en diferentes contextos y tipos de emprendimientos femeninos. Se podrían generar sinergias con otras redes o proyectos que vinculen mujeres o personas que se identifican con el género femenino en regiones del mundo, con la posibilidad de incluir más de un idioma. Lo que implica ampliar la muestra en términos geo-referenciales.

Por último, como otra posible futura línea de investigación, sería óptimo poder comparar emprendedores que se identifiquen con el género femenino y con el género masculino en cada una de las variables analizadas: competencias emprendedoras, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones en el proceso emprendedor.

.De esta manera, al ampliar en la temática, incluir nuevos actores y generar información, se estaría contribuyendo a generar nuevas herramientas que permitan reducir la desigualdad de género y la injusticia que conlleva para las mujeres emprender en una sociedad patriarcal.

## CONCLUSIONES

Nuestra investigación implicó un estudio exploratorio-descriptivo sobre competencias emprendedoras, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones para emprender en mujeres que han participado de dos webinarios durante el 2020 organizados por el Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales”. La Dra. Yamila Fernanda Silva Peralta fue quien nos facilitó el acceso a las bases de datos organizadas en un archivo de Excel.

El *objetivo general* que nos propusimos fue el de conocer las competencias emprendedoras, los facilitadores, los obstaculizadores y las motivaciones para emprender de las mujeres que han participado de dos webinarios durante el 2020 organizados por el Proyecto Internacional “Mujer[ES] Emprendedoras Sociales”. Como *objetivos particulares* establecimos los siguientes: a) indagar y clasificar las competencias emprendedoras que perciben las mujeres de la muestra; b) indagar y clasificar los facilitadores y obstaculizadores para emprender que identifiquen las mujeres de la muestra; c) indagar y comparar las motivaciones de las mujeres participantes en cada uno de los webinarios; d) comparar las competencias, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones de las mujeres de la muestra según sus características sociodemográficas (edad, país, situación laboral).

En total, las dos bases de datos con las que contábamos contemplaban 325 respuestas. Para los fines de esta investigación, decidimos realizar una fusión de ambas evitando el solapamiento de información, respuestas incompletas o en blanco, descartando así un total de 37 unidades de análisis. Además, esta investigación se centró en las respuestas de personas que se identifican con el género “Femenino”, por lo tanto, no se contemplaron las respuestas de aquellas personas que se identificaban con otro género, lo cual llevó a desestimar 27 casos que se identificaron con el género “Masculino”. Esta última tarea fue realizada con el objetivo de centrarnos puramente en el género femenino y sus vicisitudes, obstáculos y necesidades. Confiamos que investigaciones futuras podrán servirse de nuestros resultados

para realizar estudios comparativos con el género masculino con el objetivo de profundizar en las similitudes y diferencias entre emprendedores de diferentes géneros.

Establecido este recorte, la integración de ambas bases de datos contempló un número total de 261 unidades de análisis. Esta base *sui géneris* nos permitió dar cuenta de lo que posteriormente clasificamos en diferentes categorías para agrupar las competencias emprendedoras, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones para emprender de las mujeres de la muestra. Las categorías utilizadas a la hora de analizar las competencias y facilitadores fueron tomadas del Marco Europeo de Competencias denominado *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016). Consideramos que este modelo nos ofreció información científicamente respaldada y acorde a nuestra investigación aunque también hemos hallado ciertas limitaciones que fueron explicitadas en los apartados “Metodología” y “Discusión”.

Al mismo tiempo, realizamos una lectura exhaustiva de diferentes materiales bibliográficos, con predominancia de estudios latinoamericanos y en menor medida españoles, con la finalidad de encontrar investigaciones contemporáneas y actualizadas que pudieran dar cuenta de la temática abordada. Podemos concluir que hemos encontrado coincidencias en cuanto a las descripciones teóricas de las competencias emprendedoras, facilitadores, obstaculizadores y motivaciones y, la clasificación de las respuestas de las mujeres participantes de la muestra.

Gracias a esta indagación y a la selección de un modelo de análisis de competencias, pudimos categorizar las respuestas en base a variables teóricamente descritas, y en los casos en que esto no ocurrió, crear las propias en forma empírica. De esta manera, nos vimos impulsadas a realizar categorías para poder abordar tanto los obstáculos que las mujeres percibían a la hora de emprender, como sus motivaciones para participar.

En primer lugar, los resultados obtenidos evidencian que la única competencia emprendedora, con una presencia en más del 50% de los casos fue: Pensamiento ético y sostenible. Por otro lado, aquellas competencias presentes dentro del 26 a 50% de los casos fueron: Motivación y perseverancia y Tomar la iniciativa; mientras que las competencias presentes en hasta un 25% de los casos fueron: Creatividad, Planificación y gestión, Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo, Movilizar a otras personas, Autoconocimiento y confianza en sí mismo, Identificar oportunidades, Movilizar recursos, Trabajar con otras personas, Visión, Evaluar ideas y Educación financiera y económica. Es en este último porcentaje que incluimos la categoría “Otros” ante aquellas respuestas no asimilables por el modelo *Entrepreneurship Competence Framework: Entrecomp* (Bacigalupo, Punie y Van den Brande, 2016).

En cuanto a los resultados de la clasificación de los facilitadores nos muestran que aquellos que se encuentran entre el 26% al 50% de la muestra son: Movilizar recursos y, la categoría genérica: Otros (apoyo social, institucional, gubernamental o familiar; tendencia a la igualdad de género; apertura a vincularse con otras mujeres, contexto socio-económico y político, empoderamiento femenino; comprensión y aceptación social del sexo opuesto; y, apertura a la diversidad). Por otro lado, los facilitadores que se encontraron dentro del 25% de la muestra son: Trabajar con otras personas, Pensamiento ético y sostenible, Motivación y perseverancia, Autoconocimiento y confianza en sí mismo, Movilizar a otras personas, Identificar oportunidades, Planificación y gestión, Tomar la iniciativa, Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo, Creatividad, Visión, Educación financiera y económica, Evaluar ideas y Aprender de la experiencia.

En cuanto a la *Motivación*, en primer lugar, 101 mujeres refieren que su motivación principal para asistir a los webinarios consiste en la formación-capacitación y, destacan el papel fundamental de estos espacios de formación ya que permiten la vinculación con otras



personas. En segundo lugar, se observa que 95 mujeres refieren que su motivación principal se relaciona con proyectos personales. Por último, 63 mujeres refieren que su motivación principal se centra en el interés específico en la temática sobre emprendimiento y perspectiva de género.

Por último, en cuanto a los obstaculizadores, el denominado *Contexto Micro y Macro* obtuvo una presencia entre el 26% y 50% de la muestra (113 mujeres). Observamos que los rangos etarios con mayor prevalencia se corresponden a los 41 a 50 años (29%) y 51 a 60 años (24%). A su vez, 62 mujeres que mencionan este obstaculizador son de Argentina (54%) y, con respecto a su situación laboral actual, un 87% se encuentra trabajando. En cuanto al contexto micro, las mujeres expresan que los roles y sesgos de género interfieren en el emprendimiento, sobre todo para conciliar trabajo-emprendimiento-familia. Mientras que el contexto macro refiere a la dificultad en el respaldo a nivel institucional (Fernández y Gervilla, 2013).

En segundo lugar, el obstaculizador que obtuvo una presencia entre el 26% y 50% de la muestra (107 mujeres) fue *Desigualdad y Roles de Género* y, destacamos que los rangos etarios con mayor prevalencia se encuentran entre los 41 a 50 años (30%) y 31 a 40 años (27%). Por otro lado, 57 mujeres son de Argentina (53%) y, con respecto a su situación laboral, un 87% se encuentra trabajando. En Argentina, según la psicoanalista Mabel Burin (2008) las mujeres se encuentran incorporadas al campo laboral, sin embargo, padecen obstáculos externos e internos que dificultan su óptima inserción. A partir de sus investigaciones, plantea que aquellas mujeres más adheridas a las formas convencionales de los roles de género (esposa, ama de casa, madre) se encuentran en “suelo pegajoso”, teniendo que realizar intensos movimientos psíquicos para sustraer una cantidad significativa de la energía libidinal necesaria para el desarrollo de su carrera laboral. Además, resalta dos condiciones de desigualdad en el trabajo entre mujeres y varones: por un lado, las “fronteras

de cristal” que se imponen a las mujeres cuando deben decidir entre la familia o el trabajo; y, por otro lado, el “techo de cristal” en el ascenso laboral de las mujeres.

Enmarcar la tesis atravesando una pandemia global se nos presentó como un obstáculo, ya que el contexto fue de incertidumbre y malestar generalizado. Logramos sortear esta dificultad por medio de objetivos claros y un tenaz compromiso, reafirmando que cuanto más explorado esté el campo, existirán más oportunidades para fomentar el emprendimiento femenino, facilitando la detección de necesidades y la promoción de recursos para poder estimular las competencias que promoverán un reconocimiento social y económico. Tener en cuenta este posible impacto nos motivó a maximizar nuestra responsabilidad a la hora de llevar a cabo esta investigación.

A su vez, hemos aprendido a trabajar con una gran cantidad de información en forma organizada y prolija, cuidando de esta forma la calidad de la investigación y teniendo presente en cada paso el acercamiento al rol científico del Psicólogo. Esta tarea fue asumida en forma ética y posicionándonos como casi profesionales de la Salud Mental.

También hemos incorporado la importancia del proceso emprendedor teniendo una visión más amplia no reducida a resultados sino como una posición subjetiva frente a diferentes situaciones de la vida, entre las cuales iniciar una empresa es sólo una de ellas. Del mismo modo, pueden serlo el inicio de una carrera profesional, la concreción de un proyecto propio o familiar, la creación de una asociación específica con fines sociales, la realización de un viejo sueño u otras. (Vinocur y Kuchevasky, p.188). Internalizamos, entonces, que el concepto de *emprendimiento* no debe ser asociado pura y exclusivamente a lo empresarial. Celebramos esta apertura y a su vez, haber podido utilizar literatura enmarcada en una perspectiva de género que permitió arrojar luz sobre cuestiones invisibilizadas a la hora de hablar de emprendimiento femenino para poder detectar aquellas desigualdades que se continúan perpetuando tanto en el ámbito social como en el laboral. Teniendo en cuenta el rol

fundamental del Psicólogo Laboral a la hora de abordar la prevención y optimizar las condiciones del medio ambiente laboral para prevenir posibles padecimientos (Redondo, 2002) es que pensamos el impacto de un medio hostil limitante de las potencialidades de las mujeres.

Nosotras, desde el rol de investigadora y psicólogas en formación debemos trabajar en la generación de aquellas herramientas que permitirán reducir la desigualdad de género y la injusticia que esto conlleva. Consideramos que esta investigación contribuye entonces a nuestra labor de profesionales en tanto agentes de cambio social conscientes del contexto social en el que nos encontramos inmersas.

## REFERENCIAS

- Acebedo Afanador, M. J. y Velasco Abril, M. (2017). Emprendimiento social femenino: Prolegómenos conceptuales y estudio de casos. *Revista Arbitrada del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales*, 0(27), 102-116.
- Albano, Barrea, Patriarca, Krapf, Serenelli y Frey. (2019). Emprendedorismo y educación universitaria. Caso: Facultad de Ingeniería. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 30(58), 205- 240.
- Alda-Varas, R., Villardón-Gallego, L., y Elexpuru-Albizuri, I. (2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10(28).
- Alvarez, C.; Noguera, M. y Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Economía Industrial*, 383(1), 43-52.
- Astorga, P. S. S. (2019). Mujeres emprendedoras: Abordaje desde la Teoría de la Identidad Performativa. *Revista Estudios Feministas, Florianópolis*, 27(2).
- Avolio, B. y Laura, G. (2017). Progreso y evolución de la inserción de la mujer en actividades productivas y empresariales en América del Sur. *Cepal Review*, 35-62.
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y. y Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union.
- Baena-Luna, P., García-Río, E. y Monge-Agüero, M. (2019). Entrecomp: marco competencial para el emprendimiento. Una revisión sistemática de la literatura sobre su uso y aplicación. *Revista Información Tecnológica*, 39, 163-172.
- Bargsted, A. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13(25), 121-132.

- Burin, M. (2008). Las “Fronteras de cristal” en la carrera laboral de las mujeres. Género, subjetividad y globalización. *Anuario de Psicología*, 39(1), 75-86.
- Castillo, L. C. G. C., Lira, A. G. y González, M. C. I. (2014). El Enfoque de Competencias para formar Emprendedores: Evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México. *Tec Empresarial*, 8(2), 29-40.
- Cohen Arazi, M. y Alonso, A. (2016). La actividad emprendedora en Argentina. Recuperado el día 15 de noviembre del 2021 [http://www.ieral.org/images\\_db/noticias\\_archivos/3298La%20actividad%20empredora%20en%20Argentina.pdf](http://www.ieral.org/images_db/noticias_archivos/3298La%20actividad%20empredora%20en%20Argentina.pdf)
- Da Fonseca, B. M.; Moriano, J. A.; Laguía, A. y Salazar, V. J. (2015). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de género. *Anuario de Psicología*, 45(3), 301- 315.
- Duarte, S. (2013). Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay. *CTS*, 8(23), 67-87.
- Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), p. 320-340.
- Elizundia, M. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 60(2015), 468-485.
- Escolar, M.C., Palmero, C., Luis Rico, I., Baños, V., Gañán, A., Santos, J., Sanchez, A.I. y Jiménez, A. (2015). Jóvenes y espíritu emprendedor: autoeficacia, motivación y procesos psicológicos. *INFAD Revista de Psicología*, 1(2), 151-162.
- Espíritu Olmos, R., González Sanchez, R. F. y Alcaraz Vera, E. (2012) Desarrollo de competencias emprendedoras. Un análisis explicativo con estudiantes universitarios. *Revista Cuadernos de Estudios Empresariales*, 0(22), 29-53.

- Fernández, R. V., & Gervilla, M. J. Q. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13(1), 127-149.
- Gamba, S. (2008). *¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género? En Diccionario de estudios de Género y Feminismos*. España. Editorial Biblos.
- García, F. J. F., y Cañizares, F. M. S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-27.
- García, M. L. S., y Adame, M. E. C. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio libre*, 13(22), 129-152
- García-Río, E., Baena-Luna, P., Sánchez-Torné, I., y Pérez-Suárez, M. (2020). *Factores condicionantes en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Un estudio desde la perspectiva de género*. Sevilla: 3C Empresa. Investigación y pensamiento.
- Herrera Guerra, C. E. y Montoya Restrepo, L. A. (2013). El Emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Revista Punto de Vista*, 6(7), p.7-30
- Holguín Montoya, A. M., Arboleda Jaramillo, E., Torres Marín, G. y Gómez Zuluaga, M. E. (2010). Tipologías de Emprendimientos Universitarios. Mentalidad Emprendedora, MOISES, Programa de Emprendimiento e Innovación UPB. Medellín, Colombia.
- Jordan Aguirre, J., Serrano Orellana, B., Pacheco Molina, A. y Brito Gaona, L.(2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción*, 32(81), 238-261.
- Lazzati, S. (2008). Las competencias. En S. Lazzati (Ed.), *El cambio del comportamiento en el trabajo* (179- 210). Buenos Aires: Granica.
- Martínez, F. y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de “competencias emprendedoras”: Valor social e implicaciones educativas. REICE: *Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 7(3), 82-98.

- Marulanda, F., Montoya, I., y Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 89-99.
- Mayoral & Salvador Ferrer. (2014). Emprendedorismo tecnológico y género en la Argentina: Factores determinantes en la percepción de auto-eficacia Emprendedora. *Revista de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 22(2), 97-108.
- Méndez, L. S. A. (2013). Las competencias aplicadas al emprendimiento. *Escenarios*, 11(1), 44-56.
- Olaz Capitán, Á. J., y Ortiz García, P. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: una investigación cualitativa en clave competencial. BARATARIA. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 0(22), 51-66.
- Ormeño Coronado, B. (2014). Emprendimiento Femenino: Propuesta de un Perfil en base al propio Discurso de Mujeres, desde una Perspectiva Cualitativa. *Revista Gestión de las Personas y Tecnología*, 7(19), 32-43
- Ortiz García, P. (2017). El discurso sobre el emprendimiento de la mujer desde una perspectiva de género. , 0(140), 115-129.
- Pérez-Quintana, A. y Hormiga-Peréz, E. (2012, jun). La influencia de los estereotipos de género en la orientación emprendedora individual y la intención de emprender. Presentado en *IV Congreso Universitario Nacional Investigación y Género*, Universidad de Sevilla, España.
- Piedra Guillén, N. (2005). Relaciones de poder: leyendo a Foucault desde la perspectiva de género. *Revista de Ciencias Sociales*, 4 (106), 123-141.
- Rábago, P. L., D'Annunzio, M.C. y Monserrat, S. (2014). *El Perfil de Mujeres Emprendedoras Exitosas de Argentina*. Buenos Aires, Argentina.
- Redondo. A. (2002). *La psicología, el mundo del trabajo y el rol del psicólogo*. Facultad de Psicología. Universidad Nacional de Mar del Plata.





- Suárez Ortega, M., Sánchez-García, M. F. y Soto-González, M. D. (2020). Desarrollo de la carrera emprendedora: Identificación de perfiles, competencias y necesidades. *Revista Complutense De Educación*, 31(2), 173-184.
- Tajer, D. (2020) *Psicoanálisis para todxs. Por una clínica pospatriarcal, posheteronormativa y poscolonial*. Buenos Aires, Argentina: Topía Editorial.
- Vinocur, P. y Kuchevasky, S. (2010). El rol del Psicólogo del trabajo en el desarrollo emprendedor: ¿Quién es un emprendedor? Presentado en *II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*, Buenos Aires, Argentina.
- Zambrano-Vargas, S. y Vázquez-García, A. (2018) Algunas perspectivas teóricas para el estudio del emprendimiento y el género. *Saber, ciencia y libertad*, 14(1), 159-170.

## ANEXO 1

*Tabla 13. Descripción de áreas competenciales y subcompetencias emprendedoras según Marco Entrecomp (Traducción inglés-español de Bacigalupo et al., 2016).*

Áreas	Competencias	Recomendaciones	Descriptor
<b>IDEAS Y OPORTUNIDADES</b>	<b>1-Identificar oportunidades</b>	Usar tu imaginación y habilidades para identificar oportunidades y crear valor	Identifique y aproveche las oportunidades para crear valor explorando el panorama social, cultural y económico /Identifique las necesidades y los desafíos que deben cumplirse/ Establezca nuevas conexiones y reúna a los elementos del paisaje para crear oportunidades para crear valor
	<b>2-Creatividad</b>	Desarrollar ideas creativas y útiles	Desarrolle varias ideas y oportunidades para crear valor, incluidas mejores las soluciones a los desafíos nuevos y existentes/ Explore y experimente con enfoques innovadores/ Combine conocimientos y recursos para lograr efectos valiosos
	<b>3-Visión</b>	Trabajar con una visión de futuro	Imagine el futuro/ Desarrolle una visión para convertir ideas en acción/ Visualice escenarios futuros para ayudar a guiar el esfuerzo y la acción.
	<b>4-Evaluar ideas</b>	Aprovecha al	Juzgue qué valor tiene en términos sociales,

		máximo las ideas y oportunidades	culturales y económicos/ Reconozca el potencial que tiene una idea para crear valor e identifique formas adecuadas de aprovecharla al máximo.
	<b>5-Pensamiento ético y sostenible</b>	Evaluar las consecuencias y el impacto de ideas, oportunidades y acciones	Evalúe las consecuencias de las ideas que aportan valor y el efecto de la acción empresarial en la comunidad objetivo, el mercado, la sociedad y el medio ambiente/ Reflexionar sobre cómo son los objetivos sociales, culturales y económicos sostenibles a largo plazo, y el curso de acción elegido. /Actuar responsablemente.
<i>Áreas</i>	<i>Competencias</i>	<i>Recomendaciones</i>	<i>Descriptor</i>
<b>RECURSOS</b>	<b>6- Autoconocimiento y confianza en sí mismo</b>	Crear en ti y seguir desarrollándose	Reflexione sobre sus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, mediano y largo plazo/ Identifique y evalúe las fortalezas y debilidades individuales y grupales/ Cree en su capacidad para influir en el curso de los eventos, a pesar de la incertidumbre, los contratiempos y las fallas temporales.
	<b>7-Motivación y perseverancia</b>	Mantener la concentración y	Esté determinado a convertir ideas en acción y satisfacer su necesidad de lograr/ Esté

		no darse por vencido	preparado para ser paciente y seguir intentando alcanzar sus objetivos individuales o grupales a largo plazo/ Ser resistente bajo presión, adversidad y falla temporal.
	<b>8-Movilizar recursos</b>	Recopilar y gestionar los recursos que se necesitan	Obtenga y administre los recursos materiales, no materiales y digitales necesarios para convertir ideas en acción/ Aproveche al máximo los recursos limitados/ Obtenga y administre las competencias necesarias en cualquier etapa, incluidas las competencias técnicas, legales, fiscales y digitales
	<b>9-Educación financiera y económica</b>	Desarrollar conocimientos financieros y económicos	Estime el costo de convertir una idea en una actividad de creación de valor/ Planifique, aplique y evalúe las decisiones financieras a lo largo del tiempo/ Administre los recursos financieros para asegurarse de que mi actividad de creación de valor pueda durar a largo plazo
	<b>10-Movilizar a otras personas</b>	Inspira, entusiasmar y atraer a otras personas a bordo	Inspira y entusiasma a las partes interesadas relevantes/ Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos/ Demuestre comunicación, persuasión, negociación y

			liderazgo efectivos
<i>Áreas</i>	<i>Competencias</i>	<i>Recomendaciones</i>	<i>Descriptor</i>
<b>EN ACCIÓN</b>	<b>11-Tomar la iniciativa</b>	Ir a por ello	Iniciar procesos que creen valor/ Asumir retos/ Actuar y trabajar de forma independiente para lograr los objetivos, atenerse a las intenciones y llevar a cabo las tareas planificadas
	<b>12-Planificación y gestión</b>	Priorizar, organizar y hacer seguimiento	Establezca metas a largo, mediano y corto plazo/ Defina prioridades y planes de acción / Adáptese a cambios imprevistos
	<b>13- Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo</b>	Tomar decisiones frente a la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo	Tome decisiones cuando el resultado de esa decisión sea incierto, cuando la información disponible sea parcial o ambigua, o cuando exista un riesgo de resultados no deseados/ Dentro del proceso de creación de valor, incluya formas estructuradas de probar ideas y prototipos desde las etapas iniciales para reducir los riesgos de fallar/ Manejar situaciones de rápido movimiento de manera rápida y flexible
	<b>14-Trabajar con otras personas</b>	Trabajar y colaborar en red	Trabaje junto con otros y coopere para desarrollar ideas y convertirlas en acción/

			Red / Resolver conflictos y enfrentar la competencia de manera positiva cuando sea necesario
	<b>15-Aprender de la experiencia</b>	Aprender haciendo	Use cualquier iniciativa para la creación de valor como una oportunidad de aprendizaje/ Aprenda con otros, incluyendo compañeros y mentores/ Reflexione y aprenda del éxito y el fracaso