



# IMPACTO DE LA PROMOCIÓN Y DEL EMPODERAMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN EN COLOMBIA

---

## Autor (es)

**Recibido:** 27 de octubre de 2023

**Aceptado:** 11 de junio de 2024

Karol Sofía Moreno Jiménez

Juan David Rodríguez Vargas

Sandra Milena Chicas Sierra

---

## Introducción

---

Los emprendimientos son una gran oportunidad para la economía de un país (Eib y Siegert, 2019, como se cita en Hernández, 2020), ya que se contribuye a la generación de nuevas ofertas laborales, una nueva demanda generada por los emprendedores y el crecimiento del producto interno bruto (PIB). Sumado, según Zamora (2018), la calidad del emprendimiento se relaciona con rasgos personales, condiciones del mercado, acceso a recursos, y programas gubernamentales que favorecen su éxito.

Por otro lado, se destaca la sobrevaloración de los emprendimientos masculinos, lo que reduce el interés en los femeninos. A pesar de la dificultad, se impulsan programas y redes de apoyo femeninas para fomentar emprendimientos femeninos a nivel local, nacional e internacional. Además, actualmente hay pocos estudios sobre las limitaciones y motivaciones del emprendimiento femenino en todas sus etapas, desde la concepción hasta la consolidación. (Sandoval, 2023). Adicionalmente, gran parte de los emprendimientos femeninos se ven relacionados con actividades económicas manufactureras, servicios sociales y personales. También, recientemente el Global Entrepreneurship Monitor (2024) publicó que una de cada seis mujeres expresa su intención emprendedora (IE) y esta cifra viene en crecimiento, demostrando así que las nuevas aspiraciones emprendedoras femeninas.

## Metodología

---

Se realizó una metodología que ayudó a comprender las limitaciones, desafíos y motivaciones de una mujer emprendedora, que según Martínez y Carmona (2009) necesitan educación y experiencia previa para resolver conflictos laborales, socioculturales, económicos y ambientales con éxito.

Así que, se utilizó una metodología cualitativa. El principal instrumento utilizado fue la entrevista semiestructurada, donde se realizó una lista de 5 preguntas abiertas, que fueron las siguientes:

- ¿Cuál fue la principal motivación que tuvieron para comenzar su emprendimiento?
- ¿Cuáles fueron los desafíos a los que se enfrentaron al momento de desarrollar su emprendimiento?
- ¿Hubo algún tipo de discriminación por ser mujer a lo largo de la constitución del emprendimiento?
- ¿Existió algún tipo de apoyo gubernamental para impulsar el emprendimiento?
- ¿Cuál fue el apoyo que recibió por parte de su círculo social más cercano?

Dicha lista de preguntas se aplicó a una muestra de 34 mujeres emprendedoras, para comprender desde su experiencia el propósito de la investigación. También, utilizamos el método de revisión de literatura, partiendo de 30 artículos académicos, revistas, trabajos de grado, páginas de internet, videos, entre otros. De esta manera se enriquecerá el conocimiento adquirido y se entenderán conceptos de marketing, internacionalización, teorías y el contexto al que se enfrentan las mujeres emprendedoras en Colombia.

## Metodología

---

### Emprendimiento femenino

Los emprendimientos son una herramienta fundamental para la generación de empleo y recursos económicos para el mundo (Lozano, 2019, Sánchez et al., 2007). Además, McKinsey Global Institute (2015), menciona que “se podrían agregar más billones al PIB mundial para 2025 mediante el avance de la igualdad de las mujeres” las cuales desempeñarán un proceso de desarrollo económico sí logran tener igualdad de oportunidades y acceso a los recursos necesarios (Minniti & Arenius, 2003). Adicionalmente, el emprendimiento ofrece a las mujeres una oportunidad de obtener puestos mejor remunerados (Martínez & Marlow, 2017).

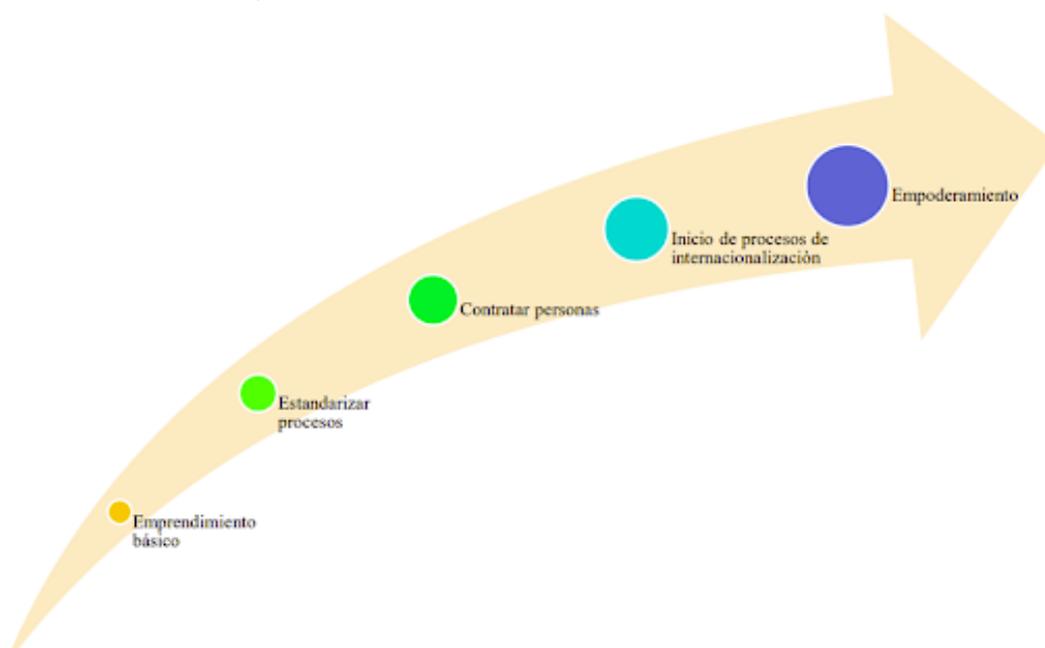
El emprendimiento femenino surge de cambios sociales y culturales, las tradiciones familiares, la búsqueda de la igualdad de género y empoderamiento, para superar las limitaciones impuestas por la sociedad. Pues, esta misma ha obstaculizado históricamente el desarrollo de las mujeres emprendedoras (Santos et al., 2019). Además, según Bonomo et al. (2020), factores emocionales, psicológicos y familiares influyen en el emprendimiento

femenino, igualmente tener familiares emprendedores, ayudará a potenciar significativamente la IE (Criaco et al., 2017). Lo que permite adquirir y desarrollar habilidades para identificar y aprovechar oportunidades para su negocio (Heller, 2010), Incluso, desarrollarán una actitud que fortalecerá efectivamente la IE (Nowinski & Haddoud, 2019).

Aparte, Díaz y Silva (2017) afirman, “Las emprendedoras identifican como la mayor dificultad para el éxito de sus iniciativas empresariales, factores como la falta de apoyo familiar y la falta de tiempo”. Por lo tanto, las mujeres emprendedoras deben ser capaces de controlar sus vidas y su tiempo, adquirir habilidades y conocimientos enriquecedores, para que aumente su confianza, su eficacia en la resolución de sus problemas, y su autosuficiencia (Organización de Naciones Unidas, Entidad para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, 2011).

## Empoderamiento femenino

Figura 1. Camino Hacia el Empoderamiento Económico



Elaborado por: Hernández, 2020.

El camino hacia el empoderamiento económico conlleva varios pasos que las mujeres han superado. Inicialmente, con su emprendimiento básico ejercen independencia económica, sin embargo, al superar y progresar este emprendimiento, estandarizando procesos, contratando personal, iniciando su proceso de internacionalización, fortalecen su independencia económica, su confianza y su seguridad, con lo cual experimentan el empoderamiento femenino. El empoderamiento económico femenino en Colombia aumentará cuando las mujeres tengan más independencia para tomar decisiones sobre sus vidas, puedan utilizar sus talentos y habilidades y recibir un pago justo por esto (Hernández, 2020).

Además, una variable supremamente importante en la creación de cualquier emprendimiento es la IE. “Varios estudios hallaron una relación positiva entre la IE y la formación en los negocios, así como la habilidad de identificar oportunidades” (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Nicolaou, Shane, Cherkas & Spector, 2009 como se cita en Bonomo et al., 2020).

## **Internacionalización**

Según Wu (2015, como se cita en Zarate & Guzmán, 2020), “la internacionalización es el proceso en el que una empresa ingresa a un nuevo mercado extranjero con la finalidad de expandirse y generar más ingresos a través del incremento de su participación de actividades claves en un país distinto a su origen”. Además, la internacionalización impulsa el crecimiento económico, intercambiando bienes y servicios. Esta actividad se considera un pilar fundamental a la hora de fomentar el éxito de un emprendimiento (Chávez y Chicas, 2022). También, la empresa debe desarrollar una visión global, implementar estrategias para posicionar, fomentar y mantener su marca (Puerto, 2010).

## **Estrategias de marketing para potenciar la internacionalización de emprendimientos femeninos**

Reuwer et al. (2013) propone que, la proximidad física es un factor importante al momento de internacionalizarse, puesto que, se prefiere ingresar a mercados cercanos geográficamente a la empresa para perderle el miedo a la internacionalización. Sumando, Gonzalez (2021), menciona que el modelo Uppsala aboga por una internacionalización gradual, comenzando con la experiencia local y expandiéndose a mercados cercanos antes de entrar en mercados internacionales más distantes culturalmente.

Pero, hoy, según Yunsong et al. (2019) y, Canales y Meca (2022) la digitalización impulsa la internacionalización de emprendimientos. El marketing digital ofrece óptimas oportunidades para su promoción y crecimiento. Igualmente, según El País, (2023) el marketing se adapta a todos los mercados, reconocer las fortalezas del modelo de negocio es primordial. Incluso, las redes sociales influyen significativamente en la venta de emprendimientos, ya que, según Delgadillo, (2023, como se cita en El País,2023) “En la actualidad, una gran cantidad de usuarios descubren empresas y negocios a través de las redes sociales, además de realizar compras y contactar con proveedores de servicios”.

Adicionalmente, la pandemia de 2020 impulsó el uso de tecnología y estrategias innovadoras para influir en la compra, mejorar la comunicación y optimizar la eficiencia empresarial. (Acemoglu, 2016; Crespo, 2018, como se cita en Chávez & Chicas, 2022). Igualmente, los avances tecnológicos han abierto nuevas oportunidades de comercialización global a través de internet, facilitando la internacionalización y la diversificación de mercados empresariales (Chávez & Chicas, 2022). Asimismo, el marketing digital incrementa la clientela y las ventas, facilitando la internacionalización de las empresas mediante herramientas digitales (Canales & Meca 2022). También Maricel et al. (2019) recomienda tener un flujo de actividades eficiente que permitan conseguir una posición estratégica para su marca.

## Resultados de la metodología aplicada

---

### ¿Cuál fue la principal motivación que tuvieron para comenzar su emprendimiento?

La búsqueda de independencia y libertad motiva a las mujeres a considerar el emprendimiento como opción laboral. Además, los emprendedores exitosos han mencionado que leer libros o escuchar podcasts sobre emprendimiento inspira a los individuos a desarrollar una IE. Sumando, Roldan (2023) expone; *"Me leí un libro de Kim Kiyosaki que se llama Mujer Millonaria, porque odio que me digan qué hacer, es el subtítulo del libro. Me sentí tan identificada que yo dije; No, yo tengo que hacer lo mío"*.

Adicionalmente, una minoría de las emprendedoras entrevistadas son madres y, esta es su principal motivación.

### ¿Cuáles fueron los desafíos que se enfrentaron al momento de desarrollar su emprendimiento?

La falta de capital humano, conocimientos y asesoramiento afecta a emprendedoras, dificultando el desarrollo de sus negocios. Además, la falta de definición en tarifas y conocimiento legal también representa riesgos. Asimismo, la escasez económica afecta a emprendedores, limitando su presupuesto y dificultando el acceso al financiamiento, lo que obstaculiza el desarrollo de buenas ideas empresariales. Incluso, las mujeres emprendedoras enfrentan el desafío de equilibrar trabajo, vida personal y familiar. La carga adicional de labores domésticas requiere organización, perseverancia y disciplina para lograr el éxito.

### ¿Hubo algún tipo de discriminación por ser mujer?

Las entrevistas revelaron dos resultados: en la mayoría no se evidenció discriminación por género, pero un pequeño grupo experimentó infravaloración debido a ser mujeres emprendedoras; como el caso de Roldan (2023); *"Vas a hacer una relación comercial con un hombre, muchas veces el tiende a aprovecharse, se siente con el derecho a pedir algo de más para hacerte supuestamente el favor"*.

### Apoyo gubernamental

Programas como La Casa de la Mujer, Impulso Local, Hecho en Bogotá y Manos Reparadoras apoyan emprendimientos, ofreciendo ayuda económica y participación en ferias gratuitas. Adicionalmente, *"Hay mecanismos estatales que le brindan subsidios a mujeres que emprenden, desde Secretaría de Desarrollo Económico, hay convocatorias para mujeres, madres cabeza de hogar que no tienen un capital semilla que les brinde esas herramientas"* (Testimonio de Roza, 2023).

Incluso, una de las razones más comunes para no acudir a este tipo de ayudas es la desinformación acerca de estos programas y lo beneficiosos que pueden llegar a ser.

## Apoyo familiar y círculo social

El apoyo emocional de la familia y el entorno influye en el autoconcepto y la autoestima de las mujeres, determinando su IE y confianza durante el crecimiento del emprendimiento significativamente. Aunque, *“al comenzar tú emprendimiento, los primeros que dan la espalda son tus conocidos, expresando desconfianza hacia tu producto, muchos dan la espalda al principio”* (Roldan, 2023).

## Conclusiones

En la figura No. 1 el modelo propuesto por la autora Hernández; “El camino hacia el empoderamiento económico” menciona una serie de pasos para alcanzar el empoderamiento económico absoluto, sin embargo, nosotros proponemos un modelo distinto con el empoderamiento femenino:

Figura 2. EmpoderArte: Tu Camino



Elaborado por: Moreno y Rodríguez, 2024.

Nosotros vemos la IE y el empoderamiento como una base sólida para empezar con el camino de EmpoderArte. En los resultados de la metodología aplicada evidenciamos que todas las mujeres son empoderadas desde que tengan una IE clara. A partir de este punto, estas dos variables irán creciendo conjunta y progresivamente con el modelo que ha propuesto Hernández. Principalmente, al momento de constituir su emprendimiento básico

empezarán a desarrollar una independencia económica para progresar en el mismo. Realizando actividades clave como lo son: la estandarización de procesos, contratación de personal y por último el iniciar el proceso de internacionalización, que es considerado el objetivo más ambicioso de un emprendimiento. De esta manera las mujeres emprendedoras irán fortaleciendo su independencia económica, su confianza y su seguridad, es decir, su empoderamiento femenino.

## Referencias bibliográficas

---

Bonomo, A., Krauss, C., Volfovicz, R. (2020). *Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario*. Journal of Technology Management & Innovation, 15(2). <https://doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071%20>

Canales, J., Meca, L. (2022). *Marketing Digital y Estrategias de Internacionalización de la empresa Choco Linaje, Lima - 2022*. (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo.

Chávez-Martínez, J. y Chicas-Sierra, S. (2022). La internacionalización de los emprendimientos a través de la inversión en innovación y marketing digital. Serie de Working Papers FNGS, 3 (3), 1-10.

Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F., & Minola, T. (2017). Parents' performance in entrepreneurship as a "double-edged sword" for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 49, 841-864. doi:10.1007/s11187-017-9854-x

DANE. (2016). *Micronegocios 2015*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE.

Díaz Pérez, Á., & Silva Niño, A. C. (2017). Retos de las políticas públicas para el fomento del emprendimiento femenino en Colombia. *Reflexión Política*, 19(38), 42-57

El País. (16 de julio de 2023). Estrategias de marketing digital que podrían interesarle si tiene un negocio. <https://www.elpais.com.co/tecnologia/estrategias-de-marketing-digital-que-podrian-interesarle-si-tiene-un-negocio-1603.html>

Global Entrepreneurship Monitor. (2024). Noteworthy Trends to Support Women Entrepreneurs. <https://www.gemconsortium.org/news/noteworthy-trends-to-support-women-entrepreneurs>

Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. CEPAL - Serie mujer y desarrollo(93), 8.

Hernández Prada, D. M. (2020). Empoderamiento de la mujer colombiana por intermedio de la internacionalización de emprendimientos (Maestría en Gerencia Internacional, Universidad de La Sabana). <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/43763>

Lozano, A. M. (2019). Análisis de la relación entre los indicadores de emprendimiento y desempleo en Colombia entre los años 2008 a 2018, 4. Ibagué,: Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Administración de Empresas.

Lozano, L. (8 de Enero de 2024). Entrevistada #33. (K. Moreno, Entrevistadora)

Maricel, G., Alvarez, Y. Y., & Sajonero, L. M. (15 de octubre de 2019). Internacionalización de las Pymes desde la perspectiva de la aplicación de estrategias de marketing e inversión en desarrollo tecnológico. *Vision Internacional*, 67. <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/visioninternacional/article/view/3045/3419>

Martínez, D, A. M., & Marlow, S. (2017). Women En-trepreneurs and their Ventures. En: *The Routledge Companion to Global Female Entrepreneurship* (p1-11) Routledge

Martínez, F. M., & Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de "competencias emprendedoras": valor social e implicaciones educativas. REICE. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 7(3).

Mckinsey Global Institute. (2015). How advancing women's equality can add \$12 Trillion to global growth. Retrieved 4 2019, from McKin-sey Global Institute: [www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com)

Milagros Magán, M. (2018). emprendimiento con perspectiva de género. proyecto de intervención para facilitar el emprendimiento femenino en la universidad (master universitario en igualdad y género en el ámbito público y privado, universitat Jaume I). <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/180834>

Minniti, M., & Arenius, P. (2003). *The Entrepreneurial Advantage of Nations*, First Annual Global Entrepreneurship Symposium. Women in Entrepreneurship. New York: United Nations Headquarters.

Nowinski, W., & Haddoud, M. Y. (2019). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 96, 183-193. doi:10.1016/j.jbusres.2018.11.005

Organización de Naciones Unidas, Entidad para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres. (2011). *Women's Empowerment Principles. Equality Means Business*, 11.

Puerto Becerra, Doria Patricia. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento & Gestión*, (28), 171-195. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762010000100009&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762010000100009&lng=en&tlng=es).

Reuwer, T., Jansen, S., & Brinkkemper, S. (2013). Key factors in the internationalisation process of SMEs exporting business software as a service. *International Journal of Business Information Systems*, 12(2), 140. doi:10.1504/ijbis.2013.052048

Roldan, M. (29 de Septiembre de 2023). Entrevistada #7. (J. Rodriguez, Entrevistador)

Rozo, L. (05 de Octubre de 2023). Entrevistada #9. (J. Rodriguez, Entrevistador)

Sánchez et al., J. J. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las pymes en Colombia. *Scientia et Technica*, 1(34), 1-4. doi: <http://dx.doi.org/10.22517/23447214.5629>

Sánchez, J., López, J. (31 de mayo de 2020). *Nicho de mercado*. <https://economipedia.com/definiciones/nicho-de-mercado.html>

Santos et.al, V. F. (2019). Female Entrepreneurship: Evolution, Current Challenges, and Future Prospects. *International Journal of Business Administration*, 10(5), 1

Yunsong, Y. &. (2019). *Effects of E-Commerce Platformson Firm Export. Evidence from China's Industrial Enterprises*. *China Economist*, 112-125. DOI:1 0.19602/j. chinaeconomist.2019.9.10

Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*. Vol.39 (N°07).

Zarate, A. & Guzmán, A. (2020). *Análisis de los principales factores que influyen en la internacionalización de las PYMES de la industria del videojuego en Lima Metropolitana al año 2020*. (Tesis de licenciatura). Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653597>