

Universidad del Rosario



Explorando las Disparidades de Género en los Emprendimientos Colombianos

Trabajo de Grado

Valentina Forero Bojaca

Bogotá D.C

2023

Universidad del Rosario



Explorando las Disparidades de Género en los Emprendimientos Colombianos

Trabajo de Grado

Valentina Forero Bojaca

Aglaya Batz Liñeiro

Marketing y Negocios Digitales

Bogotá D.C
2023

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito la Revisión de literatura titulada Barreras dispares para el emprendimiento y otras brechas de género: una revisión sistemática de la literatura, en opción de grado de Asistente de Investigación II y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que esta Revisión no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Valentina Forero Bojaca

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Valentina Forero Bojaca

Tabla de Contenido

Declaración de originalidad y autonomía	3
Declaración de exoneración de responsabilidad	4
Glosario.....	8
Resumen.....	9
Abstract.....	11
1. Introducción	13
2. Marco Teórico.....	14
<i>2.1 Contexto de emprendimiento y espíritu emprendedor.....</i>	<i>14</i>
<i>2.2 Barreras experimentadas por los emprendedores.....</i>	<i>17</i>
3. Metodología	25
<i>3.1 Descripción de los métodos usados para el análisis</i>	<i>26</i>
<i>3.2 Limitaciones y consideraciones futuras.....</i>	<i>28</i>
4. Resultados	29
<i>4.1 Datos Socio-Demográficos</i>	<i>31</i>
<i>4.2 Desarrollo del Emprendimiento</i>	<i>32</i>
<i>4.3 Barreras en el Emprendimiento.....</i>	<i>37</i>
5. Conclusiones y Recomendaciones	44
6. Referencias bibliográficas.....	46

Índice de tablas

Tabla 1. Agrupación y clasificación de las barreras de género en el emprendimiento.....	19
Tabla 2. Clasificación de las barreras de género en el emprendimiento.....	41

Tabla de figuras

Figura 1. Agrupación de las barreras en el emprendimiento más recurrentes	22
Figura 2. Agrupación del género de los participantes.....	30
Figura 3. Agrupación de edad según el género	31
Figura 4. Participación por género según el estado civil	32
Figura 5. Alcance del Emprendimiento	33
Figura 6. Sectores de la economía a la cual pertenece cada emprendimiento	34
Figura 7. Sectores al que pertenecen los emprendimientos	37

Glosario

Emprendedor: Individuo que obtiene beneficios al momento de desarrollar un proceso de compra y venta de artículos (Gorji & Rahimian, 2012).

Espíritu empresarial: Voluntad y capacidad que tiene un individuo de discernir y dar origen a oportunidades económicas nuevas para con esto incluir sus ideas en un mercado (Fan & Zhang, 2017)

Emprendimiento de Mujeres: Mujer o grupo de mujeres colaboradoras en ejercicios empresariales (Arumugam et al., 2016).

Feminismo: Sistema conformado por valores que reta la dominación masculina al igual que intercede por la equidad social, política y económica entre las mujeres y los hombres que conforman una sociedad (Wu et al., 2019).

Resumen

El emprendimiento ha sido una temática ampliamente estudiada por diversos autores, en donde se menciona que es importante evaluar no solamente los factores internos que hacen referencia a las características de cada emprendedor, sino que también es fundamental estudiar los factores externos que rodean a los emprendedores al momento de emprender (Pinazo-Dallenbach & Castelló-Sirvent, 2020). Esta investigación se centra en seguir estudiando dichos factores tanto internos como externos dando respuesta a la pregunta *¿Existen discrepancias en las barreras al emprendimiento entre hombres y mujeres?* Por ello se analiza las barreras que enfrentan los emprendedores en Colombia y las diferencias existentes compararlas por género. A partir de una encuesta guiada y usando convenience sampling, se obtuvo la información de 203 emprendedores. La encuesta consta de 5 secciones: (1) datos socio-demográficos, (2) educación formal e informal, (3) caracterización del emprendimiento, (4) motivaciones para emprender y (5) barreras del emprendimiento a nivel individual, del emprendimiento y del contexto. A partir de la encuesta, encontramos qué las barreras que predominan en los emprendedores son las barreras externas, debido a que, según los encuestados, se puede decir que las barreras del gobierno, legales, de financiación, entre otras, son las que mayor influencia perciben los emprendedores al momento de emprender y desarrollar su espíritu emprendedor. También se encontró que, por el lado de las barreras internas, los encuestados ven la barrera financiera como una brecha importante al momento de desarrollar su emprendimiento.

Palabras Clave: Emprendimiento por oportunidad, emprendimiento por necesidad, intención emprendedora, disparidades de género

Abstract

Entrepreneurship has been a topic widely studied by various authors, where it is mentioned that it is important to evaluate not only the internal factors that refer to the characteristics of each entrepreneur, but it is also essential to study the external factors that surround entrepreneurs at the time of entrepreneurship (Pinazo-Dallenbach & Castelló-Sirvent, 2020). This research focuses on further studying such internal and external factors by answering the question Are their discrepancies in barriers to entrepreneurship between men and women? Therefore, the barriers faced by entrepreneurs in Colombia are analyzed and the existing differences are compared by gender. Based on a guided survey and using convenience sampling, information was obtained from 203 entrepreneurs. The survey consists of 5 sections: (1) socio-demographic data, (2) formal and informal education, (3) characterization of entrepreneurship, (4) motivations for entrepreneurship, and (5) barriers to entrepreneurship at the individual, entrepreneurial and contextual levels. From the survey, we found that the barriers that predominate in entrepreneurs are external barriers, because, according to the respondents, it can be said that government, legal and financing barriers, among others, are the ones that most influence entrepreneurs perceive at the time of undertaking and developing their entrepreneurial spirit. It was also found that, on the side of internal barriers, respondents see the financial barrier as an important gap at the time of developing their entrepreneurship.

Keywords: Opportunity entrepreneurship, necessity entrepreneurship, entrepreneurial intention, gender disparities.

1. Introducción

Las barreras de género y el espíritu empresarial han sido una temática ampliamente explorada desde 1980, en donde iniciaron las primeras investigaciones de carácter descriptivo enfocadas en las mujeres. Estas pasaron de centrarse en este género visto desde la perspectiva de variable, a centrarse en un género que presenta una influencia importante en las sociedades, analizando las implicaciones que las mujeres están teniendo en la sociedad como también en el campo material que ocupan (Henry et al., 2016). El espíritu empresarial representa una parte muy importante de las economías en diversos países alrededor del mundo, ya que ha sido vista como una alternativa de desarrollo para los países que se encuentran en progreso (Bobera et al., 2014). Estos progresos se deben dar en espacios claves de la economía, con el fin de que se tenga una evolución y se evidencie un crecimiento económico significativo en los países, combatiendo las desigualdades de renta y riqueza, la pobreza y los fallos en los mercados, así como brindarles a las personas bienestar (Bobera et al., 2014). A pesar de los reconocimientos que se les han brindado a las mujeres en el emprendimiento, se pueden evidenciar barreras que dificultan el proceso de emprender. En la mayoría de los estudios se ha visto que el espíritu empresarial está fuertemente dominado por hombres mientras que las mujeres se han tenido que enfrentar a constantes barreras cuando desean participar y desarrollar su espíritu empresarial (Wu et al., 2019). Aunque algunos autores mencionan que ciertas barreras de género pueden causarse y posiblemente agudizarse en las microempresas, estas también puede suceder cuando las mujeres inician con sus emprendimientos, debido a que la falta de desarrollo empresarial, las capacidades

subdesarrolladas del fundador de la empresa así como la forma en la que se toman decisiones pueden ser una gran barrera para las mujeres (Luh Yani et al., 2019). Lo anterior se da debido a que las barreras a las que los hombres deben enfrentarse son completamente diferentes a las de las mujeres y que los procesos socializados que se llevan entre los dos géneros causan grandes diferencias, gracias a que las mujeres, en su gran mayoría, tengan que enfrentarse a mayores barreras que dificultan su progreso al momento de emprender un proyecto empresarial (Wu et al., 2019). Esta investigación se centra en contestar la pregunta *¿Existen discrepancias en las barreras al emprendimiento entre hombres y mujeres?* Por ello se analiza las barreras que enfrentan los emprendedores en Colombia y las diferencias de esas barreras al compararlas por género.

2. Marco Teórico

2.1 Contexto de emprendimiento y espíritu emprendedor

Gorji y Rahimian (2012) definen el termino de emprendedor como aquel individuo que proporciona mejoras tanto en otros individuos como también en la sociedad vista desde su conjunto. Otros autores toman en cuenta el concepto espíritu empresarial, un término mucho más específico orientado hacia la generación de oportunidades para obtener beneficios (Bobera et al.,

2014; Fallah Haghghi et al., 2018; Fan & Zhang, 2017; Goss et al., 2011; Hoogendoorn et al., 2019; Kiani Mavi et al., 2017; Mathew, 2010). Bobera y otros (2014) definen el espíritu empresarial como una actividad que se encuentra destinada a alcanzar beneficios ambientales en el mercado, basada en el constante cambio y en las regulaciones así como la voluntad de aceptar riesgos que se puedan presentar en cualquier momento. Según Fan y Zang (2017), “el espíritu empresarial es la voluntad y la capacidad que tienen los individuos de percibir y crear nuevas oportunidades económicas y de introducir sus ideas en el mercado” (p.1). Por otra parte, Goss (2011) hace alusión a que el espíritu empresarial hace parte de un conjunto múltiple de actividades y procesos sociales. Hooogendoorn (2019) define el espíritu empresarial como la creación de nuevas oportunidades económicas y la apropiación y gestión de las personas relacionadas con una empresa por sus propios medios y riesgos, mientras que Mathew (2010) menciona en su documento que el espíritu empresarial es un proceso dinámico en donde se crea riqueza que va incrementando con el pasar del tiempo. Dicha riqueza es creada por personas que se hacen responsables de los riesgos predominantes en el medio, vistos desde el capital y el tiempo, proporcionando valor a un producto o servicio. Kiani Mavi y otros (2017) define el espíritu empresarial como un sistema activo en donde se pueden evidenciar componentes que están interrelacionados entre los individuos como lo son rasgos de personalidad y motivación para realizar actividades, sus habilidades, comportamientos, actitudes, entre otras características internas y propias de cada individuo, en donde se pueden transformar oportunidades en nuevos valores. Finalmente, Fallah Haghghi y otros (2018) expone que el espíritu empresarial está relacionado con la capacidad que tiene un individuo de transformar sus ideas en acciones por

medio de la creatividad, innovación y la forma como el individuo asume riesgos, resaltando la habilidad de planificar y gestionar proyectos para cumplir sus objetivos.

Fallah Haghghi y otros (2017) muestran similitudes en sus explicaciones, debido a que son los únicos autores que relacionan en su definición componentes propios de los individuos y las capacidades internas que estos tienen al momento de evaluar su espíritu empresarial, siendo más específicos son sus resultados con respecto a los demás autores. Otra similitud que se encuentra en las anteriores definiciones es la aceptación del riesgo por parte del individuo tal y como Bobera y otros (2019) comparten en sus definiciones de espíritu empresarial, resaltándolas como características al momento de definir el espíritu empresarial desde una perspectiva menos generalizada como la que muestran (Bobera et al., 2014; Fallah Haghghi et al., 2018; Fan & Zhang, 2017; Hoogendoorn et al., 2019; Kiani Mavi et al., 2017).

Desde la perspectiva de género, los investigadores Arumugam (2016) y Onyesheva & Meyer (2020) son los únicos autores tomados en esta investigación que relacionan el concepto de espíritu empresarial desde la perspectiva femenina, facilitando la distinción del mismo entre hombres y mujeres, evidenciando el valor que tiene el género femenino en las economías de los países y las diferencias en el momento de emprender entre hombres y mujeres desde la definición de espíritu empresarial. Arumugam (2016) expone que el espíritu empresarial de las mujeres está definido desde la perspectiva de una mujer o un grupo de mujeres que colaboran en diversas actividades empresariales y que, a través de este concepto, estas se van sumando al desarrollo económico de los países, cambiando la cara de las economías. Onyesheva & Meyer (2020) por otra parte, incluyen en la definición de espíritu empresarial femenino las iniciativas empresariales, concepto que juega un papel fundamental en el entendimiento de lo que se

considera emprender, debido a que dicho autor relaciona los dos conceptos definiéndolos como un fenómeno relacionado estrechamente con el género y que, a su vez, la actividad empresarial que desarrollan las mujeres de este campo está relacionada con el vínculo familiar que tienen con las personas que conviven siendo esta información a resaltar (Arumugam et al., 2016; Onyusheva & Meyer, 2020).

2.2 Barreras experimentadas por los emprendedores

Las barreras que experimentan los emprendedores se pueden clasificar en barreras internas y barreras externas o propias del emprendedor. Cuando se habla de dificultades externas, se evidencian las diferencias en los mercados, la infraestructura débil con la que cuentan varios países, la cultura y la corrupción en su gran mayoría la cual, en otros países, es una barrera externa importante, así como la cultura y la forma como se percibe a las mujeres en culturas particulares. Por otra parte, Khanin (2021) menciona en su investigación que las discrepancias que se presentan al momento de emprender están ligadas con la cultura que se tiene en un país o región, así como las instituciones formales como informales. En este estudio Khanin (2021) también menciona que las barreras pueden desarrollarse gracias a una infraestructura débil y a ciertas deficiencias que se pueden presentar en el mercado, las cuales podrían transformar las capacidades que tiene un emprendimiento para que se desarrolle adecuadamente de manera comercial. Sitaridis & Kitsios (2019) por otra parte nos mencionan que otras barreras externas que presentan los emprendedores se relacionan con la financiación, apoyo formal e informal, los

recursos, aspectos relacionados con el mercado, las leyes y regulaciones, asuntos del Estado y la dura realidad que tienen que vivir los individuos (Khanin et al., 2021; Sitaridis & Kitsios, 2019).

Entre las barreras internas o propias del emprendedor, podemos ver que el miedo al fracaso y al riesgo, la falta de educación empresarial, la ausencia de motivación, así como poco valor y voluntad, la baja autoestima, la escases de confianza, la insuficiencia en las experiencias empresariales y las responsabilidades financieras de los individuos han sido claves para que estas barreras sigan creciendo y no se permita el éxito como emprendedor (Khanin et al., 2021; Sitaridis & Kitsios, 2019).

Con relación a las barreras internas, los investigadores Sitaridis & Kitsios (2019) exponen que las discrepancias están relacionadas con la falta de motivación, coraje y voluntad por parte de los individuos, la baja autoestima y confianza así como el miedo al riesgo y las responsabilidades financieras. Las anteriores barreras que planea Sitaridis & Kitsios (2019), no dan a conocer puntualmente que estas discrepancias se presenten en hombres y mujeres, mostrando que no existe ninguna distinción de género (Sitaridis & Kitsios, 2019). Finalmente, Eesley (2016) y Khanin (2021) muestran en sus estudios la existencia de barreras que involucran a las mujeres puntualmente. Una de las más comunes y relacionadas con factores internos de la persona es el miedo al fracaso como lo menciona Eesley (2016). Esta barrera es considerada como una desventaja psicológica al momento de emprender según Khanin (2021). Así mismo la falta de educación empresarial como resultado de una insuficiencia en las experiencias empresariales es considerada como una barrera que puede llevar a las mujeres a tomar decisiones equivocadas. Finalmente, el estudio realizado por Eesley (2016) mostró que la reducción de las barreras junto a cambios institucionales, hacen que se tenga un impacto positivo en el momento

en el que cada individuo desee crear empresa, con el fin de que sea sostenible en el tiempo

(Eesley, 2016; Khanin et al., 2021)

A partir de la revisión de literatura se extrajeron 97 barreras entre los 14 artículos de investigación seleccionados para la revisión de literatura, entre los cuales se encontraron 23 barreras recurrentes repetidas, por lo que los análisis que se van a presentar a continuación se hicieron sobre 74 barreras identificadas, las cuales se encuentran en la Tabla 1.

Tabla 1

Agrupación y clasificación de las barreras de género en el emprendimiento

Clasificación	Barreras
<i>Barreras de Asesoramiento y Educación</i>	Buscar asesoramiento para crear una empresa Construir un plan de negocios Suministro Educación y formación inferiores Falta de experiencia empresarial necesaria Acceso limitado a los servicios de consultoría Acceso limitado a los conocimientos y a la información Alto coste de la formación profesional Oportunidades limitadas en el aprendizaje continuo Falta de formación empresarial Conocimientos y habilidades Expansión de la empresa Formación y educación Estrategias de Marketing
<i>Barreras Legales</i>	Disposiciones legales cambiantes Impuestos elevados Legalidades, reglamentos y procedimientos Normas y regulaciones Barreras medioambientales
<i>Barreras Socio-Culturales</i>	Cultura Límites socioculturales Aspectos socio-culturales
<i>Barreras Individuales</i>	Habilidades para gestionar un negocio Libertad Económica Falta de habilidades empresariales

Clasificación	Barreras
	Intención empresarial Edad Estado civil Características individuales Motivaciones individuales Motivaciones organizativas Motivaciones ambientales Conocimientos, aptitudes, habilidades y otros atributos Impotencia Seguridad Estrés Miedo al fracaso Falta de tiempo
<i>Barreras Familiares</i>	Equilibrio entre el trabajo y responsabilidades en el hogar Falta de apoyo familiar Familia / hijos Limitaciones familiares
<i>Barreras de Financiación</i>	Acceder a la financiación Economía Acceso no equitativo a los recursos financieros y crediticios Capital inicial insuficiente Limitaciones financieras Financiación interna Financiación externa Inclusión financiera
<i>Barreras de Género</i>	Prejuicios de género/discriminación Estatus de las mujeres en la sociedad, la política, la cultura Discriminación por razón de género Estereotipo de género
<i>Barreras de Infraestructura</i>	Acceder a instalaciones y locales Demanda Acceso a las tecnologías de la información y la comunicación Redes empresariales limitadas Falta de apoyo y red empresarial Limitaciones empresariales Barreras institucionales al crecimiento Barreras institucionales a la entrada

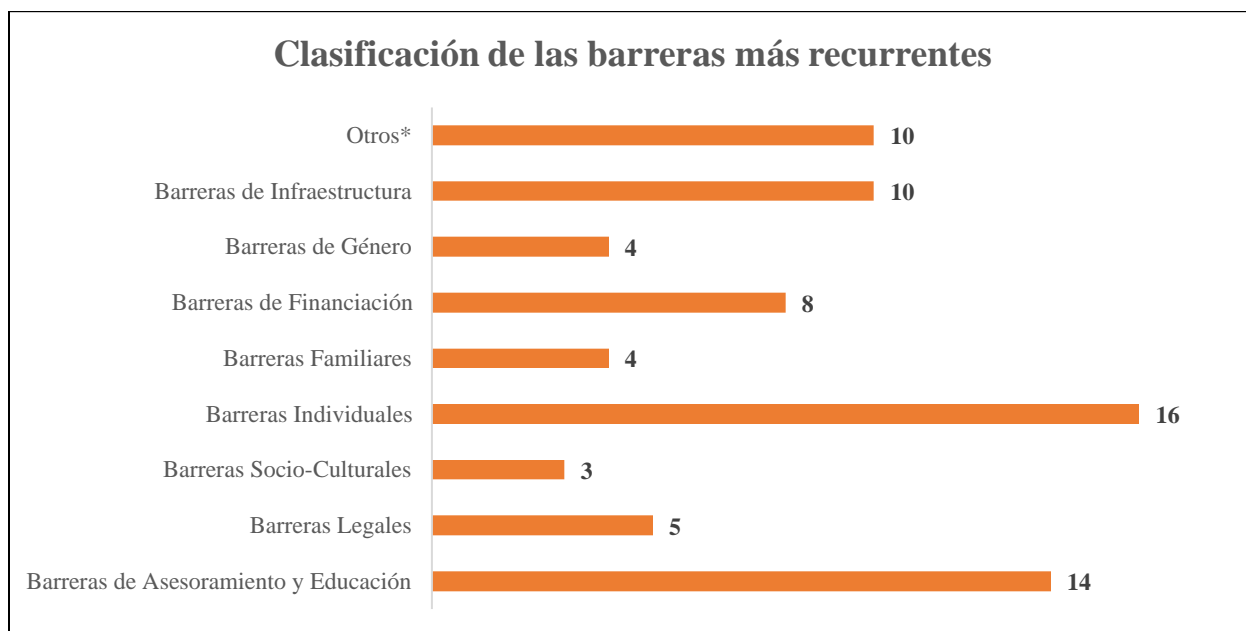
Clasificación	Barreras
	Falta de apoyo gubernamental
	Los costes de las patentes
	Encontrar personal con las aptitudes adecuadas
	Baja aceptación de la actividad económica privada
	Tiempo y riesgo
	Limitaciones de comercialización
<i>Otros</i>	Barreras organizativas
	Libertad de empresa
	Recursos físicos
	Procedimientos administrativos en la contratación de nuevos empleados
	Marketing

Nota: La tabla expone la agrupación y clasificación de las barreras de género en el emprendimiento. Fuente: Elaboración Propia

Para una mayor comprensión de las barreras más frecuentes, estas fueron agrupadas en 9 categorías como muestra la Figura 1, las cuales corresponden a barreras de asesoramiento y educación, barreras legales, barreras socio-culturales, barreras individuales, barreras familiares, barreras de financiación, barreras de género, barreras de infraestructura y otros. En la clasificación de otros, se encuentran barreras menos recurrentes en las investigaciones pero que aun así son relevantes para su estudio como lo son los costos en los que algunos emprendedores incurren al momento de sacar una patente, también al momento de encontrar personal con las aptitudes adecuadas, libertad financiera, estrategias de marketing, falta de tiempo, falta de apoyo gubernamental, baja aceptación de la actividad económica privada, entre otras barrera.

Figura 1

Agrupación de las barreras en el emprendimiento más recurrentes



*Nota: (n=74) *Otros: Los costos de las patentes, encontrar personal con las aptitudes adecuadas, baja aceptación de la actividad económica privada, tiempo y riesgo, limitaciones de comercialización, barreras organizativas, libertad empresarial, recursos físicos, marketing, barreras medioambientales, procedimientos administrativos en la contratación de nuevos empleados, barreras físicas, barreras ambientales. Fuente: Elaboración propia*

Entre las barreras más recurrentes que se encontraron en los 14 artículos analizados, las barreras individuales son las más nombradas entre los investigadores (21,6%) en donde se encuentra el miedo al fracaso, la motivación, las habilidades para gestionar un negocio entre otras. Algunos autores recomiendan que para combatir estas barreras que se expongan a los individuos a mayores prácticas y asesorías al momento de crear empresa utilizando la metodología Lean Startup; otros autores señalan que brindar más oportunidades en las económicas y fomentar la creación de un sistema económico y social que apoye al emprendimiento puede ser de gran ayuda para que estas barreras disminuyan y puedan desarrollar empresa de una mejor manera. En el caso de las mujeres, se recomienda que haya una

mejor educación, formación y desarrollo con todos los temas que están relacionados con el emprendimiento, haciendo que las mujeres fortalezcan sus habilidades y características individuales para tener mejores rendimientos al momento de crear empresa (Arumugam et al., 2016; Bobera et al., 2014; Dutta & Sobel, 2021; Ferreira et al., 2021).

Seguido de estas barreras, se encuentran las barreras de asesoramiento y educación (18,9%) que corresponden a la búsqueda de asesoramiento para crear empresa, la calidad del sistema educativo, la falta de experiencia empresarial, la formación, las oportunidades limitadas en el aprendizaje continuo, entre otras, en donde algunos investigadores sugieren que se deberían desarrollar avances en la educación empresarial orientada a las mujeres y también a las mujeres más jóvenes. Por otra parte, y siguiendo con el emprendimiento en las mujeres, la creación de infraestructuras para el apoyo del emprendimiento femenino también es crucial para que las mujeres se sigan desarrollando adecuadamente en este campo. Como otra recomendación, se sugiere que se tenga una mayor formación en la materia de emprendimiento, para que con ello se pueda mejorar la educación empresarial (Onyusheva & Meyer, 2020; Rudhumbu et al., 2020).

La categoría de otros (13,5%) y de barreras de infraestructura (13,5%) presentan la misma cantidad de barreras en el emprendimiento. En el caso particular de la categoría otros, la cual se encuentra representada por los costos de las patentes, las limitaciones comerciales, los procedimientos administrativos en la contratación de nuevos empleados, entre otras limitantes son las que hacen parte de este grupo que dificultan la actividad y desarrollo del emprendimiento. Gorji y Rahimian (2012) proponen que los emprendedores busquen nuevas ideas al momento de invertir y además de esto crear planes de negocio que sean adecuados para cada una de las ideas que estos tengan. Por el lado de las barreras de infraestructura, encontramos

que están compuestas por las barreras de entrada, el acceso a las instalaciones y locales, las limitadas redes empresariales, entre otras, en donde Rudhumbu (2020) propone que se creen recursos electrónicos de información y comunicación para que el apoyo gubernamental a los emprendedores sea mucho mayor, mientras que Arumugam menciona que la creación de iniciativas que sean desarrolladas y emprendidas por los gobiernos, sean mucho mayores para que así también se tenga la participación de las organizaciones de las mujeres y las ONGs, mejorando la infraestructura en el emprendimiento (Arumugam et al., 2016; Gorji & Rahimian, 2012; Rudhumbu et al., 2020).

Seguido de lo anterior, se encuentra la categoría de barreras de financiación (10,8%), la cual se encuentra conformada por el acceso a la financiación, la inclusión financiera, el capital inicial insuficiente de algunos emprendimientos, el acceso no equitativo a los recursos financieros y de crédito, entre otras variables importantes, donde se propone que se preste más atención a las competencias empresariales de los individuos así como el desarrollo de programas y promoción de la inclusión financiera para tener un entorno de más apoyo y también más equitativo financieramente (Amini Sedeh et al., 2021; Fan & Zhang, 2017).

Finalmente, las barreras que le siguen a las barreras financieras, gracias a que estas están conformadas por 5, 4 y 3 barreras por cada una de las categorías (barreras legales (5), barreras de género y barreras familiares (4) y finalmente las barreras socio-culturales (3)) van a ser agrupadas, con el fin de hacer más concreto el análisis entre las 4 barreras restantes. Las barreras legales, de género, familiares y socio-culturales al agruparlas, conforman en total 16 variables, las cuales representan el 21,6%. Son las barreras que menos fueron mencionadas entre los investigadores en donde los investigadores proponen que para que estas barreras disminuyan, se

debe estimular, en el ámbito socio-cultural el apoyo a la innovación y al espíritu empresarial, seguido de la disminución de la dominación masculina y de algunos prejuicios sociales que se pueden encontrar en el ámbito del género. También ofrecer un mejor entorno empresarial va a hacer que los emprendedores puedan tener mejores resultados con sus emprendimientos y promover que la legislación trate a ambos sexos de la misma forma y de una manera justa. En el ámbito familiar, promover a que haya un equilibrio entre la vida familiar y los compromisos empresariales también es clave para el desarrollo del emprendimiento orientado específicamente a las mujeres, debido a que estas son las que más se ven afectadas cuando se presentan este tipo de desequilibrios.

3. Metodología

Para esta investigación, se realizó una recopilación de información por medio del instrumento encuesta titulado “*Emprendimiento en Colombia*” a una muestra de 203 emprendedores tanto hombres como mujeres entre los 20 y los 79 años de edad, los cuales lideran proyectos empresariales de base tecnológica pertenecientes a aceleradoras o emprendedores que hayan pertenecido a programas de aceleración anteriormente bien sea de aceleradoras privadas o programas de Gobierno Colombiano. Esta encuesta consta de 39 preguntas (Anexo 1) de opción múltiple con única respuesta, opción múltiple con diversas

respuestas y preguntas abierta. En la sección de resultados se presentarán las estadísticas descriptivas que se extrajeron de este ejercicio.

Este instrumento tiene el objetivo de abordar el emprendimiento desde las capacidades del individuo, la consistencia del modelo de negocio y el proceso formal de emprendimiento y el contexto en el que se encuentra cada uno de los participantes, entendiendo de una mejor manera la mentalidad, motivaciones y barreras de los emprendedores en Colombia. Dicha encuesta cuenta con 6 secciones, en donde se consultan sobre los datos socio-demográficos de los participantes, lugar de residencia, educación, desarrollo de su emprendimiento y barreras para el emprendimiento. En este sentido se está observando cuales son barreras a nivel: (1) de individuo (micro), (2) de la estructura y cohesión del emprendimiento (meso) y (3) de contexto y ambiente (macro).

3.1 Descripción de los métodos usados para el análisis

Se usó una convenience sampling por lo que la estrategia de búsqueda comprende la identificación de aceleradoras, programas de universidades en emprendimiento, incubadoras, redes de ángeles inversionistas, redes de WhatsApp y redes sociales, con el fin de concentrar nuestro público objetivo y con ello, proceder a la realización de la encuesta. Los canales principales utilizados para el contacto y la difusión de la encuesta fueron el correo electrónico, grupos de WhatsApp, mensajes directos por esta red social al igual que mensajes directos por

LinkedIn y el voz a voz entre los emprendedores de esta misma red. Entre los resultados que fueron obtenidos en cada uno de los canales anteriormente mencionados se menciona lo siguiente:

- **Correo Electrónico:** Este canal nos apoyó para llegar de manera masiva, aunque no fue tan eficiente, debido a que no se tuvieron la cantidad de respuestas deseadas al momento de hacer el envío de los correos junto con el instrumento.
- **Grupos de WhatsApp:** Fue efectivo para informar sobre la investigación que se está realizando, más sus respuestas se demoraban un tiempo en llegar por medio de los resultados de la encuesta.
- **Mensajes directos por WhatsApp:** Durante la difusión de la encuesta a los emprendedores, se pudo evidenciar que el canal más eficiente fue el mensaje directo por WhatsApp a emprendedores con los que ya había tenido algún tipo de contacto bien haya sido gracias a la aceleradora Cube Ventures o que hayan pertenecido a algún programa de emprendimiento anteriormente.
- **Mensaje directo por LinkedIn:** Fue un canal eficiente, aunque la respuesta por parte de los emprendedores fue tardía, debido a que muchos de estos no eran emprendedores con los que se había trabajado anteriormente.
- **Voz a Voz:** Este canal fue eficiente y apoyo bastante, ya que los emprendedores estaban más dispuestos a diligenciar la encuesta si venia recomendada de un conocido.

Para la recolección de los datos, se inició con la difusión de la encuesta en la red de emprendedores de la aceleradora Cube Ventures por medio de correo y también por mensaje de

WhatsApp a los grupos de los emprendedores pertenecientes a la 4ª Cohorte y a los Alumni.

Seguido de lo anterior, se envió la encuesta vía correo a los emprendedores pertenecientes al programa Compás desarrollado por Cube Ventures categoría Founders. A su vez, se contactó a la red de Ángeles Inversionistas CREAME para que nos apoyaran con la difusión de la encuesta a su red de emprendedores. Por otra parte, la jefe de innovación y emprendimiento de la Universidad del La Sabana que también es Profesional C-Emprende Cundinamarca en iNNpuls Colombia. Nos apoyó compartiendo la encuesta vía correo, con el fin de seguir llegando a más emprendedores y con esto conocer la mentalidad que estos tienen al momento de emprender.

Por otra parte, se cuenta con el apoyo de emprendedores pertenecientes a Cube Ventures y quienes también son miembros de grupos de emprendimiento para el apoyo de la difusión de la encuesta. La Universidad del Rosario al igual que los demás individuos y entidades, nos apoyaron compartiendo la encuesta con su red de emprendedores pertenecientes a la Incubadora. Finalmente, el Coordinador Nacional de la Red Universitaria de Emprendimiento REUNE – ASCUN, también apoyo la difusión del instrumento con la red de Emprendedores vía correo y Mentores que hacen parte de Cube Ventures también apoyaron en esta difusión a emprendedores con los que hayan trabajado anteriormente.

3.2 Limitaciones y consideraciones futuras

La aplicación del instrumento cuenta con limitaciones importantes al momento de difundir la encuesta, debido a que algunos emprendedores manifestaron que el instrumento era extenso, lo que puede causar que algunas de las respuestas dadas hayan sido ambiguas o por descarte. También y gracias a que la encuesta es extensa, algunos emprendedores por esta razón, iniciaban la encuesta y no la terminaban o la dejaban a medias. Finalmente, se dependió de un tercero con respecto a la difusión de la encuesta, haciendo complicada la llegada a emprendedores con proyectos de base tecnológica, debido a que por temas de habeas data, las entidades tanto públicas como privadas, no permitían la manipulación de dicha información por nuestra parte y se dependía de que estos nos confirmaran el envío del instrumento a los emprendedores de sus bases de datos.

4. Resultados

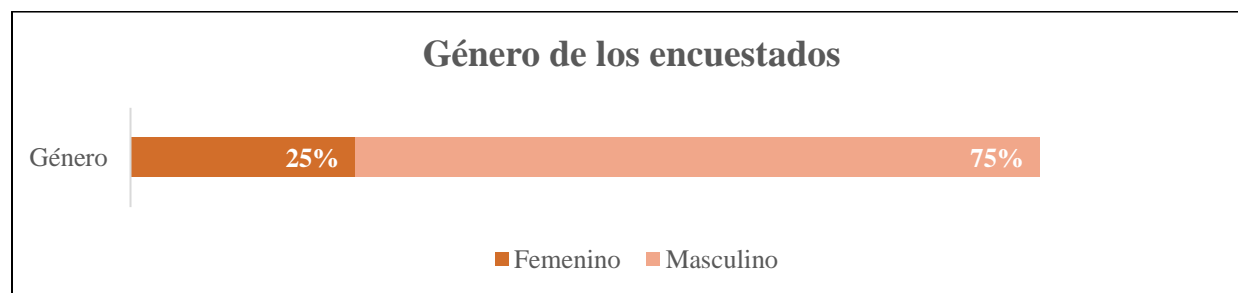
Entre los resultados se muestra que de los 203 participantes que diligenciaron el instrumento, solo 202 respondieron la pregunta de género y de edad. 25% hacen parte del género femenino y el 75% son género masculino, teniendo una media entre hombres y mujeres corresponde a 101 respuestas, el cual hace referencia al 50% de las personas encuestadas. Lo anterior muestra que predominan los hombres frente a las mujeres y que se va a observar una perspectiva mucho más masculina que femenina con respecto a las respuestas que van a exponerse en esta investigación marcando la diferencia a lo largo de este estudio. Por el lado de

los rangos de edades según el género, podemos ver que predomina entre los encuestados la edad de 26 a 30 y de los 31 a 35 años. Los menos predominantes son de los 56 años en adelante, representando solo el 6% de los encuestados.

Finalmente, entre los encuestados, la media de edad de las mujeres es de 36,6 años de edad mientras que la edad promedio de los hombres es de 36,7 años para un promedio total de años entre hombres y mujeres de 36,7 años de edad.

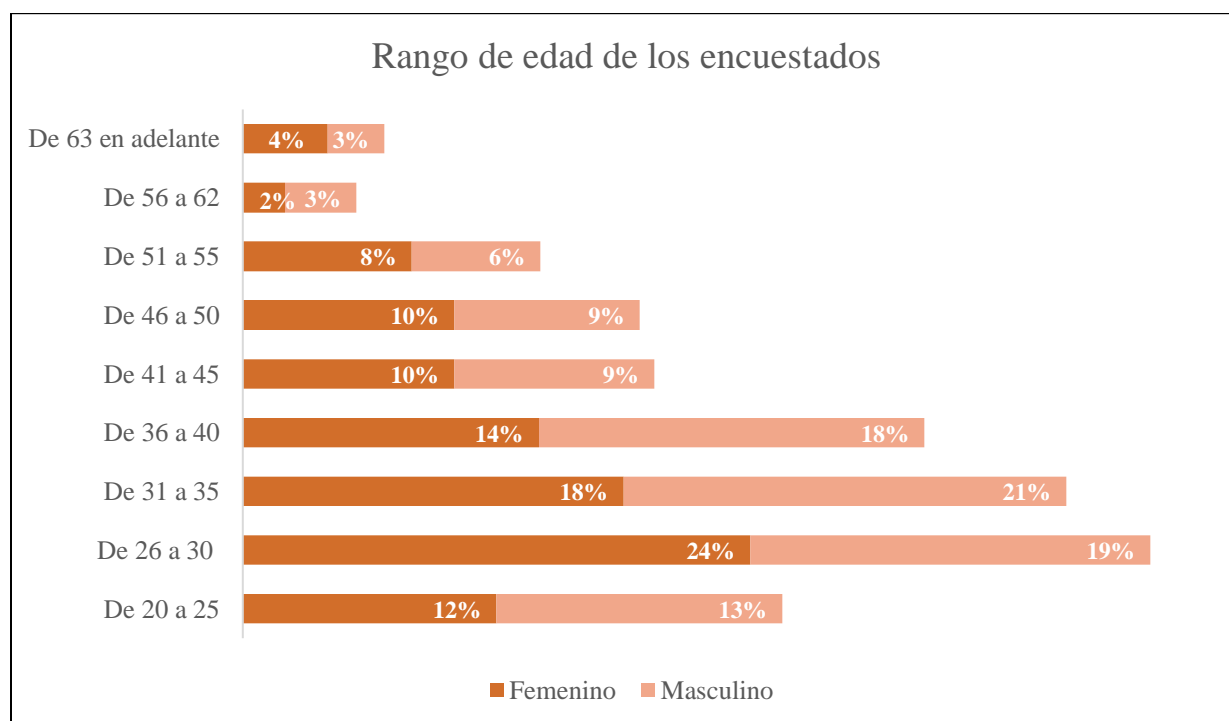
Figura 2

Agrupación del género de los participantes



Nota: (N=202) Gráfico de agrupación del género. Fuente: Elaboración propia

Figura 3
Agrupación de edad según el género



Nota: (N=202) Mujeres(n=51) Hombres (n=151) Gráfico de agrupación del género. Fuente: Elaboración propia

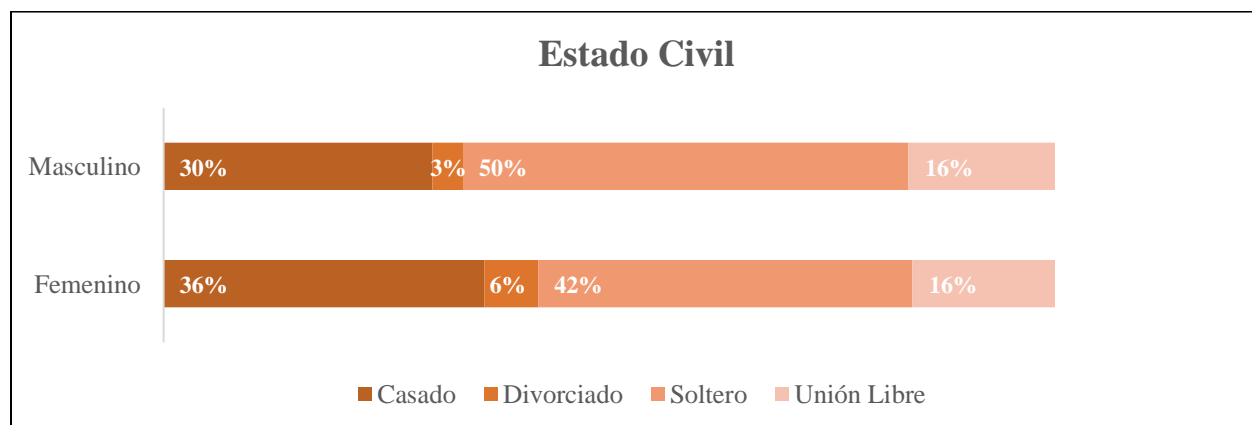
4.1 Datos Socio-Demográficos

Entre los 203 encuestados, se muestra en la figura 4 que 196 encuestados respondieron a la pregunta de estado civil. 146 son hombres y 50 mujeres, donde el mayor porcentaje de casados se son mujeres con un 36%. El 6% de las mujeres son divorciadas siendo el porcentaje más alto entre los dos géneros. Seguido de lo anterior se muestra un porcentaje mayor de hombres solteros (50%) en comparación con las mujeres (42%) y finalmente entre los hombres y las mujeres encuestadas, el 16% en ambos géneros presentan unión libre como su estado civil.

Finalmente se puede decir que la media más representativa se encuentra en los participantes solteros con un promedio de respuestas de 47 seguido de los encuestados casados, los cuales tienen un promedio de respuesta de 31. Entre los menos representativos se encuentran los participantes divorciados con un promedio de respuesta de 4. Con lo anterior se tiene una media total entre todas las variables de 98 respuestas respectivamente. Este análisis se puede ver desplegado en la tabla que se encuentra en el Anexo 2.

Figura 4

Participación por género según el estado civil



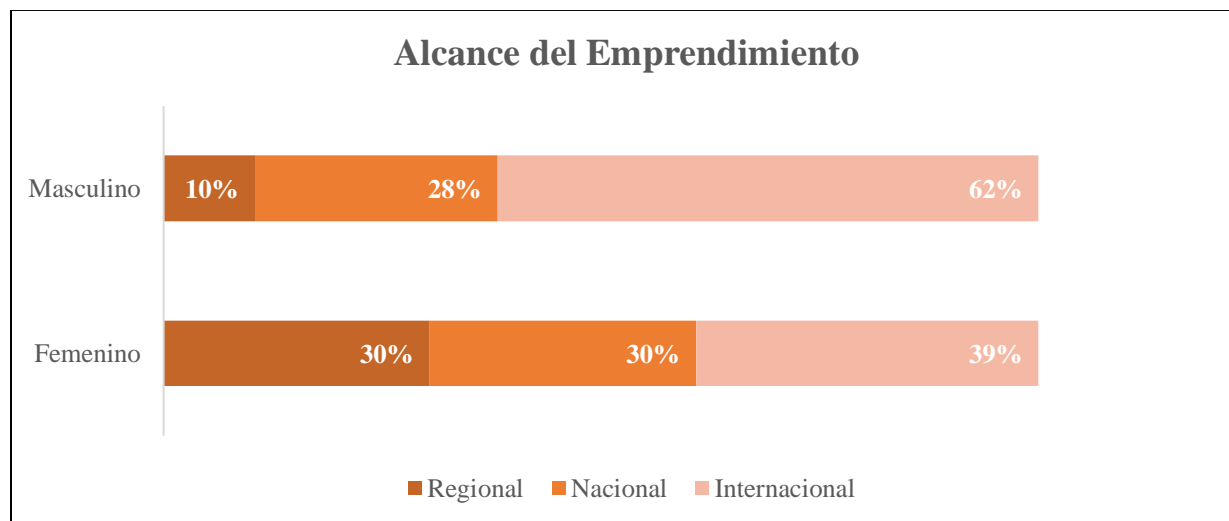
Nota: (N=196) Hombres (n=146) Mujeres (n=50) Gráfico del estado civil por género. Fuente: Elaboración propia

4.2 Desarrollo del Emprendimiento

En este apartado se evidencia que el mayor alcance que tienen los emprendimientos liderados por hombres es a nivel internacional con un 62%, mientras que las mujeres tienen un alcance internacional del 39%. En el caso de los hombres vemos que el alcance que le sigue al

internacional es el nacional con un 28% y finalmente un 10% en el alcance regional, mientras que las mujeres tienen el mismo alcance a nivel regional y nacional, debido a que en cada uno de estos representa el 30%. Al momento de centrarnos en el emprendimiento femenino, se evidencia que los proyectos desarrollados por mujeres presentan un alcance más regional – local que el emprendimiento desarrollado por hombres. Esto podría presentarse, debido a que los hombres pueden tender a presentar una visión mucho más internacional que las mujeres, marcando una gran diferencia del alcance que cada emprendimiento presenta según el género que lo lidere.

Figura 5
Alcance del Emprendimiento



Nota: (N=190) Hombres (n=144) Mujeres (n=46) Gráfico que muestra el alcance que tienen los emprendimientos de las personas encuestadas. Fuente: Elaboración propia

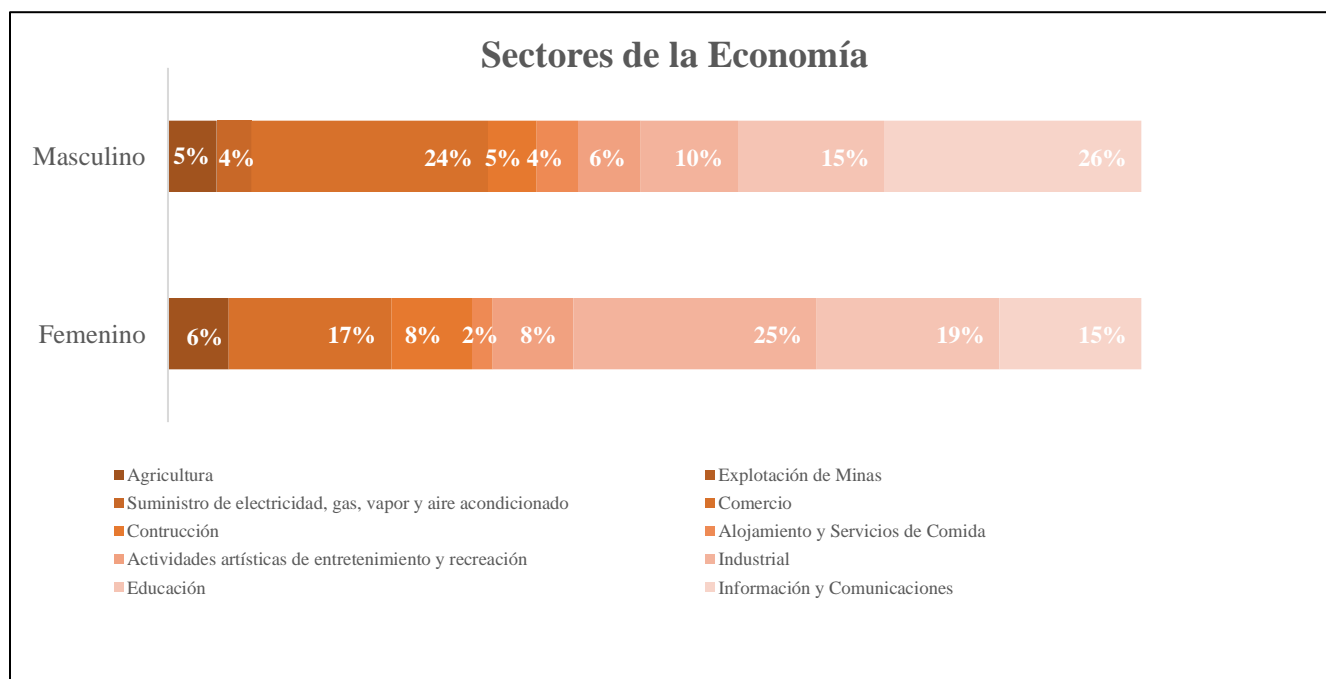
Con respecto a los sectores de la economía a los cuales pertenecen la mayor parte de los hombres y mujeres encuestados que tienen un emprendimiento son, en el caso de los hombres, el sector de información y comunicaciones con un 26%, seguido del sector comercio con un 24% y

en los que menos sectores se encuentran son en el sector del alojamiento y del suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado, debido a que cada uno de estos representa el 4%.

En el caso de las mujeres, el sector en el que mayormente se encuentra este género es el de la industria con un 25%, seguido del sector de la educación con un 19% y el que menos representación tiene es el sector del alojamiento, con un 2%. Esto muestra que los hombres son un género que se encuentra bastante fuerte en el sector de la información y comunicaciones mientras que las mujeres se encuentran fuertemente centradas en el sector de la industria como se muestra en la figura 5.

Figura 6

Sectores de la economía a la cual pertenece cada emprendimiento



Nota: (N=188) Hombres (n=140) Mujeres (n=48) Gráfico que muestra el sector de la economía al cual pertenece cada emprendimiento. Fuente: Elaboración propia

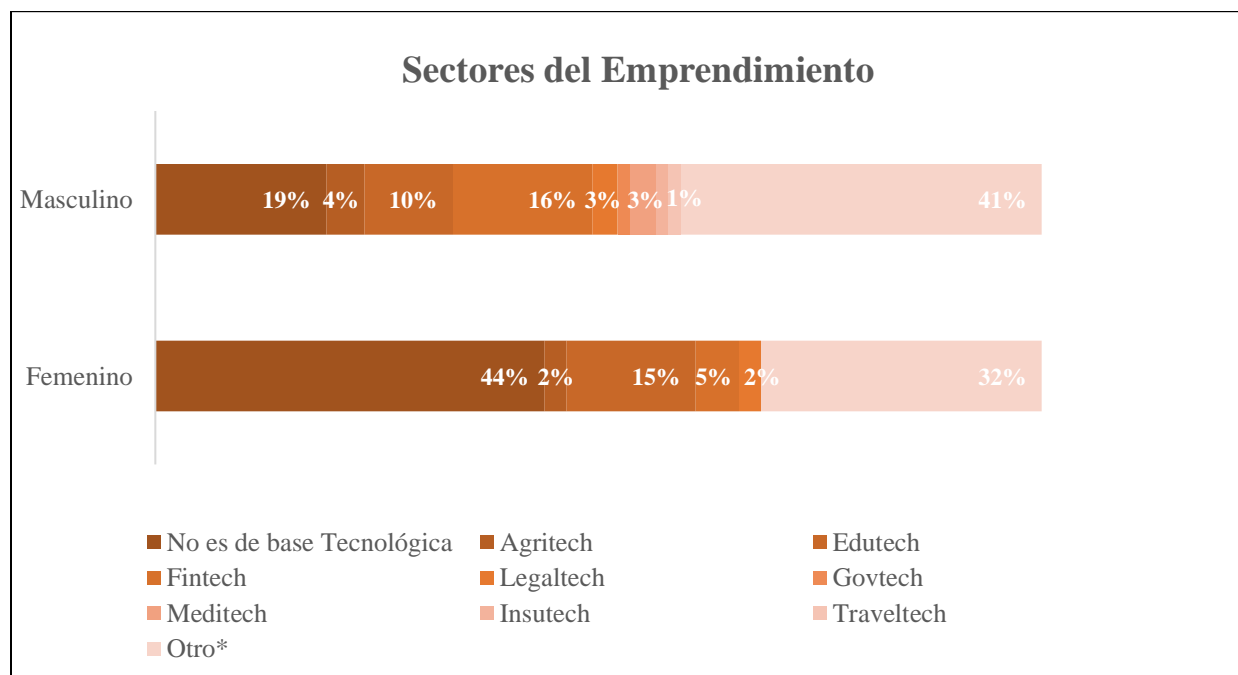
Al hacer un análisis proporcional de los sectores de la economía entre géneros, se evidencia que las mujeres tienden a inclinarse más por sectores como la industria, la educación y el comercio, mientras que los hombres se encuentran mayormente enfocados en el comercio, la información y comunicaciones y la educación. Entre los dos géneros, aunque predomina el sector del comercio y la educación, el porcentaje de mujeres es mayor en la educación (19%) que los hombres (15%). En el caso del comercio, los hombres son los que predominan (24%) frente a las mujeres (17%) mostrando enfoques completamente diferentes. Por el lado de los sectores de la economía a los que las mujeres no relacionaron sus iniciativas empresariales están la explotación de minas y suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado, debido a que estos recibieron un 0% como resultado. En el caso de los hombres, se puede evidenciar que, de estos 2 sectores mencionados, solo el 4% pertenece al suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.

Por el lado de los sectores del emprendimiento, se puede observar que los hombres concentran más sus iniciativas en el sector relacionado con la categoría otros, en donde se encuentra Agencia, ArtTech, CleanTech, Ciencia de Datos-IA, E-Commerce, ConsulTech, Difusión de Información, EvenTech, EnerTech, FashionTech, InvertTech, FoodTech, GameTech, entre otros, debido a que el 41% hombres respondieron a esta categoría. Continuando con el género masculino, el 19% de los hombres respondieron que sus iniciativas emprendedoras no son de base tecnológica, siendo un porcentaje ampliamente diferencial con el caso de las mujeres, debido a que el 44% de estas respondieron que sus emprendimientos no son de base tecnológica siendo este el sector que mayormente predomina en este género. Con lo anterior se puede ver una gran inclinación por las mujeres a proyectos que no tengan la

tecnología involucrada a diferencia de los hombres. Para la categoría otros, el 32% de las mujeres mencionan que sus iniciativas emprendedoras están en dicha categoría. Esto da a conocer que los proyectos de emprendimiento desarrollados por hombres se inclinan más a sectores como Agencia, ArtTech, CleanTech, Ciencia de Datos-IA, E-Commerce, ConsulTech, Difusión de Información, EvenTech, EnerTech, FashionTech, InvertTech, FoodTech, GameTech, entre otros. Relacionando el sector de la economía enfocado en la educación y los sectores del emprendimiento, se evidencia que, a pesar de que las mujeres tienen una mayor inclinación por el sector de la educación (19%), cuando esto se compara con los sectores del emprendimiento, se confirma dicha afirmación. Las mujeres con iniciativas en el sector de EduTech representan el 15% mientras que el 10% de los hombres identifican sus iniciativas con este sector, mostrando una inclinación mucho más femenina que masculina.

Por el lado de los sectores del emprendimiento a los cuales no se maneja poca afinidad femenina están las iniciativas enfocadas en GovTech, MediTech, InsuTech y TravelTech, debido a que estas representan el 0%. Por el lado de los hombres y solo teniendo un enfoque en estas 4 industrias, se puede ver que los hombres se inclinan más al sector del emprendimiento relacionado con la medicina (MediTech), debido a que el 3% de estos respondieron a esta categoría. En el caso de GovTech, InsuTech y TravelTech, el 1% de los hombres respondieron a cada una de estas, dando este porcentaje a cada sector. Con esto se puede evidenciar que los hombres se inclinan mayormente a una gama más amplia de sectores del emprendimiento a comparación de las mujeres.

Figura 7
 Sectores al que pertenecen los emprendimientos



Nota: (N=181) Hombres (n=140) Mujeres (n=41) *Otro: Agencia, ArtTech, CleanTech, Ciencia de Datos -IA, E-Commerce, ConsulTech, Difusión de Información, EvenTech, EnerTech, FashionTech, InvertTech, FoodTech, GameTech, GreenTech, HealthTech, Hospitality & Experience, HRTech, LogTech, Marketplace, MediaTech, Metaverso, PropTech, Saas, Web3, Última Milla, PetTech, Nanotecnología, ProTech. Fuente: Elaboración propia

4.3 Barreras en el Emprendimiento

En la tabla 2 se muestra la clasificación de las barreras internas y externas según su variable y tendencia.

Se evidencia que la barrera interna considerada un obstáculo al momento de emprender es la falta de recursos para invertir en el negocio perteneciente a la barrera de financiación, en donde el 66% de las mujeres y el 62% de los hombres la mencionan como una barrera positiva. Por el

lado de las barreras individuales, de asesoramiento y educación, las barreras de infraestructura, barreras económicas y la variable otros, tanto hombres como mujeres, las consideran barreras negativas o que tienen poca influencia al momento de emprender.

Por el lado de las barreras externas, se evidencia que las barreras más representativas en hombres y mujeres son las barreras del gobierno, legales, de financiación y la categoría otros (Sectores dinámicos y gran número de competidores). De las barreras anteriormente mencionadas, se puede decir que el porcentaje más alto de mujeres y hombres que consideran una barrera positiva la tiene la variable de exceso de obligaciones fiscales, perteneciente a las barreras legales, debido a que el 76% de las mujeres y el 79% de los hombres la exponen como positiva.

Cuando se analiza más a fondo tanto las barreras internas como las externas en el emprendimiento, se muestra que, en el caso de las barreras internas, tanto los hombres como las mujeres dan a conocer que la afectación que presentan frente a las barreras individuales, de asesoramiento y educación, de infraestructura, económicas y otras barreras es de carácter negativo. Lo anterior quiere decir que ambos géneros presentan una mayor inclinación por la tendencia negativa que representan dichas barreras al momento de emprender. La tendencia de ambos géneros hacia las barreras financieras es la única barrera interna que se muestra en este estudio con una tendencia positiva por ambos géneros. Existe un caso especial en este estudio con respecto a la barrera de infraestructura, puntualmente de la falta de infraestructura que puede presentar un negocio, en donde, tanto hombres como mujeres respondieron a esta pregunta arrojando el mismo porcentaje en ambos géneros. El 46% de los hombres y mujeres afirman que

consideran esta barrera como una limitante positiva, mientras que el 54% de los hombres y las mujeres la consideran como una barrera negativa.

Por el lado de las barreras externas, se evidencia que las barreras relacionadas con el gobierno y las financieras para ambos géneros representan una limitante positiva, mientras que la barrera de otros es considerada como una limitante negativa para ambos géneros. Con respecto a las barreras legales, las perspectivas tanto de hombres como de mujeres es bastante ambigua. Lo anterior es debido a que ambos géneros dan a conocer que el exceso de obligaciones fiscales la consideran como una barrera positiva, con una mayor inclinación por parte de los hombres, mientras que la barrera relacionada con la gran cantidad de regulaciones y burocracia, como se había mencionado anteriormente, las mujeres tienen una mayor inclinación por ser una barrera negativa y los hombres la identifican con una barrera positiva. Lo anterior muestra que el impacto que ha tenido dicha barrera en los hombres ha sido mucho mayor que en las mujeres al momento de desarrollar y llevar a cabo una iniciativa emprendedora.

Desde la perspectiva más general, las barreras internas son consideradas tanto para los hombres como para las mujeres como una barrera que afecta de manera negativa a los dos géneros, mientras que las barreras externas o del entorno son las que pueden considerarse como barreras que afectan de manera positiva a cada uno de los emprendedores al momento de emprender y/o desarrollar su espíritu emprendedor.

Algunos de los resultados obtenidos en esta investigación como lo son las barreras relacionadas con la financiación, al igual que lo menciona Bobera et al (2014), tienen un impacto significativo en el proceso de desarrollar un negocio. Gorji y Rahimian (2012) también menciona que existen diferencias relevantes entre las barreras con respecto a la afectación que tienen en

hombres y mujeres y que, entre las barreras más relevantes, así como lo menciona Bobera et al (2014) se encuentran las barreras de carácter financiero. Se propone desarrollar planes que apoyen a mitigar estas barreras, con el fin de que se pueda desarrollar emprendimiento de una mejor manera.

Tabla 2*Clasificación de las barreras de género en el emprendimiento*

Clasificación	Tipo de Barrera	Variable	n	Tendencia	Mujeres (M)	Hombres (H)	
<i>Barreras Internas</i>	Barrera Individual	Difícil establecimiento de relaciones con clientes (N=198)	M=11	Positivo*	22%	30%	
			H=45				
				M=38	Negativo**	78%	70%
				H=104			
		Poca experiencia en el mercado (N=199)	M=15	Positivo*	30%	46%	
	H=68						
			M=35	Negativo**	70%	54%	
			H=81				
		El crecimiento del negocio es bajo (N=199)	M=15	Positivo*	31%	28%	
	H=42						
			M=35	Negativo**	71%	72%	
			H=107				
	Barrera de Asesoramiento y Educación	Falta de claridad en la propuesta de valor (N=186)	M=10	Positivo*	21%	25%	
H=34							
			M=38	Negativo**	79%	75%	
			H=104				
	Barrera de Financiación	Falta de recursos para invertir en el negocio (N= 198)	M=33	Positivo*	66%	62%	
H=92							
			M=50	Negativo**	34%	38%	
			H=148				
	Barrera de Infraestructura	Falta de infraestructura en el negocio (N=199)	M=23	Positivo*	46%	46%	
H=68							
M=27			Negativo**	54%	54%		
H=81							
			M=5	Positivo*	10%	11%	

		Difícil acoplamiento a las dinámicas del mercado (N=199)	H=17 M=45 H=132	Negativo**	90%	89%
	Barreras Económicas	Los costos para llevar el servicio/producto al mercado (N= 197)	M=15 H=49	Positivo*	31%	33%
			M=34 H=99	Negativo**	69%	67%
	Otro	Bajas ganancias en el emprendimiento (N=199)	M=22 H=46	Positivo*	44%	31%
			M=28 H=103	Negativo**	56%	69%
	Barrera del Gobierno	Poco apoyo del gobierno para emprender (N= 103)	M=28 H=35	Positivo*	56%	66%
			M=22 H=18	Negativo**	44%	34%
<i>Barreras Externas</i>	Barrera Legal	Exceso de obligaciones fiscales (N=103)	M=38 H=42	Positivo*	76%	79%
			M=12 H=11	Negativo**	24%	21%
		Gran cantidad de regulaciones y burocracia (N=103)	M=20 H=30	Positivo*	40%	57%
			M=30 H=23	Negativo**	60%	43%
	Barrera Financiera	Difícil acceso a fuentes de financiación (N=103)	M=36 H=35	Positivo*	72%	66%
			M=14 H=18	Negativo**	28%	34%
		Altas tasas de interés (N=103)	M=42 H=47	Positivo*	84%	89%
			M=8	Negativo**	16%	11%

Otro	Sectores dinámicos (N=102)	H=6			
		M=26	Positivo*	53%	60%
	Difícil acceso a redes de conexión (N=102)	H=32			
		M=23	Negativo**	47%	40%
	Gran número de competidores (N=103)	H=21			
		M=14	Positivo*	29%	38%
	Poca investigación del mercado (N=101)	H=20			
		M=35	Negativo**	71%	62%
		H=33			
		M=26	Positivo*	52%	49%
		H=26			
		M=24	Negativo**	48%	51%
	H=27				
	M=17	Positivo*	35%	32%	
	H=17				
	M=31	Negativo**	65%	68%	
		H=36			

Nota: *Agrupación de las opciones de respuesta relacionadas con las variables de acuerdo y totalmente de acuerdo. **Agrupación de las opciones de respuesta relacionadas con las variables en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones y Recomendaciones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en esta investigación, se puede decir que, entre las personas encuestadas, la mayor participación la tuvieron los hombres con un 75% y que las mujeres tuvieron una participación del 25%. Por otro lado y centrándonos en el emprendimiento femenino desde el alcance que puede llegar a tener una iniciativa, se muestra que los proyectos desarrollados por mujeres presentan un alcance más regional – local que el emprendimiento desarrollado por hombres. Esto puede se puede presentar, debido a que los hombres podrían tender a presentar una visión mucho más internacional que las mujeres, marcando una gran diferencia del alcance que cada emprendimiento presenta según el género que lo lidere. Siguiendo con el emprendimiento femenino, las mujeres tienden a inclinarse más por sectores como la industria, la educación y el comercio, mientras que los hombres se encuentran mayormente enfocados en el comercio, la información y comunicaciones y la educación. Entre los dos géneros, aunque predomina el sector del comercio y la educación, el porcentaje de mujeres es mayor en la educación que los hombres y en el caso del comercio, los hombres son los que predominan frente a las mujeres mostrando enfoques completamente diferentes.

Cuando se habla de los sectores del emprendimiento, las mujeres con iniciativas en el sector de EduTech son las que predominan a comparación de los hombres mostrando una inclinación mucho más femenina que masculina. También un dato a resaltar es que las mujeres dieron a conocer que la mayor parte de sus iniciativas no son de base tecnológica, lo que genera

la pregunta de ¿por qué las mujeres no participan en la misma proporción que los hombres al momento de desarrollar iniciativas emprendedoras? ¿es posible que no hay un interés por parte de la mujeres de participar de éste tipo de economía?

Con respecto a las barreras del emprendimiento, se puede decir que los emprendedores perciben una mayor cantidad de barreras externas que internas al momento de emprender. Las barreras externas más representativas son las barreras del gobierno, las legales, las barreras de financiación y otras variables como son los sectores dinámicos. Para el caso de las mujeres, estas consideran el gran número de competidores que existen en el mercado como una barrera positiva, mientras que los hombres no la identifican como una barrera relevante para su género. Otra barrera que presenta un comportamiento similar al anteriormente mencionado es la afirmación de que existe una gran cantidad de regulaciones y burocracia, en donde las opiniones se dividen. Los hombres la ven como una barrera positiva, mientras que las mujeres la ven como una barrera negativa, mostrando que los hombres se pueden ver mayormente impactados por dicha barrera que las mujeres. En el caso de las barreras internas, se puede ver que tanto hombres como mujeres, perciben estas barreras de manera similar, donde las barreras individuales, de asesoramiento y educación, las barreras de infraestructura, económicas y otras, ambos géneros las consideran como negativas, evidenciando que posiblemente dichas limitantes no presentan una gran influencia al momento de emprender o al momento de desarrollar un emprendimiento independientemente del género del cual se esté hablando.

Finalmente los resultados de Sitaridis & Kitsios (2019) son similares a los obtenidos en esta investigación. Estos mencionan que las barreras externas presentadas por emprendedores se relacionan con la financiación, apoyo formal e informal, los recursos, aspectos relacionados con

el mercado, las leyes y regulaciones, asuntos del Estado y la dura realidad que tienen que vivir los individuos (Khanin et al., 2021; Sitaridis & Kitsios, 2019).

6. Referencias bibliográficas

- Amini Sedeh, A., Pezeshkan, A., & Caiazza, R. (2021). Innovative entrepreneurship in emerging and developing economies: The effects of entrepreneurial competencies and institutional voids. *The Journal of Technology Transfer*. <https://doi.org/10.1007/s10961-021-09874-1>
- Arumugam, T., Marthandan, G., & Subramaniam, I. D. (2016). Economic Empowerment of Malaysian Women through Entrepreneurship: Barriers and Enablers. *Asian Social Science*, 12(6), 81. <https://doi.org/10.5539/ass.v12n6p81>
- Bobera, D., Lekovic, B., & Berber, N. (2014). Comparative Analysis of Entrepreneurship Barriers: Findings from Serbia and Montenegro. *Engineering Economics*, 25(2), 167–176. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.25.2.3113>
- Dutta, N., & Sobel, R. S. (2021). Entrepreneurship, fear of failure, and economic policy. *European Journal of Political Economy*, 66, 101954. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2020.101954>
- Eesley, C. (2016). Institutional Barriers to Growth: Entrepreneurship, Human Capital and Institutional Change. *Organization Science*, 27(5), 1290–1306. <https://doi.org/10.1287/orsc.2016.1077>
- Fallah Haghghi, N., Mahmoudi, M., & Bijani, M. (2018). Barriers to Entrepreneurship Development in Iran's Higher Education: A Qualitative Case Study. *Interchange*, 49(3), 353–375. <https://doi.org/10.1007/s10780-018-9330-9>
- Fan, Z., & Zhang, R. (2017). Financial Inclusion, Entry Barriers, and Entrepreneurship: Evidence from China. *Sustainability*, 9(2), 203. <https://doi.org/10.3390/su9020203>
- Ferreira, J., Paço, A., Raposo, M., Hadjichristodoulou, C., & Marouchou, D. (2021). International entrepreneurship education: Barriers versus support mechanisms to STEM students.

- Journal of International Entrepreneurship, 19(1), 130–147. <https://doi.org/10.1007/s10843-020-00274-4>
- González Morales, O., Peña Vázquez, R., & Contreras Cueva, A. B. (2020). Las políticas de emprendimiento en Europa: Un estudio comparado por países. *International Review of Economic Policy-Revista Internacional de Política Económica*, 1(1), 72. <https://doi.org/10.7203/IREP.1.1.16458>
- Gorji, M. B., & Rahimian, P. (2012). THE STUDY OF BARRIERS TO ENTREPRENEURSHIP IN MEN AND WOMEN. *Australian Journal of Business and Management Research*, 01(09), 31–36. <https://doi.org/10.52283/NSWRCA.AJBMR.20110109A05>
- Goss, D., Jones, R., Betta, M., & Latham, J. (2011). Power as Practice: A Micro-sociological Analysis of the Dynamics of Emancipatory Entrepreneurship. *Organization Studies*, 32(2), 211–229. <https://doi.org/10.1177/0170840610397471>
- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(3), 217–241. <https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Hoogendoorn, B., van der Zwan, P., & Thurik, R. (2019). Sustainable Entrepreneurship: The Role of Perceived Barriers and Risk. *Journal of Business Ethics*, 157(4), 1133–1154. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3646-8>
- Khanin, D., Rosenfield, R., Mahto, R. V., & Singhal, C. (2021). Barriers to entrepreneurship: Opportunity recognition vs. opportunity pursuit. *Review of Managerial Science*. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00477-6>
- Kiani Mavi, R., Kiani Mavi, N., & Goh, M. (2017). Modeling corporate entrepreneurship success with ANFIS. *Operational Research*, 17(1), 213–238. <https://doi.org/10.1007/s12351-015-0223-8>
- Luh Yani, Media Anigerah Ayu, Tika Endah Lestari, & Ammar M Aamer. (2019). Barriers Analysis of Women's Entrepreneurship Development in Greater Jakarta. https://www.researchgate.net/profile/Luh-Putu-Eka-Yani/publication/333843494_Barriers_Analysis_of_Women's_Entrepreneurship_Development_in_Greater_Jakarta/links/5d12114192851cf44049868b/Barriers-Analysis-of-Womens-Entrepreneurship-Development-in-Greater-Jakarta.pdf

- Mathew, V. (2010). Women entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 163–181. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0144-1>
- Onyusheva, I., & Meyer, N. (2020). THE FEATURES OF FEMALE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN: AN ANALYTICAL SURVEY. *Polish Journal of Management Studies*, 21(1), 265–282. <https://doi.org/10.17512/pjms.2020.21.1.20>
- Rudhumbu, N., du Plessis, E. (Elize), & Maphosa, C. (2020). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: Revisiting the role of entrepreneurship education. *Journal of International Education in Business*, 13(2), 183–201. <https://doi.org/10.1108/JIEB-12-2019-0058>
- Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2019). Entrepreneurship as a Career Option for Information Technology Students: Critical Barriers and the Role of Motivation. *Journal of the Knowledge Economy*, 10(3), 1133–1167. <https://doi.org/10.1007/s13132-018-0519-z>
- Stamboulis, Y., & Barlas, A. (2014). Entrepreneurship education impact on student attitudes. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 365–373. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.07.001>
- Tur-Porcar, A., Mas-Tur, A., & Belso, J. A. (2017). Barriers to women entrepreneurship. Different methods, different results? *Quality & Quantity*, 51(5), 2019–2034. <https://doi.org/10.1007/s11135-016-0343-0>
- Universidad del Rosario. (s.f). Análisis sistemático de literatura. https://uredumy.sharepoint.com/:p:/r/personal/aglaya_batz_urosario_edu_co/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7BF131FEFD-5339-4932-ACBC-CD8F308FEAB0%7D&file=00-LiteratureReview.pptx&action=edit&mobileredirect=true
- Wu, J., Li, Y., & Zhang, D. (2019). Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: A fuzzy-set QCA approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 905–928. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00570-z>