



Perfil Psicosocial De La Mujer Emprendedora Colombiana

Autor (es)

John Edwar Vargas Villa

jevargasv@poligran.edu.co

Martha Inés Moreno Medel

mimorenom@poligran.edu.co

Recibido: 26/05/2023

Aceptado: 30/11/2023

POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN EDUCATIVA
CONTADURÍA PÚBLICA/ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA TRIBUTARIA
COLOMBIA

Resumen

Determinar el perfil psicosocial de la mujer emprendedora colombiana es necesario para poder apoyar a mujeres que tienen pensado emprender y que de esta forma también logren sus objetivos; se decidió por un tipo de investigación descriptiva y socio crítica con diseño documental, bajo el enfoque cualitativo y método deductivo, partiendo de la búsqueda en bases de datos como Scopus, Google académico, Redalyc, Scielo, Dialnet y bases documentales de reconocidas instituciones de educación superior y relacionadas con los términos mujer emprendedora, perfil psicosocial, colectivismo, empoderamiento; seleccionando sólo aquellos relacionados con mujeres, género y femenino; con el fin de identificar estos aspectos relevantes de las emprendedoras exitosas, evidenciando además aquellos elementos que le han servido para lograr sus sueños y de esta forma determinar los aspectos psicológicos que debe fortalecer; en los resultados se evidenció que las emprendedoras sin importar el contexto donde se desenvuelvan deben tener un acompañamiento especialmente con herramientas de educación empresarial, autoconfianza, inteligencia emocional, motivaciones, auto eficiencia, modelos a seguir y estereotipos, principalmente en las etapas iniciales, es decir desde la idea de negocio, la puesta en marcha y proceso de constitución de empresa, posteriormente en la búsqueda de fuentes de financiación. Entre las principales características de personalidad de la mujer emprendedora, están el mantener equilibrio entre la vida privada y el emprendimiento porque son líderes innatas, comprometidas con su familia y su entorno, a pesar de estar

rodeadas de barreras que logran vencer para obtener grandes resultados; de otra parte se identificó que el perfil de la mujer emprendedora colombiana no difiere del de emprendedoras de otros países de América Latina y Europa; ellas tienen las mismas necesidades, los mismos sueños y temores, de ahí la importancia de reforzar su perfil psicosocial a partir de un acompañamiento integral y permanente.

Palabras clave

Mujer emprendedora, perfil psicosocial, colectivismo, empoderamiento

Abstrac

Determining the psychosocial profile of Colombian women entrepreneurs is necessary to be able to support women who plan to become entrepreneurs and thus also achieve their goals; it was decided to carry out a descriptive and socio-critical research with documentary design, under the qualitative approach and deductive method, starting with a search in databases such as Scopus, Google academic, Redalyc, Scielo, Dialnet and documentary bases of recognized institutions of higher education and related to the terms entrepreneurial woman, psychosocial profile, collectivism, empowerment; selecting only those related to women, gender and feminine; in order to identify these relevant aspects of successful women entrepreneurs, evidencing also those elements that have helped them to achieve their dreams and thus determine the psychological aspects to be strengthened; The results showed that women entrepreneurs, regardless of the context in which they operate, should be accompanied especially with business education tools, self-confidence, emotional intelligence, motivations, self-efficiency, role models and stereotypes, mainly in the initial stages, i.e., from the business idea, the start-up and incorporation process, and later in the search for sources of financing. Among the main personality characteristics of the entrepreneurial woman are maintaining a balance between private life and entrepreneurship because they are innate leaders, committed to their family and their environment, despite being surrounded by barriers that they manage to overcome to obtain great results; on the other hand it was identified that the profile of the Colombian entrepreneurial woman does not differ from that of entrepreneurs in other Latin American and European countries; they have the same needs, the same dreams and fears, hence the importance of strengthening their psychosocial profile from an integral and permanent accompaniment.

Keywords

Entrepreneurial women, psychosocial profile, collectivism, empowerment

Como citar

Vargas Villa, J. E., & Moreno Medel, M. I. (2024). Perfil Psicosocial De La Mujer Emprendedora Colombiana. Punto de vista., 14 (21).

Introducción

Cuando se habla de emprendimiento se pretende identificar los aspectos relevantes en los casos de éxito y fracaso, además de los que podrían ser diferentes teniendo en cuenta

condiciones de género y es allí donde cobran importancia los elementos psicosociales como aquellas conductas humanas en su aspecto social; se ha encontrado que por lo general el emprendimiento femenino además de ser una fuente de supervivencia, a partir de una idea de negocio que es materializada para buscar fuentes de ingresos, de otra parte busca el cambio social, cuando las mujeres se asocian para lograr un objetivo común y de esta forma también contribuyen al crecimiento económico de las naciones; pero surge la pregunta ¿Qué aspectos psicológicos y sociales inciden para que la emprendedora colombiana logre el éxito en su emprendimiento? para responder esta pregunta se realiza un análisis bibliográfico que pretende identificar estos aspectos.

Se identifica que la emprendedora colombiana, por lo general inicia su emprendimiento partiendo de saberes previos; es por eso que, por lo general, estos emprendimientos se basan en fortalezas gastronómicas tradicionales, en oficios como las confecciones y artesanías; no obstante, esto no las limita, también se evidencia que asumen retos con ideas innovadoras en diversos campos; en todas ellas se evidencia el empoderamiento, la autoconfianza, la creatividad, la responsabilidad y la capacidad de asumir el riesgo (Ovalles, Moreno, Olivares y Silva, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo de este artículo es identificar el perfil psicosocial de la mujer emprendedora colombiana; la investigación que lo origina parte de un estudio deductivo con un enfoque mixto, donde se parte de un análisis de las realidades sociales para entender las realidades psicosociales de la mujer emprendedora colombiana; logrando de esta forma entender mejor el fenómeno estudiado (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008). Se realizó la búsqueda en fuentes documentales de reconocido valor como Scopus, Google académico, Redalyc, Scielo, Dialnet y de instituciones de educación superior, para poder contrastar la información obtenida con el perfil de la emprendedora colombiana.

La investigación realizada y cuyos resultados se plasman en el presente artículo, justifican su pertinencia, debido a la importancia que cobra en la actualidad, el conocer el perfil psicosocial de la emprendedora exitosa en varios países y posteriormente poder inferir en las semejanzas y diferencias con la emprendedora colombiana y tratar de contribuir desde el campo de la psicología y las ciencias económicas para que sus emprendimientos sean exitosos; consecuentemente, es relevante debido a que da herramientas para que desde la psicología social se pueda apoyar a las emprendedoras dándoles herramientas y lograr un emprendimiento exitoso, teniendo en cuenta aspectos como la independencia, la autoestima, el empoderamiento y de esta forma puedan eliminar sus limitaciones como el miedo al fracaso y la dependencia económica y emocional.

Método

El presente artículo surge de una investigación descriptiva que pretende referir de manera detallada cual es el perfil psicosocial de la emprendedora exitosa colombiana de una forma socio crítica (Ticona, et. al 2020) porque se parte del concepto social relacionado con el emprendimiento femenino desde un contexto igualitario, donde la mujer puede ser cocreadora de su propia realidad a través de su experiencia, sus pensamientos y acciones encaminadas a cumplir su sueño emprendedor; ella constituye el resultado del significado individual como autónoma económicamente, administradora de su tiempo y desde el punto de vista colectivo porque la emprendedora a diferencia del emprendedor, busca beneficiar

a más mujeres; el proceso se realiza con un proceso documental, bajo el enfoque cualitativo donde se da relevancia a una realidad cambiante, es afectada por el investigador participe de la misma y se enfoca en la comprensión de un fenómeno al que están sometidas las personas (Hernández-Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014); mediante el método deductivo de investigación es posible llegar a conclusiones directas, cuando se deduce lo particular sin intermediarios (Hyde, 2000) para el caso de estudio se deduce el perfil psicosocial que debe tener la emprendedora colombiana para que logre los resultados esperados de su emprendimiento, es similar al de emprendedoras exitosas de Colombia y otros países analizados; se inicia el proceso con la búsqueda en bases de datos como Scopus, Google académico, Redalyc, Scielo, Dialnet y bases documentales de reconocidas instituciones de educación superior y relacionadas con los términos mujer emprendedora, perfil psicosocial, colectivismo, empoderamiento; seleccionando sólo aquellos relacionados con mujeres, género y femenino; con el fin de identificar estos aspectos relevantes de las emprendedoras exitosas, evidenciando además aquellos elementos que le han servido para lograr sus sueños y de esta forma determinar los aspectos psicológicos que debe fortalecer; todo esto con e fin de tener un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

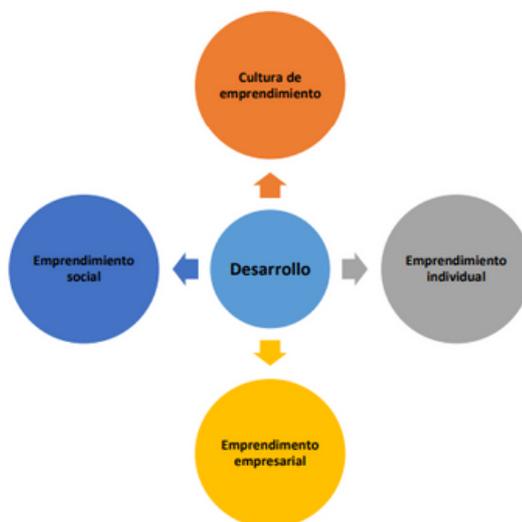
Resultados

Se inicia con el estudio del emprendimiento como medio de sostenibilidad económica para las mujeres, y para ello es necesario conocer el término “entrepreneur” que es utilizado por primera vez en la literatura económica, por el francés Richard Cantillon (1755), Citado en (Terán & Guerrero, 2020), el autor definió al emprendedor como “el agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”, aquí se menciona que el emprendedor es un agente de cambio social, que busca un desarrollo económico, social y cultural, con un perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo (Ovalles, Moreno, Olivares y Silva, 2018), aumentando el auge económico tanto en la esfera privada como pública y construyendo mediante la innovación al desarrollo de un país.

En la actualidad el termino emprendimiento y sus tipos, es estudiado por diversos autores, por ejemplo, Acebedo y Velasco (2017), plantean la siguiente tipología (Ilustración 1) donde se destaca la cultura de emprendimiento (o cultura emprendedora), concebida como la capacidad de una sociedad de afrontar sus situaciones problemáticas y buscar el mejoramiento para el bienestar social, con liderazgo, buscando siempre solucionar problemas como violencia o crisis social y esto se logra a través de la educación y la actitud ciudadana; el emprendimiento individual, como actitud de personas innovadoras y creativas en aspectos de su vida como el familiar, social, laboral, de hábitos saludables, de estudio, espiritualidad, etc. Donde se evidencia un alto nivel de realización y proactividad en cualquier medio y circunstancia; el emprendimiento social, que da soluciones a una problemática social en sectores de la economía donde el mercado y la acción del Estado son ineficaces, el emprendedor aporta sin ninguna intensión económica fuera de la sobrevivencia y busca el bienestar común y la sostenibilidad humana; en este aspecto se destaca el liderazgo social del emprendedor y que son cualidades de personas que se hacen visibles y asumen retos en comunidades con necesidades, requiere de principios de solidaridad social; el emprendimiento empresarial o “empresarismo”, que hace referencia a

la capacidad de constituir empresa o a la capacidad de una organización para crecer y desarrollarse, manteniendo pautas de responsabilidad social y ética empresarial.

Ilustración 1. Tipología de Emprendimiento



Fuente: Elaboración propia, Basados en: Emprendimiento Social Femenino: Prolegómenos Conceptuales y Estudio de Casos (Acebedo y Velasco, 2017).

Estos y muchos más estudios realizados sobre emprendimiento, tienen como objetivo común el desarrollo, entre ellos los realizados por Naciones Unidas, evidenciando que no es posible alcanzar el desarrollo si no existe paz y seguridad y si no se respetan todos los derechos humanos y libertades fundamentales (ONU, 1998), en donde potencializar y fortalecer la plena participación de la mujer en condiciones de igualdad en las esferas de la sociedad son fundamentales para lograr este desarrollo cultural, individual, social y económico, eliminando las brechas de género; es aquí donde cobran importancia Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las Políticas Públicas de Emprendimiento como fuente de Empoderamiento Femenino.

Teniendo en cuenta esta necesidad, en 2015 todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron 17 Objetivos como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (figura 2), en la cual se establece un plan para alcanzar los Objetivos en 15 años y se plantean en la agenda 2030; donde cada una se compromete a establecer estrategias para su logro y entre estos objetivos se destaca en el presente artículo el (5) “Igualdad de género”, no obstante, el emprendimiento contribuye al logro de otros diez de los objetivos: (1) Fin de la pobreza, (2) Hambre cero, (3) Salud y bienestar, (4) Educación de calidad, (8) Trabajo decente y crecimiento económico, (9) Industria, innovación e infraestructura, (10) Reducción de las desigualdades, (11) Ciudades y comunidades sostenibles, (12) Producción y consumo responsables, (16) Paz, justicia e instituciones sólidas; es por esta razón que las naciones miembros han establecido políticas públicas concebidas como un conjunto de objetivos, decisiones y acciones que lleva a cabo un gobierno para solucionar las necesidades básicas de la ciudadanía y es allí donde se establecen algunas de ellas encaminadas a fortalecer el emprendimiento. Es pertinente aclarar que, una política es una lista de metas o propósitos en orden de prioridad, un plan es un conjunto de objetivos medibles para alcanzar un propósito y un programa es un conjunto de acciones específicas para alcanzar un objetivo” (Leticia Delgado, 2009). El fortalecimiento, el desarrollo, la finan-

ciación y la promoción de los emprendimientos es un deber y responsabilidad de instituciones públicas y privadas, organizaciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas y demás actores que estén involucrados en la construcción, implementación y seguimiento de la política pública que tiene como finalidad garantizar los derechos humanos de las mujeres y la igualdad de género por medio de sus emprendimientos.

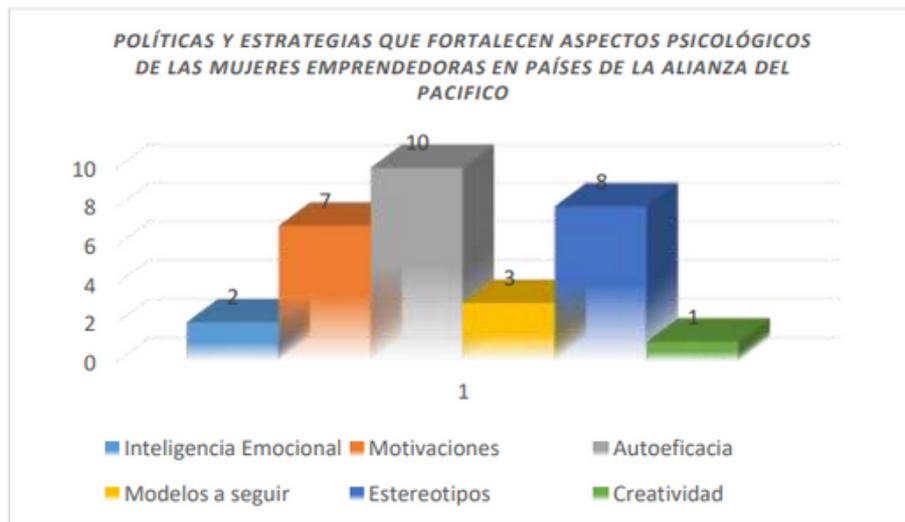
Figura 1. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Fuente: Irinanaz (s.f.)



Los gobiernos deben establecer en su sistema actores que garanticen la eficacia de la política pública, debido a que es primordial la calidad de las relaciones entre estos, en una acción conjunta con la autoridad pública central (Delgado, L. 2009). El estado concreta estas acciones a través de programas, capacitaciones, talleres, seminarios y demás espacios educativos que aportan en la formación de las mujeres emprendedoras; es de aclarar que estas acciones son efectivas siempre y cuando se realice seguimiento y control permanente de las estrategias, y con ello se logre el empoderamiento de las mujeres y el surgimiento de empresas exitosas.

Realizando una evaluación y ya cubierta más de la mitad del tiempo establecido en la agenda, se puede evidenciar que los países han creado políticas públicas eficaces que tienen la tarea primordial de trabajar en las necesidades esenciales de la sociedad, solucionando mediante acciones los problemas que mayormente afectan la convivencia social pacífica de grupos minoritarios o vulnerables; no obstante, en el análisis realizado por (Moreno, Gorges, & Farias, 2019), se evidencia que se han establecido algunas políticas públicas y estrategias de entidades no gubernamentales que abordan aspectos psicológicos, pero no se encontraron estudios sobre la eficacia de esta estrategia y que se pueden visualizar en rojo y negrilla en la siguiente tabla:

Ilustración 2. Políticas y estrategias que fortalecen aspectos psicológicos de las mujeres emprendedoras en Países de la Alianza del Pacífico.



Fuente: Producción propia basados en la tabla Programas establecidos como políticas públicas en países de la Alianza del Pacífico relacionadas con emprendimiento femenino (Moreno, Gorges, & Farias, 2019).

Complementando, con la pandemia por COVID-19, en Colombia se expidió el decreto 810 de 2020, a través de la Vicepresidencia de la República y la Consejería para la Equidad de la Mujer, que buscaban fortalecer la capacidad emprendedora de las mujeres por medio de proyectos que la empoderen económicamente, con el fin de apoyar sus iniciativas empresariales, financiando y promoviendo su formalización, esto pretendía eliminar las brechas de género y fomentar la equidad; pero es bien sabido que la pandemia con todas sus implicaciones como los confinamientos y los cierres de las empresas, entre ellas los emprendimientos, las pequeñas y medianas empresas han generado problemas psicológicos que afectan a las mujeres emprendedoras, pero no se identificaron estudios específicos para este grupo poblacional, lo que evidencia que se puede generar una nueva investigación abordando estas necesidades.

En el estudio denominado “Un análisis empírico de los factores que influyen en el emprendimiento social: un enfoque de género” (Khursheed, Maham, Mustaf, Nawaz, & Akhtar, 2021), se “...examina la influencia de los factores del ecosistema empresarial en actividades sociales para ambos géneros”; allí se analizaron 35 países durante los años 2004 al 2014, se dividió la muestra en dos subgrupos; el primero, en economías impulsadas por la innovación y la eficiencia; en los resultados, se observó que las mujeres son menos propensas a iniciar una empresa, cuando no tienen una educación adecuada; para los hombres esto no es importante, ellos prefieren dar relevancia a la experiencia sobre la educación; es por esta razón que la predominancia de las políticas públicas analizadas en la ilustración 2, están enfocadas a la educación de las mujeres en temas de emprendimiento, donde también se da relevancia a la financiación.

Cuando se abordan específicamente los aspectos psicológicos de las emprendedoras exitosas; desde este campo, se han identificado diversos estudios entre los que se pueden destacar el realizado por Forero (2019), quien pretendió establecer los rasgos de personalidad de mujeres emprendedoras y los aportes que ellas han realizado a las

regiones que impactan, la población de su estudio fueron las provincias de Guanenta y Comunera, en Santander Colombia como conclusión se destaca que estas características permiten el éxito profesional y lograrlo también para sus empresas y negocios; estas mujeres se auto conciben como:

... tendencia a ser expresivas, se contactan fácilmente con la gente, pertenecen a grupos activos, presentan pensamiento concreto, emocionalmente maduras, estables, realistas acerca de la vida pero se conforman, son seguras, independientes y auto reguladoras, tienen carácter exigente, dominadas por el sentido del deber, perseverantes, son expresivas y descuidadas, con tendencia a ser emprendedoras y a estar activamente interesadas por el otro sexo, son prácticas y escépticas, se adaptan fácilmente, son astutas, con cierta frecuencia de cabeza dura y analíticas, acostumbradas a seguir su propio camino, toman sus propias decisiones y actúan por su cuenta, tienen un alto control de sus emociones, en su conducta en general, son cuidadosas y abiertas a lo social.

Se ha demostrado que existen diferencias en el perfil psicosocial de la persona emprendedora en función del género (Da Fonseca Oliveira, B.M, Moriano, Laguía, & Soares, 2015), los estudios realizados por los autores permiten plantear un perfil donde “la autoeficacia, la actitud, la norma subjetiva y tener familia empresaria tienen una influencia significativa en la intención de emprender, y valores como la benevolencia influyen negativamente, mientras que para los hombres influye positiva y significativamente la autoeficacia emprendedora”, por lo anterior es necesario tener en cuenta estos aspectos para hacer acompañamiento a las emprendedoras; también se pudo identificar que la intención emprendedora de hombres parte de la autoeficacia, mientras que para las mujeres no es significativa esta características, de ahí la importancia de algunos de los programas planteados en la tabla 1 para tener en cuenta en el acompañamiento a las emprendedoras; para las mujeres es importante tener en cuenta los valores colectivos y la benevolencia en la intención de emprender donde se ve influenciada de los valores psicosociales, pero estos influyen negativamente el éxito de los emprendimientos, mientras que para los hombres el individualismo influye positivamente en su decisión de emprender; otra conclusión que genera este estudio, en el problema para que las mujeres logren el éxito esperado en sus emprendimientos es “la falta de confianza en sus capacidades o incluso con la dificultad de conciliar la vida personal y profesional asociada al conflicto familia-trabajo en una carrera profesional tan demandante como el emprendimiento”.

Otro estudio importante que se tuvo cuenta, es el realizado por (Sánchez & Fuentes, 2010), donde se menciona que es necesario incidir en los rasgos psicosociales de la mujer emprendedora, porque allí están los principales estímulos y limitaciones a la hora de emprender, ellas tienen temor al fracaso y este es el principal obstáculo, para poner en marcha su idea de negocio; como conclusión del estudio se evidencia que para que la mujer emprendedora tenga éxito, es importante fortalecer la iniciativa, la creatividad y la autoconfianza; mientras que para los hombres el enfrentar nuevos retos y el entusiasmo ante los proyectos son sus principales fortalezas.

Dentro de los estudios realizados de la conducta emprendedora, se deben tener en cuenta los valores personales como el individualismo y el colectivismo (Moriano, Trejo, & Palací, 2001), los autores realizaron un estudio descriptivo comparando valores entre grupos de emprendedores y no emprendedores, donde se pudo concluir que los emprendedores se inspiran en valores individualistas como el poder, el logro, el hedonismo, la estimulación y

la autodirección; en los valores los colectivistas se destacan la benevolencia, tradición y conformidad; entre las diferencias significativas en valores específicos de la escala de Schwartz los emprendedores se destacan en libertad y disfrutar de la vida y en valores mixto como la amistad verdadera y reciprocidad de favores, y puntúan más bajo en el valor colectivista de orden social; valores destacados en la mujer emprendedora.

En el análisis denominado perfil psicosocial del emprendedor (Yurrebaso, y otros, 2020), se analizó una muestra de 479 empresarios emprendedores donde se pretendía identificar si existen diferencias de género en empresarios en su perfil psicosocial y como resultado se observó, que no hay diferencias cuando la actividad emprendedora ya se lleva a cabo, donde se deduce que la dificultad de la mujer al momento de emprender es que ella se siente con mayores dificultades; esto aunado a factores socioculturales e institucionales que la rodean y a características personales; así mismo Gómez (2019) afirma que el emprendedor identifica las oportunidades que hay en su entorno, explorándolas por sí mismo, estableciendo estrategias para obtener recursos y establecer su nuevo negocio.

Por lo anterior, también es necesario identificar el proceso de emprendimiento de las mujeres; cuando emprenden por necesidad, para beneficio propio, aspectos como la conciliación familiar y la liberación de responsabilidades domesticas reproductivas también son de interés según los estudios realizados (Brunet & Pizzi, 2017), este estudio se realiza a partir de una muestra cualitativa conformada por mujeres madres, profesionales autónomas, empresarias del sector servicios, en el estudio la muestra se dividió entre las emprendedoras que dan importancia a dos lógicas de comportamiento, las que dan prioridad a lo laboral y las que se lo dan a la vida laboral familiar; para las primeras es más fácil lograr que sus emprendimientos sean exitosos. Los resultados indican que las mujeres son más propensas a involucrarse en la creación de empresas sociales.

Una vez analizados los documentos anteriores, se logró evidenciar que existen diferencias de género que se presentan al momento de emprender, debido al temor de fracasar presente en las mujeres, adicional a su pensamiento colectivista que busca tener el apoyo de otros para lograr los resultados esperados, mientras que cuando las empresas ya están constituidas no hay diferencias relevantes entre hombres y mujeres; por lo anterior se puede deducir que hay menos mujeres emprendedoras y que es necesario acompañarlas con proyectos gubernamentales y no gubernamentales que propendan a la educación empresarial y en el reforzamiento de valores personales y sociales a través de la psicología social y de esta forma puedan adquirir un perfil de mujer emprendedora exitosa; de esta forma el emprendimiento de las mujeres se vuelve en una fuente de empoderamiento económico y social, el adquirir el perfil emprendedor les permitirá conseguir la independencia económica y laboral, mejorar las condiciones de vida para ellas, su familia y el entorno a través del liderazgo.

Del estudio realizado, queda un interrogante que puede ser tema de otro estudio y es poder determinar si los programas gubernamentales y no gubernamentales implementados a nivel nacional e internacional, partiendo de la agenda 2030 en procura de los ODS, han obtenido los resultados esperados y han incidido positivamente en el perfil de la emprendedora exitosa y en el aumento de casos de éxito de empresas constituidas por mujeres.

Discusión y Conclusión

Producto del análisis realizado, se puede concluir que las emprendedoras sin importar el contexto donde se desenvuelvan deben tener un acompañamiento especialmente con herramientas de educación empresarial, autoconfianza, inteligencia emocional, motivaciones, autoeficiencia, modelos a seguir y estereotipos, principalmente en las etapas iniciales, es decir desde la idea de negocio, la puesta en marcha y proceso de constitución de empresa y posteriormente en la búsqueda de fuentes de financiación.

Entre las principales características de personalidad de la mujer emprendedora están: mantener equilibrio entre la vida privada y el emprendimiento porque son líderes innatas, comprometidas con su familia y su entorno a pesar de estar rodeadas de entornos machistas logran vencer obstáculos para lograr grandes resultados.

El perfil de la mujer emprendedora colombiana no difiere del perfil de emprendedoras de otros países de América Latina y Europa, las colombianas tienen las mismas necesidades, los mismos sueños y los mismos temores, de ahí la importancia de reforzar este perfil a partir de un acompañamiento permanente en la etapa inicial desde que tiene la idea de negocio hasta que se constituya en empresa.

Referencias bibliográficas

Acebedo, M. y Velasco, M. (2017). Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos. Revista arbitrada del centro de investigación y estudios gerenciales (barquisimeto - venezuela) issn: 2244-8330

Brunet, I., & Pizzi, A. (2017). Discursos de género de las mujeres emprendedoras por oportunidad. El caso Español. Revista Austral de Ciencias Sociales, 32, 167-184. doi:DOI: 10.4206/rev.austral.cienc.soc.2017

Da Fonseca Oliveira, B.M, Moriano, J., Laguía, A., & Soares, J. (2015). The psychosocial profile of the entrepreneur: A study from the point of view of gender [El perfil psicosocial del emprendedor: Un estudio desde la perspectiva de género]. (U. d. Barcelona, Ed.) Anuario de Psicología, 45(3), 301-315. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/970/97044008004/html/index.html>

Delgado, L. (2009). Tema 2. El enfoque de las Políticas Públicas. Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Consejería de Administraciones Públicas. Escuela de Administración Regional.

Forero, L. (2019). Así somos y así salimos adelante, un acercamiento al perfil de la mujer emprendedora. Espacios, 40(27), 28. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n27/a19v40n27p28.pdf>

Gómez, K. (2019). Perfil psicosocial de la persona emprendedora. Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Sociales, Psicología, Santa Marta. <https://repository.ucc.edu.co/items/2cba2c92-0400-4de6-b19d-b8b26c05cc37>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana.

Hyde, Kenneth F. 2000. Recognising deductive processes in qualitative research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 3 Iss: 2, pp.82 - 90

Khursheed, A., Maham, F., Mustaf, F., Nawaz, R., & Akhtar, A. (2021). Un análisis empírico de los factores que influyen en el emprendimiento social: un enfoque de género. *Management Letters / Cuadernos de Gestión*, 21(2), 49-62.

Moreno, M., Gorges, M., & Farias, Z. (2019). Políticas públicas de emprendimiento social como mecanismo de inclusión de las mujeres en América Latina. En *Tendencias en la investigación Universitaria: una visión desde Latinoamérica* (Vol. VII, págs. 37-56). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7798307>

Moriano, J., Trejo, E., & Palací, F. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los. *Revista de Psicología Social*, 16(2), 229-242. Obtenido de [https://www2.uned.es/dptopsicologia-social-yorganizaciones/paginas/profesores/moriano/copiaseguridad/J.A.Moriano_archivos/16_2\[1\].%20MORIANO%20ET%20AL.pdf](https://www2.uned.es/dptopsicologia-social-yorganizaciones/paginas/profesores/moriano/copiaseguridad/J.A.Moriano_archivos/16_2[1].%20MORIANO%20ET%20AL.pdf)

Ovalles-Toledo, L., Moreno, Z., Olivares, M. y Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 23(81), 217 - 234. [http:// produccioncientificaluz.org/index.php/ rvg/article/view/23477](http://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23477)

Sánchez, S., & Fuentes, F. (2010). Análisis del perfil emprendedor: Una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28. Obtenido de <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>

Terán, E. y Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*. ISSN 0798 1015 Vol. 41 (Nº 07).

Ticona, R. M. L., Condori, J. L. M., Mamani, J. S. M., & Santos, F. E. Y. (2020). Paradigma sociocrítico en investigación. *PsiqueMag*, 9(2), 30-39. <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/psiquemag/article/view/216>

Yurrebaso, A., Rodríguez-Parets, C., Jáñez, A., Picado, E., Guzmán, R., & Pérez, J. (2020). Personalidad emprendedora y género. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 38(1), 85-103. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/view/68869/4564456553370>