

El libro *Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria* es producto del proyecto de investigación “Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional del Norte de Santander”, del Grupo Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar sede Cúcuta, Colombia.

Se presenta el trabajo de diversas investigaciones de universidades de Colombia, Venezuela, Brasil, México y Ecuador a través de enfoques interdisciplinarios. Los diversos capítulos demuestran el rol que tiene la mujer más allá de las labores del hogar, en particular en el emprendimiento y la empleabilidad, siendo necesario ese reconocimiento para lograr la contribución de la mujer en el proceso productivo de la región.

Mujer, emprendimiento y empleabilidad

Mujer, emprendimiento y empleabilidad:

UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA



Editores
Neida Albornoz-Arias | Rina Mazuera-Arias

EDICIONES
UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR



ISBN 978-958-5430-90-7



9 789585 430907

UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR

BARRANQUILLA Y CÚCUTA - COLOMBIA | VIGILADA MINEUCACIÓN



Res. 23095, del MEN

Mujer,
emprendimiento y empleabilidad:

UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA

Mujer, emprendimiento y empleabilidad:

UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA

MUJER, EMPRENDIMIENTO Y EMPLEABILIDAD: UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA

© Rina Mazuera-Arias • Neida Albornoz-Arias • Marisela Vivas-García • María-Antonia Cuberos • Akever-Karina, Santafe-Rojas • Myriam-Teresa Carreño Paredes • Miguel Ángel Morffe Peraza • Camila Andrea Martínez Roza • Miguel Ángel Vera • Antonio Enrique Tinoco Guerra • Aloisio Ruscheinsky • Manoella Cará Treis • Danúbia Silva Benites Lopes • Ana Paola Aldrete Glez • Patricia Pocovi Garzón • Josefina Robles Uribe • Lilian Victoria Morales Carrasco • Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña • Edison Roberto Valencia Núñez María Augusta Albornoz Garzón

Editores: Neida Albornoz-Arias • Rina Mazuera-Arias

**Facultad Ciencias Jurídicas y Sociales; Administración y Negocios;
Departamento de Ciencias Sociales y Humanas**

Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF), Universidad Simón Bolívar

Director: Rina Mazuera-Arias

Proceso de arbitraje doble ciego

Recepción: Enero de 2018

Evaluación de propuesta de obra: Enero de 2018

Evaluación de contenidos: Marzo de 2018

Correcciones de autor: Abril de 2018

Aprobación: Junio de 2018

Editores

Neida Albornoz-Arias | Rina Mazuera-Arias

Rina Mazuera-Arias • Neida Albornoz-Arias • Marisela Vivas-García
María-Antonia Cuberos • Akever-Karina Santafe-Rojas • Myriam-Teresa Carreño-Paredes
Miguel-Ángel Morffe-Peraza • Camila-Andrea Martínez-Rozo • Miguel-Ángel Vera
Antonio-Enrique Tinoco-Guerra • Aloisio Ruscheinsky • Manoella Cará-Treis
Danúbia-Silva Benites-Lopes • Ana-Paola Aldrete-Glez • Patricia Pocovi-Garzón
Josefina Robles-Uribe • Lilian-Victoria Morales-Carrasco • Nelson-Rodrigo Lascano-Aimacaña
Edison-Roberto Valencia-Nuñez • María-Augusta Albornoz-Garzón

Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria / ed. Neida Coromoto Albornoz Arias, Rina Mazuera Arias; Marisela Vivas García... [et al.] -- Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar, 2017.
268 p. ; 17 x 24 cm.
ISBN: 978-958-5430-90-7

1. Mujeres – Aspectos sociales 2. Mujeres en la política – Brasil 3. Mujeres universitarias – Estudio de casos – Ecuador 4. Mujeres en el desarrollo de la comunidad 5. Feminismo I. Albornoz Arias, Neida Coromoto, ed. II. Mazuera Arias, Rina, ed. III. Vivas García, Marisela IV. Cuberos de Quintero, María Antonia V. Santafé Rojas, Akever Karina VI. Carreño Paredes, Myriam Teresa VII. Morffe Peraza, Miguel Ángel VIII. Martínez Rozo, Camila Andrea IX. Vera, Miguel Ángel X. Tinoco Guerra, Antonio Enrique XI. Ruscheinsky, Aloisio XII. Cará Treis, Manoella XIII. Silva Benites Lopes, Danúbia XIV. Aldrete Glez, Ana Paola XV. Pocovi Garzón, Patricia XVI. Robles Uribe, Josefina XVII. Morales Carrasco, Lilian Victoria XVIII. Lascano Aimacaña, Nelson Rodrigo XIX. Valencia Núñez, Edison Roberto XX. Albornoz Garzón, María Augusta
305.42 M953 2017 SCDD 21 ed.
Universidad Simón Bolívar – Sistema de Bibliotecas

Impreso en Barranquilla, Colombia. Depósito legal según el Decreto 460 de 1995. El Fondo Editorial Ediciones Universidad Simón Bolívar se adhiere a la filosofía del acceso abierto y permite libremente la consulta, descarga, reproducción o enlace para uso de sus contenidos, bajo una licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



©Ediciones Universidad Simón Bolívar
Carrera 54 No. 59-102
<http://publicaciones.unisimonbolivar.edu.co/edicionesUSB/>
dptpublicaciones@unisimonbolivar.edu.co
Barranquilla - Cúcuta

Producción Editorial
Editorial Mejoras
Calle 58 No. 70-30
info@editorialmejoras.co
www.editorialmejoras.co

Agosto de 2018
Barranquilla

Made in Colombia

Cómo citar este libro:

Mazuera-Arias, R., Albornoz-Arias, N., Vivas-García, M., Cuberos, M.-A., Santafé-Rojas, A.-K., Carreño-Paredes, M.-T., ... Vera, M. A. (2018). En N. Albornoz-Arias, & R. Mazuera-Arias (Edits.), *Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria*. Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar.

Mujer,

emprendimiento y empleabilidad:

UNA MIRADA INTERDISCIPLINARIA

Editores
Neida Albornoz-Arias | Rina Mazuera-Arias

Rina Mazuera-Arias • Neida Albornoz-Arias • Marisela Vivas-García
María-Antonia Cuberos • Akever-Karina Santafé-Rojas • Myriam-Teresa Carreño-Paredes
Miguel-Ángel Morffe-Peraza • Camila-Andrea Martínez-Rozo • Miguel-Ángel Vera
Antonio-Enrique Tinoco-Guerra • Aloisio Ruscheinsky • Manoella Cará-Treis
Danúbia-Silva Benites-Lopes • Ana-Paola Aldrete-Glez • Patricia Pocovi-Garzón
Josefina Robles-Urbe • Lilian-Victoria Morales-Carrasco • Nelson-Rodrigo Lascano-Aimacaña
Edison-Roberto Valencia-Núñez • María-Augusta Albornoz-Garzón

 UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR
BARRANQUILLA Y CÚCUTA - COLOMBIA | VIGILADA MINEDUCACIÓN



Res. 23095. del MEN

PROYECTOS:

- Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional de Norte de Santander. Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF). Fecha de inicio: 16 de enero de 2017. Fecha de finalización: 31 de diciembre de 2017.
- Análisis comparativo de los elementos sociales, políticos, económicos y psicológicos del contrabando en el departamento Norte de Santander y estado Táchira, de la Universidad Simón Bolívar-sede Cúcuta, Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF). Fecha de inicio: 01 de agosto de 2016. Fecha de finalización: 31 de diciembre de 2016.
- El Táchira en cifras 2015. El contrabando en las ciudades de frontera desde la perspectiva de la institucionalidad. Universidad Católica del Táchira, Venezuela. Fecha de inicio: 01 de enero de 2015. Fecha de finalización: 31 de diciembre de 2017.
- El mercado laboral y la pobreza desde un enfoque de derechos.
- Economía Social de la Escuela de Negocios.
- Creación de nuevas empresas: Emprendimiento Social desde una perspectiva regional.



Contenido

PRESENTACIÓN.....	9
PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I: RECONOCIMIENTO DE LA IGUALDAD DE LA MUJER Y EL HOMBRE EN LAS LABORES DEL HOGAR. UNA VISIÓN SOCIOJURÍDICA.....	17
Rina Mazuera-Arias; Neida Albornoz-Arias; Marisela Vivas-García; María-Antonia Cuberos; Akever-Karina Santafé-Rojas; Myriam-Teresa Carreño-Paredes	
CAPÍTULO II ESPÍRITU EMPRENDEDOR FEMENINO. UNA REVISIÓN DESDE LA TEORÍA DE LAS NECESIDADES HUMANAS	45
Neida Albornoz-Arias; Rina Mazuera-Arias; Akever-Karina Santafé-Rojas; Marisela Vivas-García; María-Antonia Cuberos; Myriam-Teresa Carreño-Paredes; Miguel Ángel Morffe Peraza; Camila Andrea Martínez Rozo	
CAPÍTULO III UNA MIRADA A LA EMPLEABILIDAD DE LA MUJER DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA FRONTERA TÁCHIRA-NORTE DE SANTANDER.....	75
Marisela Vivas-García; María-Antonia Cuberos; Rina Mazuera-Arias; Neida Albornoz-Arias; Myriam-Teresa Carreño-Paredes; Miguel Ángel Vera	

CAPÍTULO IV

LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO FEMENINO 111

Akever-Karina Santafé-Rojas; Neida Albornoz-Arias; Rina Mazuera-Arias

CAPÍTULO V

MUJER, EMPRENDIMIENTO Y CULTURA..... 143

Antonio Enrique Tinoco Guerra

CAPÍTULO VI

DESAFIOS E TENDÊNCIAS DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA AS MULHERES COMO QUESTÃO ESTRATÉGICA NO BRASIL: UM OLHAR A PARTIR DO SUL DO PAÍS..... 167

Aloisio Ruscheinsky; Manoella Cará Treis; Danúbia Silva Benites Lopes

CAPÍTULO VII

LA MUJER Y LA CONSTRUCCIÓN DEL BIEN COMÚN..... 205

Ana Paola Aldrete Glez; Patricia Pocovi Garzón; Josefina Robles Uribe

CAPÍTULO VIII

MUJERES UNIVERSITARIAS CREANDO EMPRESAS. UN CASO DE ESTUDIO EN AMBATO, ECUADOR..... 239

Lilian Victoria Morales Carrasco; Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña; Edison Roberto Valencia Núñez; María Augusta Albornoz Garzón

AGRADECIMIENTOS 265

Presentación

Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria es un producto investigativo del Grupo Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar sede Cúcuta y forma parte de proyectos de investigación de reconocidas universidades del contexto latinoamericano como lo son: Universidad Católica del Táchira, Venezuela; Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil; Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO; Universidad Jesuita de Guadalajara, México; Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, y Universidad Simón Bolívar, sede Cúcuta, Colombia.

Los temas que en el libro se presentan en ocho capítulos se abordaron desde perspectivas disciplinares diversas, integrando la interdisciplinariedad como característica del libro, al estar contenidos en los proyectos: Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional del Norte de Santander. El mercado laboral y la pobreza desde un enfoque de derechos. Economía Social de la Escuela de Negocios. Creación de nuevas empresas: Emprendimiento Social desde una perspectiva regional.

De este modo se plantean en los contenidos de los capítulos, dada la vigencia y pertinencia del tema sobre la mujer, el emprendimiento y la empleabilidad para la sociedad y su desarrollo, un conjunto de contribuciones al campo científico que se espera sea aprovechadas por los lectores para su reflexión y como punto de partida hacia nuevas investigaciones.

María Antonia Cuberos¹

¹ Licenciada en Educación, Universidad Católica Andrés Bello-Venezuela. Ingeniero de Sistemas, Universidad Nacional Abierta, Venezuela. Doctor en Ciencias Gerenciales, Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada, Venezuela. Especialista en Sistemas de Información, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. Docente e investigadora, miembro del Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar, sede Cúcuta, Colombia. Docente e investigadora de la Universidad Católica del Táchira, San Cristóbal, Venezuela. m.cuberos@unisimonbolivar.edu.co

Prólogo

Esta obra es fruto del trabajo colectivo de autores de distintos países hermanos, investigadores de diversos centros educativos de nivel superior, preocupados todos por cuestiones centrales para la gestión y acción pública y privada en nuestro medio.

La procedencia de estos académicos es también variada, los hay de Venezuela, Colombia, Ecuador, México y Brasil. Todos ellos unidos por el objetivo común de generar, desde un enfoque de género, un aporte a la descripción, la hermenéutica y la aproximación a las causas de fenómenos sociales altamente complejos.

En ese sentido, el rol de la mujer en nuestros países latinoamericanos es el denominador común de todos ellos, y poniendo el centro en ese aspecto, se revisan y recorren situaciones problemáticas que desafían a la Universidad, al Estado y, sobre todo, al empresariado local e internacional.

A la Universidad se la desafía no solo a transmitir conocimiento situado sino a proyectarlo socialmente, y con este trabajo en particular, todas las casas de altos estudios desde donde escriben mis colegas, cumplen con la tercera e importantísima misión de la educación superior en cualquier contexto, esto es, investigar, producir conocimiento. Dar herramientas a los decisores para la acción concreta, empoderarlos, para incidir así en la realidad que estudiamos.

Ahora bien, de entre todas las instituciones mencionadas, herencias de la Modernidad otrora reinante, a mi entender, el mayor reto aquí lo tiene el mercado, en la persona del empresario: pequeño, mediano, grande, emprendedor, micro y macro; todos empujados a comprometerse con la realidad de “la casa común” y a trabajar, más allá de las utilidades, por el beneficio de todos.

De este modo se repasan a lo largo de estos ocho capítulos, temas que interesan a las ciencias jurídicas, económicas, políticas, sociológicas, antropológicas, como parte de los estudios sociales.

En esa línea, el estatus de la mujer en nuestra sociedad, su rol como emprendedora y líder, tanto en el seno familiar como en la comunidad a la que pertenece, son el foco de estos capítulos; pero a su vez aquello se va entretrejiendo con el abordaje de problemáticas referidas al empleo, la cultura, el desarrollo social, y la educación y la innovación en sus diversas expresiones e impactos en el constructo social actual.

Desde estos temas se articulan teoría y *praxis*, elucubraciones conceptuales y descripciones crudas de la realidad de un continente marcado por la exclusión de amplios sectores de la población, y la desigualdad no solo económica sino social y política. Se describe para conocer, se analiza para entender, se explica para aproximarse a definiciones de fenómenos sociales multicausales. Y, finalmente, se elaboran propuestas para la acción. Lo propositivo es probablemente lo más esperanzador en términos de producción social del conocimiento puesto que nos proyecta hacia delante, nos provee recursos para hacer posible un mejor futuro para nosotros y los que vendrán.

Los contextos son diferentes e iguales, pues se advierten problemáticas particulares en relación a la historia de vida de las personas y los pueblos, pero también se señalan los desafíos comunes, aquellos que por ser problemas globales, para ser resueltos o, al menos correctamente administrados, precisan del consenso y el trabajo mancomunado, sobre la base de un compromiso sólido de las naciones y todos los agentes que dentro y fuera interactúan. Desde esa perspectiva se repasan situaciones domésticas, de frontera y otras que atañen a toda la Región y necesitan, como se decía antes, de una especial atención al consenso, al compromiso sólido y maduro de países a los que ha costado mucho devolver la democracia y más aún, hacerla sostenible en el transcurrir del tiempo.

En términos de metodología, el enfoque predominante es el cualitativo, esto nos habla del esfuerzo de comprensión y reflexión sobre procesos y realidades de índoles muy complejas. Eso no obsta que la triangulación metodológica haya sido la estrategia en varios de estos capítulos para poder nutrir con datos los análisis, efectuar estudios comparativos y pretender generalizaciones de mediano alcance que colaboren con una visión unificada de los problemas que aquí entran en escena.

Sin más, estimados lectores, los invito a darse a la tarea de leer y saborear, de dialogar y hacer aportes desde estos textos, de potenciar acciones y vencer resistencias. En definitiva, los entrego a la labor, derecho y deber de todo ser humano, encontrar sentidos a lo que nos pasa, hacer frente a los desafíos y comprometernos con nuestra realidad más allá del rol que nos toque desempeñar. Por lo demás, mis sinceras felicitaciones a los escritores por la semilla sembrada, por el fruto recogido...

Ana Carolina Díaz¹

¹ Licenciatura en Ciencia Política, Universidad Católica de Córdoba. Magister en Gestión Política con Mención en Diseño y Gestión de Políticas Públicas, Universidad Católica de Córdoba y Georgetown University. Asistente de investigación, Instituto de Investigación y Análisis Político, Facultad de Ciencia Política y RRII (UCC). Membresía activa en: IPSA (International Political Science Association); RELACIP (Red Latinoamericana de Carreras de Ciencia Política); Red Ciudadana Nuestra Córdoba (UCC, Asociación Civil El Ágora, Empresa Arcor, entre otras instituciones); SAAP (Sociedad Argentina de Análisis Político). diazancarolina@yahoo.com.ar

Capítulo II **Espíritu emprendedor femenino. Una revisión desde la teoría de las necesidades humanas***

Neida Albornoz-Arias¹, Rina Mazuera-Arias², Akever-Karina Santafé-Rojas³, Marisela Vivas-García⁴, María-Antonia Cuberos⁵, Myriam-Teresa Carreño-Paredes⁶, Miguel Ángel Morffe Peraza⁷, Camila Andrea Martínez Rozo⁸

* El presente capítulo se realiza en el marco del proyecto: Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional del Norte de Santander, de la Universidad Simón Bolívar, sede Cúcuta. Fecha de inicio: 16 de enero de 2017. Fecha de finalización: 31 de diciembre de 2017.

- 1 Doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad de Córdoba, España.
n.albornoz@unisimonbolivar.edu.co; albornoz@ucat.edu.ve
- 2 Doctora en Derecho en el programa Derecho de Familia y de la Persona, Universidad de Zaragoza, España.
r.mazuera@unisimonbolivar.edu.co; rmazuera@ucat.edu.ve
- 3 Posdoctora en Gerencia Pública y Gobierno. Gerencia de las Organizaciones. Ciencias Gerenciales. Universidad de Pamplona.
karisan19@hotmail.com
- 4 Doctor en Innovaciones Educativas, Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada, Venezuela.
m.vivas@unisimonbolivar.edu.co
- 5 Doctor en Ciencias Gerenciales, Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada, Venezuela.
m.cuberos@unisimonbolivar.edu.co
- 6 Especialista en Orientación Educativa y Desarrollo Humano, Universidad del Bosque, Bogotá.
m.carreno@unisimonbolivar.edu.co
- 7 Doctorado Latinoamericano en Educación, Políticas Públicas y Profesión Docente (C).
miguelmorffe@gmail.com; mmorffe@gobernar.net Sitio web: www.gobernar.net
- 8 Administradora de Empresas en formación de la Universidad Simón Bolívar.
cmartinezrozo@gmail.com

RESUMEN

El espíritu emprendedor se vincula a la palabra emprendedor, refiriéndose a la persona que percibe y aprovecha oportunidades que otros no ven, asume algún riesgo e invierte recursos. El emprendimiento femenino, es considerado como el progreso del rol de la mujer en la fuerza de trabajo, dentro la sociedad. Las motivaciones de la mujer para emprender obedecen a distintos factores, desde la realización personal como proyecto de vida, hasta necesidad económica cuando se trata de mujeres jefas de hogar. El emprendimiento siempre ha estado ligado al crecimiento económico, lo cual ocurre, siempre y cuando el emprendimiento vaya acompañado de la función de innovación. En los países en vías de desarrollo pueden existir buenos niveles de desarrollo, pero no necesariamente todos impactan positivamente en el desarrollo económico, porque están asociados a la necesidad, y el nivel de innovación es apenas incipiente. El presente capítulo se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, empleando la metodología hermenéutica. El objetivo planteado fue interpretar los conceptos de: espíritu emprendedor, espíritu emprendedor femenino, las necesidades humanas, así como la relación entre el espíritu emprendedor y las referidas necesidades humanas, especialmente en países en vías de desarrollo.

Palabras clave: espíritu emprendedor, necesidades humanas, emprendedor, emprendimiento, innovación.

FEMALE ENTREPRENEURSHIP. A REVIEW FROM THE THEORY OF HUMAN NEEDS

ABSTRACT

The entrepreneurial spirit is linked to the word entrepreneur, referring to the person who perceives and takes advantage of opportunities that others do not see, assume some risk and invest resources. Female entrepreneurship is considered as the progress of the role of women in the workforce, within

society. The motivations of woman to undertake obey different factors, from personal fulfillment as a life project, to economic necessity when it comes to female heads of household. Entrepreneurship has always been linked to economic growth, which occurs, as long as the enterprise is accompanied by the innovation function. In developing countries there may be good levels of development, but not necessarily all have a positive impact on economic development, because they are associated with the need, and the level of innovation is only incipient. The present chapter was developed under the qualitative approach, using hermeneutic methodology. The objective was to interpret the concepts of: entrepreneurial spirit, female entrepreneurial spirit, human needs, as well as the relationship between entrepreneurial spirit and the aforementioned human needs, especially in developing countries.

Keywords: entrepreneurial spirit, human needs, entrepreneur, entrepreneurship, innovation.

INTRODUCCIÓN

El término *espíritu emprendedor* ha sido ampliamente abordado desde distintas disciplinas: la **económica**, en la cual algunos de los principales referentes son Cantillon, Hayek y Schumpeter entre los años 30 y 60 del pasado siglo; desde el estudio de los **rasgos del carácter** de los emprendedores, que se inició en los años 80; desde el enfoque de la **estrategia** donde su desarrollo se ubica entre mediados de los años 80 y 2000 y el estudio desde las **opciones sistemáticas y humanísticas** después del 2000 (Pereira, 2007).

El *espíritu emprendedor* se vincula a la palabra emprendedor, refiriéndose a la persona que percibe y aprovecha oportunidades que otros no ven, asumen algún riesgo e invierten recursos; explotando dicha oportunidad a través del emprendimiento (Nuño, 2012).

Algunos autores consideran que es innecesario tener un condicionamiento genético para emprender, pues el emprendedor no nace, sino que puede formarse, e incluso, un individuo puede emprender un proyecto en cualquier momento de su vida. El proceso de emprender puede originarse en el seno o núcleo de una empresa existente, donde las ideas se convierten en oportunidades cuando se logra su materialización; aunque también puede surgir empezando con un negocio nuevo.

El emprendimiento femenino es considerado como el progreso del rol de la mujer en la fuerza de trabajo, dentro la sociedad (Rodríguez, 2013). Las motivaciones de la mujer para emprender obedecen a distintos factores, desde la realización personal como proyecto de vida, hasta necesidad económica cuando se trata de mujeres jefas de hogar (Contreras, *et al.*, 2017). No obstante, el trabajo remunerado para la mujer le significa autonomía e independencia, reconocimiento social, le provee los ingresos que necesita y además le permite compaginar su trabajo con la responsabilidad familiar, porque cuenta con flexibilidad en el horario. Según Rodríguez (2013), la mujer emprendedora generalmente tiende a arriesgarse menos que el hombre, el tamaño de su negocio es menor y su nivel educativo también es más bajo que el del hombre; aunque este último depende del estrato socioeconómico en el que ella se encuentre.

El emprendimiento siempre ha estado ligado al incremento del Producto Interno Bruto (PIB) de los países, es decir, contribuye con el crecimiento económico, lo cual ocurre siempre y cuando el emprendimiento esté acompañado con la función de innovación, para lo cual son necesarias capacidades técnicas, intuición y estrategia del emprendedor y su equipo de trabajo (Schumpeter, 1961). Para-

dójicamente, en los países subdesarrollados pueden existir buenos niveles de desarrollo, pero no necesariamente todos impactan positivamente en el progreso económico, porque son emprendimientos asociados a la necesidad y el nivel de innovación es apenas incipiente; caso contrario ocurre en los países desarrollados. Por lo tanto, existe una estrecha relación entre la teoría de las necesidades humanas, su satisfacción y el emprendimiento, especialmente en países en vías de desarrollo.

Por todo lo antes expuesto, el presente capítulo se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, empleando la metodología hermenéutica; siendo el objetivo interpretar los conceptos de espíritu emprendedor, espíritu emprendedor femenino, las necesidades humanas, así como la relación de este término y las referidas necesidades humanas. En este sentido, el capítulo comprende los siguientes apartados: Teoría de las necesidades humanas; espíritu emprendedor; caracterización emprendedora, espíritu emprendedor femenino; metodología, discusión y conclusión, y finalmente las referencias.

TEORÍA DE LAS NECESIDADES HUMANAS

Los seres humanos se encuentran constantemente satisfaciendo sus necesidades tanto las recurrentes como las crecientes. Esta condición nos diferencia de los animales ya que estos últimos mantienen un “estado estacionario de necesidades” (Razeto, 2009, p. 149).

El concepto de necesidad ha evolucionado y su estudio se ha enfocado desde distintas disciplinas. En la Tabla 1 se muestran algunos aportes al significado de necesidades humanas desde la sociología y otras ciencias sociales, considerando que en este campo existen dos corrientes que debaten las necesidades humanas, por un lado las teorías *universalistas* que señalan que los seres humanos tienen

Tabla 1. Aportes al significado de necesidades humanas

Necesidad	Definición	Autores y perspectiva	Enfoque
	Se entiende de esta forma cuando hay falta de bienes para cubrirla y cuya superación se impone al sujeto con gran prioridad para poder continuar su vida individual.	Perspectiva sociológica Marx (1844)	Universalista
Como valor de uso y valor simbólico	La necesidad como valor de uso fue introducidos sobre todo por Malinowski. Todo objeto en las sociedades primitivas respondía una necesidad de uso. El valor de cambio simbólico es el paso de utilizar un objeto como un bien, a utilizarlo como una forma de expresión simbólica.	Funcionalismo antropológico Malinowski (1944)	Relativista
Como acción social	La necesidad humanas son el resultado de la internalización en el sistema de personalidad (socialización) y de las pautas culturales que están institucionalizadas.	Funcionalismo sociológico Parsons (1951)	Relativista
Como impulso	Se entiende como una fuerza motivadora generada por un estado de carencia. Se busca la consecución de necesidades de forma creciente y jerarquizada. Es una teoría muy influyente en el análisis de las necesidades básicas.	Perspectiva psicológica Humanista Maslow (1954)	Relativista
Como relación y proceso	Las necesidades no son simplemente un elemento de conexión entre personas. Las necesidades permiten a los individuos la capacidad de establecer ciertos niveles de relación interpersonal y de implicación en el proceso social.	Perspectiva sociológica Braudillard (1972)	Relativista
Como construcción social	Las necesidades son construidas socialmente, a través de las interacciones de la vida cotidiana. En la etnometodología el lenguaje y las discusiones entre grupos permiten revelar o mostrar las necesidades.	Perspectiva sociológica: Fenomenología Schütz (1965); Berger y Luckman (1966); Etnometodología Goffman (1959) y Garfinkel (1967)	Relativista
Normativa, expresada, percibida y comparativa	La necesidad normativa se basa en el establecimiento, por parte de un experto o grupos de expertos profesionales o científicos sociales, de unos niveles teóricamente deseables de satisfacción de cada necesidad. La necesidad expresada es aquella que los usuarios de un recurso o servicio expresan mediante comportamientos, como la utilización de dichos servicios o recursos. La necesidad percibida es la basada en la percepción de cada persona o grupo de personas sobre determinada carencia. La comparación entre los datos de la población objetivo y los de otro grupo.	Perspectiva psicológica Escuela de Harvard Bradshaw (1977)	Relativista
Como norma social	La satisfacción de una necesidad va ligada a una estructura simbólica, es decir, al nivel sociocultural y a las normas sociales establecidas.	Perspectiva sociológica Escuela de Frankfurt Habermas (1981)	Relativista
Como universales	Las necesidades universales son la salud y la autonomía.	Perspectiva filosófica y teorías del desarrollo (Doyal & Gough, 1994)	Universalista

Fuente: Elaboración propia a partir de Puig, Sabater y Rodríguez (2012, pp.6-7).

las mismas necesidades básicas sin importar la raza, edad, sexo o cultura y las *relativistas* que niegan que las necesidades humanas sean universales y señalan que las mismas difieren según el sexo, edad, raza, cultura, normas sociales y percepción individual.

Dentro de este marco, se enfatiza en la teoría de las necesidades humanas bajo el enfoque relativista, de la teoría de Maslow (1986), quien aborda la teoría desde la psicología humanista. Esta teoría propone un modelo que las jerarquiza y las representa gráficamente en una pirámide. Para Maslow la insatisfacción afecta a la persona y le puede causar enfermedad e incluso la muerte. Según la pirámide, un ser humano satisface las necesidades más básicas y se van generando otras superiores y no pueden satisfacerse las de orden superior sin haber logrado satisfacer las inferiores. La satisfacción de las necesidades puede lograrse o no, y depende de los comportamientos del individuo. En este sentido, cuando la actitud es constructiva significa que las necesidades han sido satisfechas y todos los implicados se benefician; cuando es destructivo se logra la satisfacción de las necesidades, pero no todos son beneficiados y el comportamiento fallido implica la insatisfacción de las necesidades. En la Figura 1 se representa la jerarquía de las necesidades propuesta por Maslow.

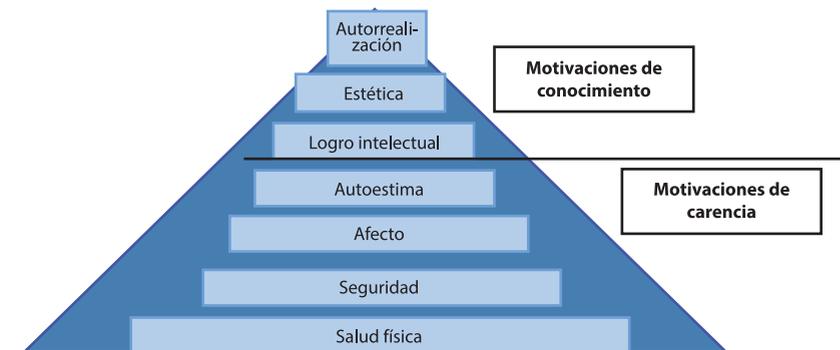


Figura 1: Pirámide de las necesidades humanas según Abraham Maslow
Fuente: Elaboración propia a partir de Maslow (1986)

Los primeros cuatro niveles –comenzando desde la base de la pirámide– se denominan motivaciones de carencia. En el primer nivel, se encuentran las necesidades de tipo biológico o fisiológico básicas que todo individuo debe satisfacer como por ejemplo la alimentación, vestido y la vivienda. El segundo nivel comprende la necesidad de vivir en un entorno sin amenazas. En el tercer nivel, la necesidad de afiliación, la convivencia en sociedad y relación con otras personas como la amistad. El cuarto nivel abarca el reconocimiento personal y valoración de uno mismo. Los tres últimos niveles, ubicados en la parte superior de la pirámide se denominan motivaciones de conocimiento donde el último peldaño es la autorrealización donde el individuo se siente feliz y realizado (Maslow, 1986). Este postulado ha venido siendo cuestionado porque la felicidad de un individuo no siempre dependerá de llegar a la autorrealización, pues una persona puede que haya satisfecho los cuatro primeros niveles de necesidades y aún se encuentre luchando por su meta para llegar a la autorrealización, y sea más feliz que otra persona que se encuentra en la cima de la autorrealización porque no recibe el mismo afecto y amor.

Un enfoque moderno para el estudio de las necesidades humanas es propuesto por Max-Neef, Elizalde y Hopenhayn (2010), quienes se oponen a la postura que las necesidades humanas sean infinitas, cambien de manera constante, que varían de una cultura a otra y que sean distintas entre períodos históricos; sino que conciben que el ser humano sí tiene necesidades, las cuales son múltiples e interdependientes. Proponen la distinción entre necesidades y satisfactores de las necesidades, donde las necesidades humanas se entienden “como un sistema en que las mismas se interrelacionan e interactúan” mientras que las características de la satisfacción de las necesidades comprende “simultaneidades, complementariedades y compensaciones” (p.41). Para ello, la clasificación de las ne-

cesidades humanas es propuesta bajo dos criterios: según **categorías existenciales** (necesidades de ser, tener, hacer y estar) y según **categorías axiológicas** (necesidades de subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad), las cuales pueden combinarse; ejemplo la comida es satisfactor de la necesidad de subsistencia; la educación es satisfactor de la necesidad entendimiento. Incluso, un satisfactor puede dar respuesta a varias necesidades y también una necesidad requerir de varios satisfactores para ser satisfecha; combinaciones que varían según tiempo, lugar y circunstancia. En este sentido, formulan dos postulados:

Primero: Las necesidades humanas fundamentales son finitas, pocas y clasificables. Segundo: Las necesidades humanas fundamentales (...) son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Lo que cambia, a través del tiempo y de las culturas, es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades. (p.42)

En este sentido, propusieron una taxonomía pluridimensional de necesidades humanas que diferencia las necesidades de los satisfactores, como mecanismo de política y acción para el desarrollo. Consideraron que las necesidades solamente no son carencias sino también “potencialidades humanas individuales y colectivas”; los satisfactores son formas de ser, tener, hacer y estar (individuales y colectivos) que permiten la actualización de necesidades; y los bienes económicos permiten afectar la eficiencia de un satisfactor y la satisfacción de la necesidad de manera positiva o negativa (Max-Neef, Elizalde & Hopenhayn, 2010, p.56). Adicionalmente, la manera de sistematizar las necesidades es a través de una matriz de doble entrada, donde en las columnas se registran las **categorías existenciales**: *ser* que registra atributos personales o colectivos expresados como sustantivos; *tener* que registra normas, instituciones,

mecanismos, herramientas, leyes; *hacer* que registra acciones personales o colectivas expresadas como verbos; *estar* que registra espacios y ambientes. En las filas se registran las categorías axiológicas (subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad).

En cuanto a los satisfactores los clasificaron en cinco tipos: 1) *Violadores o destructores*: se asocian a la necesidad de protección y paradójicamente al ser aplicados para satisfacer una necesidad, no permite la satisfacción de otras necesidades a mediano plazo; son impuestos y la insatisfacción va acompañada del miedo; ejemplo: satisfactor exilio, para la necesidad protección y es una necesidad cuya satisfacción imposibilita participación, afecto, libertad. 2) *Pseudo-satisfactores*: aquellos que reflejan una falsa sensación de satisfacción de una necesidad, generalmente son inducidos a través de propaganda o publicidad y algunas veces impiden la satisfacción a mediano plazo de otras necesidades; ejemplo: satisfactor limosna y la necesidad que aparenta satisfacer es la subsistencia, satisfactor moda donde la necesidad que aparenta satisfacer es la identidad. 3) *Inhibidores*: aquellos que sobresatisfacen una necesidad y dificultan la satisfacción de otras necesidades, son ritualizados y se originan de hábitos culturales; ejemplo: el paternalismo que satisface la necesidad de protección e inhibe las necesidades de entendimiento, participación, identidad y libertad. 4) *Singulares*: aquellos que satisfacen una sola necesidad, característicos de programas o planes de desarrollo, cooperación y asistencia, son institucionalizados y vinculados a organizaciones públicas o empresas; ejemplo: el satisfactor programas asistenciales de vivienda que satisface la necesidad de subsistencia, o el satisfactor regalos que cubre la necesidad de afecto. 5) *Sinérgicos*: aquellos que satisfacen una necesidad determinada y simultáneamente permiten la satisfacción de otras necesidades; ejemplo: el satisfactor educación popular que satisface

la necesidad de entendimiento y estimula la satisfacción de las necesidades de libertad, protección, identidad, participación, creación (Max-Neef, Elizalde & Hopenhayn, 2010).

El empleo de esta taxonomía pluridimensional de las necesidades humanas es una herramienta de diagnóstico, planificación y evaluación que permite a grupos evidenciar sus carencias y potencialidades. Además, permite identificar los satisfactores, conocer sus atributos y saber si son generados de manera exógena o desde la propia comunidad.

La importancia de analizar la satisfacción o insatisfacción de las **necesidades humanas** sin distinción del enfoque disciplinario sugiere que se relacione con el concepto de pobreza del cual también existe un amplio abordaje teórico desde el enfoque de las necesidades humanas. Entre ellos, Sen (2000) indica que la pobreza está relacionada a la incapacidad de satisfacer necesidades, concepto que también se vincula con la privación de capacidades básicas socioeconómicas, que va más allá de la obtención de renta, pues dicha renta es un medio para un fin. La privación de capacidades incrementa la pobreza, porque una persona sin desarrollo profesional generará menos renta y por ende se acentúan las desigualdades en cuanto al bienestar de los hogares, calidad de vida y libertad de los individuos (Ruscheinsky, Mazuera, Albornoz & Contreras, 2017).

En cuanto al bienestar de los hogares y personas, Altimir (1979) refiere sus fuentes:

Los hogares cuentan con el recurso constituido por el **tiempo y las habilidades de sus miembros**, que pueden aplicar a actividades remuneradas o a otros quehaceres, dentro del condicionamiento impuesto tanto por los mercados de trabajo a los que tengan acceso como por el medio social. Pueden poseer, asimismo, empresas

o activos de los que obtengan ingresos, o que pueden ser vendidos para financiar gastos de consumo y que les proporcionen, en todo caso, seguridad y reconocimiento social. (pp.20-21) (negrillas propias).

En negrillas se indican las fuentes de bienestar observándose que entre ellas se encuentran las habilidades de las personas que para Sen (2000), son las capacidades para generar renta a través del trabajo, ya sea bajo relación de dependencia o por cuenta propia, o a través de la posesión de empresas o activos que puedan comercializarse.

ESPÍRITU EMPRENDEDOR

El término espíritu emprendedor se origina del francés *entreprendre* que en inglés equivale a *entrepreneurship*, cuyo significado es “encargarse de” (Jennings, 1994). El concepto *entrepreneurship* que también traduce emprendedor, también se refiere a las características de la persona (Pereira, 2007). La palabra aparece por primera vez en el libro escrito en francés por Richard Cantillon⁹ en 1730, y publicado en 1755 titulado *Essai Sur la Nature du Commerce en Général* (Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general); y el término lo utilizó para identificar a las personas responsables de poner en marcha un negocio, que se dedicaban a la compra y venta de productos en el mercado, relacionando los elementos recursos y riesgo (Nuño, 2003).

Algunos autores consideran que la conceptualización de espíritu emprendedor carece de consenso, debido a la existencia de múltiples definiciones, variables e instrumentos de medición (Déry & Toulouse, 1994), por lo cual ninguna definición es considerada precisa y descriptiva para orientar a las personas a tener más espíri-

⁹ Economista del siglo XVIII, padre fundador de la Economía Moderna.

tu emprendedor. En el presente apartado se referencian los principales aportes al concepto.

Es importante el aporte realizado por Schumpeter (1961), quien consideraba que el emprendedor es una persona extraordinaria que quiebra los ciclos del mercado, cuando a través de una innovación interviene con nuevos productos y modifica los precios, normalmente a la baja, reestableciéndose el ciclo que posteriormente otro emprendedor volverá a romper cuando intervenga en el mercado con otra innovación en el producto. Para Schumpeter el emprendedor no es inversionista o capitalista y tampoco un inventor ni es un directivo; puede ser quien explota una invención, quien asigna recursos, toma decisiones y organiza la actividad económica; es quien toma el concepto *entrepreneur* y lo ubica en la ciencia económica, relacionándolo con el desarrollo económico a través de función de innovador. Debido a la incertidumbre siempre presente en el proceso de desarrollo, Schumpeter consideraba que además de la experiencia y capacidades técnicas, también era importante la intuición y la estrategia de la persona. En este sentido, emprendedor se refiere a la persona “que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras” (Real Academia Española, 2014).

Otra mirada al concepto de espíritu emprendedor fue el aporte de economistas de la escuela austriaca, entre ellos Kirzner (1971), quien señaló que el emprendedor gana por estar alerta a percibir oportunidades que están presentes en situaciones inciertas de desequilibrio en el mercado, considerando la competencia como un proceso y no como una situación y “todos los que participan en la tarea de explotar la información dispersa pueden encontrar oportunidades de mejora. La delimitación de las transacciones y la reducción de sus costos fomentan la iniciativa individual y estimulan el espíritu empresarial” (Lasierra, 2016, p.89), es decir, se trata de intervenir en

una oportunidad descubierta donde el mercado tiende al equilibrio a través de la disminución de costos y por lo tanto los precios en el mercado inducidos estos últimos por el libre juego de la oferta y la demanda.

Mientras que para Schumpeter el emprendedor distorsiona una situación de equilibrio que ya existe, la escuela austríaca se fundamenta en la creación de equilibrio, por lo cual los emprendedores originan el cambio dentro de una situación existente, orientando la búsqueda hacia las ineficiencias o asimetrías que no han sido percibidas buscando reducir la incertidumbre y promover procesos de mercado enfocados en el equilibrio (Castillo, 1999).

Otro concepto de emprendedor abordado desde la economía es propuesto por Hayek (1979), citado por Nueno (2003), quien indica que es la persona ágil que capta y utiliza la información que le permite aprovechar oportunidades de negocios que le generen beneficio y la creación de un mercado.

Por su parte Liles (1974) propone tres clases de emprendedores: 1. los que evitan y acaban con la marginalidad, 2. aquellos que crean empresas en función de sus capacidades personales y con apoyo en un equipo y 3. quienes son capaces de generar iniciativas para promover el desarrollo, siendo la mayoría los emprendedores marginales.

Stevenson y Gumpert (1985), señalan que el emprendedor es la persona que sigue las oportunidades para aprovecharlas sin importar si cuenta o no con los recursos necesarios para enfrentarla, por lo cual tiene la capacidad de encontrar los recursos administrados por otros y motivar a las personas que los poseen para unirse y explotar la oportunidad.

Otro enfoque del emprendedor desde el plano económico se le atribuye a Baumol (1993) quien señala que el emprendedor es cualquier miembro de la economía que desarrolla actividades novedosas, tienen capacidad para innovar y crear, hacen cosas distintas para mejorar las que ya existen. La posición de Porter (1991) y Barros y Pereira (2008), es que el emprendimiento se concibe como el motor que incide en el crecimiento y desarrollo económico, donde el impacto del emprendimiento en dicho desarrollo proviene de la innovación que conduce a mejorar la competencia y competitividad de las empresas en el mercado.

En el campo de los modelos aplicados en la práctica para desarrollar emprendimientos merece la pena referenciar el modelo propuesto por Timmons, Spinelli & Tan (1994), el cual se basa en el establecimiento de empresas cimentado en tres pilares: las personas, el mercado y los recursos que se entrelazan y donde las personas sostienen la empresa, con énfasis en la guía de estudios para emprendedores independientes. Considera el proceso de crear la empresa, hacerla crecer, capitalizar exitosamente, salir del mercado y comenzar de nuevo. La propuesta se funda en capacidades adquiribles (el emprendedor se hace, se forma), y no en la selección de personas *a priori* bajo la llamada capacidad emprendedora, pues el emprendedor puede tener la motivación de ser emprendedor en cualquier momento de su vida.

En este sentido, Castillo (1999) señala que si el emprendedor puede formarse, la enseñanza del emprendimiento está ligada a:

1. La facultad de crecer y de crear riqueza, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (escuela de Schumpeter) o de equilibrio (escuela austríaca).
2. La orientación al crecimiento (según Stevenson).
3. El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos (Modelo Timmons). (p.8)

Por su parte, Nueno (2003) señala que el espíritu empresarial también se conoce con el nombre de iniciativa empresarial y está relacionado a una capacidad que poseen las personas para “concebir una idea de negocio y dar los pasos necesarios para transformar dicha concepción en realidad”, también enfoca el concepto de espíritu empresarial a la capacidad de materializar iniciativas sociales (no comerciales) (p.172).

En el campo de la disciplina administrativa, en la década del 2000 se evidencian aportes acerca de las características del emprendedor que se conjugan con el aprovechamiento de oportunidades descubiertas, y en este sentido, Shane y Venkataraman (2000) plantean que existen diversas oportunidades disponibles para todos; y Busewitz, West, Shepherd, Nelson, Chandler y Zacharakis (2003) señalan que esas oportunidades son descubiertas, aprovechadas y explotadas por los emprendedores; pero el abordaje del fenómeno del espíritu emprendedor está constituido por la confluencia entre dichas oportunidades, las capacidades de organizar las oportunidades para su aprovechamiento y las características propias del emprendedor; características del desarrollo del emprendedor que están influidas por el entorno.

A modo de reflexión, el espíritu emprendedor como disciplina del conocimiento, aún se encuentra en proceso de construcción. Para que sea legitimado como campo de conocimiento “se requiere que posea una base ontológica y epistemológica propia, diferenciada y reconocida” (p.16); debe contar con la existencia de una teoría enunciada que articule los componentes del fenómeno emprendedor y sea reconocida frente a otros campos del conocimiento, sin tener que recurrir a otros campos para abordarse el estudio y comprensión del espíritu emprendedor. Ciertamente, existe una acumulación de conocimiento acerca del espíritu emprendedor que ha venido apli-

cando modelos y conceptos de otras disciplinas, entre ellas la economía, administración, psicología, entre otras (Pereira, 2007).

CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR

Existen múltiples caracterizaciones del emprendedor, las cuales tienen como base el abordaje teórico del espíritu emprendedor. Para Hebert y Link (1989) y Hatten (1997) citados por Alcaraz (2006), el emprendedor es quien se especializa en asumir la responsabilidad de decisiones relacionada con la ubicación y uso de recursos e instituciones, detecta oportunidades y las aprovecha. Para Harper (1991) el emprendedor es la persona que tiene autoconfianza y junto a sus capacidades y recursos disponibles, tiene la capacidad de detectar oportunidades y desarrolla un negocio.

Para Kao (1989) existe una serie de características o atributos que pueden perfilar al emprendedor; algunas de ellas son:

- Compromiso, determinación y perseverancia
- Capacidad para lograr las metas
- Orientación a descubrir oportunidades
- Responsabilidad e iniciativa
- Enfoque en la solución de problemas
- Realista
- Autoconfianza
- Con energía
- Posee control interno
- Arriesgado, pero calculadamente
- Baja necesidad de estatus y poder
- Tolerancia al cambio
- Confiable e íntegro

También se evidencian trabajos orientados a caracterizar al emprendedor innovador (Koh, 1996; March, 1998); otros que identifican emprendedores exitosos (Gray & Cyr, 1993), los cuales por consenso manifiestan la inexistencia de un instrumento de medida para evaluar el espíritu emprendedor.

Según Scherer (1997) citado por García, Álvarez y Reyna (2007) muchos estudios del éxito de los emprendedores se han realizado posteriormente a cuando la persona crea su empresa, por lo cual no puede evidenciarse si el emprendedor ya poseía las características adecuadas que lo puedan identificar como emprendedor antes de su creación o las adquirió posteriormente. Sin embargo, según los autores citados predominan aspectos como la selección de sus equipos, buen carácter (amables y extrovertidos), independencia, constancia, la manera en que se gestiona, conocimientos a nivel de expertos en su sector, etc.; mientras que tienen menos importancia las características ambición, espíritu de sacrificio, capacidad para asumir riesgo, necesidad, insatisfacción laboral, entusiasmo, por lo cual estas últimas no son la clave de éxito para las pequeñas empresas y por lo tanto no caracterizan al espíritu emprendedor.

Debido a que la mayoría de los estudios se han realizado después que el negocio está en marcha, no reflejan si el emprendedor creó su empresa siendo poseedor de dichas características o las adquirió posteriormente. García, Álvarez y Reyna (2007) señalan que existen dos tipos características del emprendedor de éxito en las pequeñas empresas, clasificadas en dos grupos: **factores generadores** que contienen las características esenciales al momento de crear la empresa, propias del espíritu emprendedor y **factores potenciadores** que contienen las características que contribuyen a desarrollar el espíritu emprendedor. Entre los **factores generadores** destacan tres niveles (dos puntos).

- Primer nivel. la creatividad (volver a crear la empresa), fuerte voluntad (muchas horas de dedicación al trabajo), vanidad (no se lamentan de nada de lo realizado), nivel alto de profesionalidad (buena gestión).
- Segundo nivel: mucha confianza en las personas cuando empezaron a desarrollar el proyecto (ahora serían menos confiados) y seleccionar bien a las personas que trabajan en la empresa mediante una adecuada política de personal (selección de personas).
- Tercer nivel de importancia: Buen carácter (amable y extrovertido) e independencia.

Los tres niveles son característicos de los factores generadores del espíritu empresarial de índole intrapersonal, exceptuando “buena gestión” y “política de personal”.

En los **factores potenciadores**, destacan también tres niveles:

- La primera ambición, buscar personas adecuadas para su equipo (personas), espíritu de sacrificio (sacrificado), arriesgado (asumir riesgo).
- El segundo grupo: insatisfacción laboral, necesidad, audacia.
- Un tercer nivel es el entusiasmo (entusiasta) e ilusión.

Los factores potenciadores, son aspectos del espíritu emprendedor que no conforman su núcleo duro, son características impulsoras, pero no determinantes.

Desde la psicología emprendedora han sido propuestas las características que perfilan al emprendedor, relacionadas tanto con **factores generadores** como potenciadores de naturaleza intrapersonal que refiere García, Álvarez y Reyna (2007). En este sentido, se destaca la caracterización construida por Muñiz, Suárez-Álvarez, Pedrosa, Fonseca-Pedrero, y García-Cueto (2014), quienes evaluaron la per-

sonalidad de emprendedores identificando nueve dimensiones de la personalidad emprendedora en los jóvenes: autoeficacia, toma de riesgos, innovación, logro, motivación, autonomía, locus de control interno (la persona percibe que lo que ha ocurrido externamente es gracias a su comportamiento y tiene control sobre las consecuencias externas), optimismo, tolerancia al estrés¹⁰.

Galindo y Echavarría (2011) identifican en la literatura seis componentes del espíritu emprendedor también relacionados con características intrapersonales. Dichos componentes son:

- 1) Forma de pensar, razonar y actuar centrada en las **oportunidades** (espíritu emprendedor).
- 2) Consideración del **riesgo**: capacidad de comprender los escenarios posibles y deseables para el logro del objetivo, pudiendo evaluar y definir acciones.
- 3) **Creatividad e innovación**: se refiere a la capacidad de incorporar ideas novedosas y aceptadas por el mercado y sostenibles en el tiempo.
- 4) **Generación de valor**: capacidad de crear un beneficio y devolverlo a la sociedad cuyo impacto sea dinamizar la economía.
- 5) **Proactividad**: se refiere a la capacidad de tener la visión de ver el camino futuro y tomar acciones para llegar a la meta de forma efectiva.
- 6) **Búsqueda de información**: capacidad de encontrar fuentes y datos para recolectar información en un momento determinado.

Las diferentes caracterizaciones que se han realizado del emprendedor se centran fundamentalmente en aspectos intrapersonales del individuo.

¹⁰ Este trabajo se basó en el levantando información de 2.693 jóvenes, con edades entre 16 y 23 años, 51% hombres, ubicados en distintas regiones del norte de España.

ESPÍRITU EMPRENDEDOR FEMENINO

El *entrepreneurship* en algunas circunstancias emprende por la imperiosa necesidad de generar ingresos para subsistir y otras veces está ligado a procesos de innovación (Gezer, & Pedrada, 2015). La diferencia del emprendimiento entre un escenario y otro es su aporte al desarrollo o crecimiento económico del país.

En el caso de las mujeres la decisión de trabajar fuera del hogar obedece a distintas razones, entre ellas: proyecto de vida enfocado en realización personal, estrategias económicas familiares, nuevas expectativas de vida de la modernidad, necesidades impulsadas por la generación de ingresos en el hogar y algunas veces se trata de mujeres jefas de hogar. Entre las ventajas del trabajo remunerado para la mujer se cuenta la satisfacción personal, autonomía que a la vez le genera reconocimiento social y provisión de los ingresos (Fawaz-Yissi & Rodríguez-Garcés, 2013).

Para Becerra (2015), existen valores más marcados en las mujeres que en los hombres que dirigen las motivaciones del emprendimiento como son la “audacia, pasión, creatividad, innovación, intuición, empuje, persuasión, eficacia y capacidad de gestión”, mayor compromiso con la mejora de la calidad de vida, además comparten el trabajo y la dedicación familiar (p.27). En este mismo sentido, Mingo (2014) añade que la mujer en el trabajo demuestra otras características como son “agudeza visual, cuidado, delicadeza y paciencia” consideradas destrezas propias de lo femenino (p.320).

En el plano ejecutivo, la mujer revela mayor necesidad de logro, mayor control interno, menor propensión al riesgo y con personalidad menos proactiva que los hombres (Ljunngren y Kolvereid, 1996, citados por Cuevas & Gutiérrez, 2008). Los motivos intrínse-

cos son los que mayor peso tienen para que las mujeres se inicien en la actividad empresarial (la necesidad de logro, autorrealización y deseo de independencia); y menos peso tienen los motivos extrínsecos (autoempleo) y motivos trascendentales (deseo de compaginar tareas empresariales con familia y hogar) (Gatewood, Gartner & Shaver, 1995, citados por Cuevas & Gutiérrez, 2008).

De igual manera, para Blasco-Burriel, Brusca-Alijarde, Esteban-Salvador y Labrador-Barrafón (2016), la creación de empresas por mujeres está motivada con problemas personales, insatisfacción laboral por cuenta ajena¹¹, menor reconocimiento salarial frente a los hombres aunado a la necesidad de flexibilizar la vida profesional y personal porque gozan de flexibilidad en el horario laboral.

El rol de la mujer como emprendedora contribuye con la disminución de la brecha existente con los hombres y abre el abanico de posibilidades en cuanto a educación, desarrollo de capacidades y conocimientos y mayor incorporación al mercado laboral. En América Latina, las características de la mujer emprendedora por un lado están referidas más a la necesidad económica que a la percepción de oportunidades, por lo cual las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que las empresas de los hombres, y por otro lado el nivel educativo de ellas es más bajo¹² que el de los hombres (Saavedra & Camarera, 2015).

En el caso de Colombia, los nuevos emprendimientos femeninos (menos de 3,5 años) están vinculados con bajos niveles de ingresos de las mujeres que los crean, por lo cual se trata de trabajos donde la mujer asume el reto frente a la necesidad económica en que vive

¹¹ Que las lleva a la imposibilidad de ascender en sus carreras laborales dentro de una organización, evento que en la literatura se conoce como 'techo de cristal'.

¹² Aunque el nivel educativo de las mujeres está mejor explicado por su nivel socioeconómico (Barbosa y Sandoval, 2011).

y donde generar el ingreso para vivir está por encima de obtener utilidades en el negocio (Barbosa & Sandoval, 2011).

Cuando la mujer emprende un negocio por insatisfacción laboral y necesidad, generalmente el reto es empoderarse, lograr un equilibrio entre la vida laboral y familiar y romper el paradigma que el 'techo de cristal' sea únicamente una ilusión (García, Sánchez, Austria & Maubert, 2017).

METODOLOGÍA

El presente apartado se desarrolló bajo el enfoque cualitativo empleando la metodología hermenéutica, entendida según Echeverría y Coreth (1997), citados por Cárcamo (2005), como "el arte del entendimiento y comprensión, a partir del diálogo (...) que permite captar la importancia a los elementos socioculturales que el autor otorga al proceso de interpretación" y haciendo el ejercicio interpretativo intencional y contextual (p.206). Se realizó una revisión biblio-hemerográfica de autores que permitió la búsqueda, recolección, organización e interpretación de información sobre las temáticas: necesidades humanas y su jerarquización, espíritu emprendedor y la relación entre ambas.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

En cualquier país es fundamental fomentar la iniciativa emprendedora con base en la innovación, tanto en épocas de recesión como de bonanza, porque es el único mecanismo de cara a la vulnerabilidad del negocio frente a una situación determinada; igualmente es indispensable aprovechar las oportunidades nuevas de entrar en nichos de mercado (Roure, 2011).

Existe una estrecha relación entre la jerarquización de las necesi-

dades humanas y el emprendimiento. Indistintamente que las necesidades sean infinitas (Maslow, 1986) o finitas y clasificables (Max-Neef, Elizalde & Hopenhayn, 2010) es fundamental para el ser humanos satisfacerlas. El emprendimiento entendido como el aprovechamiento de oportunidades en el mercado, genera empleo y autoempleo que le permite al individuo satisfacer sus necesidades tanto básicas de alimentación, vivienda, vestido, así como las necesidades de alto nivel como reconocimiento, conocimiento, autorrealización (propuesta de Maslow, 1986); así como también las necesidades existenciales de ser, tener, hacer y estar, y las necesidades axiológicas de subsistencia, protección, entendimiento, libertad (propuesta de Max-Neef, Elizalde & Hopenhayn, 2010).

Estudios como el Monitor Global de la Iniciativa Empresarial (GEM), demuestran que en la iniciativa empresarial se distinguen dos tipos de emprendedores: quienes buscan, encuentran y explotan oportunidades de negocios (emprendedores de oportunidad) y aquellos que emprenden negocios porque tienen imperiosas necesidades económicas (emprendedores por necesidad) y en este último caso, lastimosamente el aporte al crecimiento económico, generalmente no es importante (Vainrub, 2006), debido a que son emprendimientos que no están asociados a procesos de innovación, siendo en el mayor caso, mujeres que emprenden por necesidad.

De igual manera, en los países menos ricos existen buenos niveles de emprendimiento, aunque no aportan las mejores tasas de desarrollo económico porque la motivación a emprender está asociada a la necesidad y el nivel de innovación es muy bajo; mientras que en los países desarrollados, al estar relacionado con procesos de innovación, el emprendimiento tiene un impacto positivo en la sociedad y por tanto en el incremento del Producto Interno Bruto (PIB) que representa el crecimiento económico (Gezer & Pedrada, 2015).

Por todo lo antes comentado, la relación creatividad, educación e innovación son elementos ligados a la sociedad del conocimiento, por lo tanto, constituye una necesidad estratégica para un país y por ende es un asunto de Estado (Educación, G.S., 2012).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, R. (2006). *El emprendedor de éxito*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Altimir, O. (1979). *La dimensión de la pobreza en América Latina*. Santiago de Chile: Cuadernos de la CEPAL, Publicaciones de las Naciones Unidas.
- Barbosa, D. E. & Sandoval, A. A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. *Cuadernos de Administración* (01203592), 23(42), 165-181
- Barros, A. A. & Pereira, C. M. M. A. (2008). Emprendedorismo e crecimiento económico: una análise empírica. *Revista de Administração Contemporânea (RAC)*, Curitiba, 12(4), 975-993, out/ dez.
- Baumol, W. J. (1993). *Entrepreneurship, management and the structure of payoffs*. Cambridge: The MIT Press.
- Becerra, A. L. A. (2015). Diferencias en las habilidades emprendedoras desde la categoría género en los y las estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Cooperativa de Colombia. *Ingeniería Solidaria*, 11(18), 23-34. Doi: 10.16925/in.v11i18.988
- Blasco-Burriel, P., Brusca-Alijarde, I., Esteban-Salvador, L. & Labrador-Barrafón, M. (2016). La satisfacción de las mujeres empresarias: Factores determinantes. *Contabilidad y Negocios*, 11(21), 68-92. Doi: 10.18800/contabilidad.201601.005
- Busenitz, L., West III, G., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G., Zacharakis A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions. *Journal of Management*, 29(3), 285-308.

- Cárcamo, H. (2005). Hermenéutica y Análisis Cualitativo. *Cinta moebio*, 23, 204-216.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Santiago de Chile: INTEC. Recuperado de <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estado-delarteenlaenseñanzadelemprendimiento.pdf>
- Contreras, J., Nieto, M., Santafé, A., Alarcón, M., Albornoz, N., Martínez, C., Martínez, M. & Mazuera, R. (2017). Resiliencia en mujeres emprendedoras de la Base de la Pirámide (BoP): una aproximación desde la literatura. En M. E., Graterol, M.I., Mendoza, R., Graterol, J.C., Contreras, J.F. Espinosa, (ED), *La base de la pirámide y la innovación frugal en América Latina* (p.227-247). Cúcuta, Colombia: Ediciones Astro Data y Ediciones Universidad del Zulia.
- Cuevas, J. G. & Gutiérrez, J. R. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, (18), 381-392.
- Déry, R. & Toulouse, J. M. (1994). *La structuration sociale du champs de l'entrepreneurship: le cas du Journal of Business Venturing* [Recherche paper 94-06-02]. Montreal: Maclean Hunter Chair of Entrepreneurship, HEC, the University of Montreal Business School.
- Educación, G. S. (2012). Creatividad, educación e innovación: emprender la tarea de ser autor y no solo actor de sus propios proyectos. *Revista de Investigación en Educación*, 10(1), 7-29.
- Fawaz-Yissi, M. J. & Rodríguez-Garcés, C. (2013). Mujeres rurales y trabajo en Chile Central. Actitudes, factores y significaciones. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72), 47-68.
- Galindo, R. & Echavarría, M. V. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia. *Revista EIA*, (15), 5-94.
- García del J. J., Álvarez M., P. & Reyna Z. R. (2007). Características

- del emprendedor de éxito en la creación de pymes españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 24(3), 1-26.
- García F., M., Sánchez, G., Austria, X. & Maubert, I. (2017). Mujeres: que pisan fuerte. *Entrepreneur México*, 25(5), 30-39.
- Gezer, I. & Pedrada C. S. (2015). Empreendedorismo e suas implicações na inovação e desenvolvimento: Uma análise multivariada com indicadores socioeconômicos. *GCG: Revista de Globalização, Competitividad y Gobernabilidad*, 9(2), 43-60. Doi: 10.3232/GCG.2015.V9.N2.02
- Gray, D. & Cyr, D. (1993). ¿Cómo evaluar su potencial emprendedor? España: Editorial Vergara.
- Harper, S. (1991). *The McGraw-Hill guide to starting your own business*. Estados Unidos: McGraw-Hill.
- Jennings, D. (1994). *Multiple perspectives of entrepreneurship Text, Readings and Cases*. Estados Unidos: South-Western Pub.
- Kao, J. (1989). *Entrepreneurship, creativity and organization*. Estados Unidos: Prentice Hall.
- Kirzner, I. (1971). *Entrepreneurship and the Market Approach to Development*. California: Toward Liberty.
- Koh, H. (1996). Testing hypothesis of entrepreneurial characteristics: a study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(5), 1-11.
- Lasierra, E. J. M. (2016). La idea austriaca de "espíritu empresarial" y las instituciones laborales en la economía global. *Revista de Economía Institucional*, 18(35), 79-99. Doi: 10.18601/01245996.v18n35.05
- Liles, P. (1974). *New Business Ventures and the Entrepreneur*. Illinois, Homewood: Richard D. Irwin, Inc.
- March, I. (1998). El perfil del emprendedor innovador. *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, 11(3), 10-19.
- Maslow, A. (1986). *Teoría de las necesidades humanas*. Copenhagen: Goble Publishing.

- Max-Neef, M., Elizalde, A. & Hopenhayn, M. (2010). *Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro - Segunda Parte. Desarrollo y necesidades humanas*. Madrid: Biblioteca CF+S.
- Mingo A. A., M. E. (2014). Desde la voz de las mujeres. Invisibilización, aprendizaje y oficio de las obreras agroindustriales. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 14(4), 319-328. Doi: 10.5565/rev/athenea.1490
- Muñiz, J., Suárez-Álvarez, J., Pedrosa, I., Fonseca-Pedrero, E. & García-Cueto, E. (2014). Enterprising personality profile in youth: Components and assessment. *Psicothema*, 26(4), 545-553.
- Nueno, I. P. (2003). El espíritu emprendedor. (171-193). En L., J.S. Arnal (Coord.). N., Almiron, E., Bueno, A., Cabezudo, F., Casani, A. J., Fernández, R. J.L., García, E. M. A., Gil, A., La Fuente, M., Ollé, I., De Pablo, M., Planellas, L., Puchol, V., Salas, B., Santos, J.M., Veciana, I., De la Vega, R. Velasco. *Creación de Empresa: los mejores textos*. Barcelona, España: Editorial Ariel S.A.
- Nueno, P. (2012). ¿Cómo debería ser una organización para que se pudiese emprender dentro de ella? *IEEM Revista de Negocios*, 35-36.
- Pereira L. F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 11-37.
- Porter, M. E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*, 1025. Buenos Aires: Vergara.
- Puig, LL, M., Mateu, Sabater M. P. & Rodríguez, Á., N. (2012). Necesidades humanas: evolución del concepto según la perspectiva social. *Aposta*, (54), 1-12.
- Razeto, M. L. (2009). El debate sobre las necesidades, y la cuestión de la "naturaleza humana". *Polis. Revista de la Universidad Bolivariana*, 8(23), 139-167.
- Real Academia Española (2014). *Diccionario de la Lengua Española* (23a ed.). Edición Tricentenario. Madrid, España: Real Academia Española.

- Rodríguez, G. A. (2013). El emprendimiento femenino. *Revista Forbes México*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/el-emprendimiento-femenino/>
- Roure, J. (2011). ¿Cómo y por qué preservar el espíritu emprendedor? *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*, 14(4), 88-91.
- Ruscheinsky, A., Mazuera, R., Albornoz, N. C., Contreras, J. C. (2017). Desigualdades en América Latina a partir de indicadores múltiples. En ME., Graterol, MI., Mendoza, J, R., Contreras Graterol y J.F. Espinosa (Eds.), *La base de la pirámide y la innovación frugal en América Latina* (pp.15-80). Maracaibo, Venezuela: Publicaciones Universidad del Zulia.
- Saavedra G., M. L. & Camarena A., M. E. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Revista Criterio Libre*, 13(22), 130-152.
- Schumpeter, J. A. (1961). *Entrepreneurial profit. In The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Capítulo 4. Buenos Aires: Editorial Planeta.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Stevenson, H. & Gumpert D. (1985). *The heart of entrepreneurship*. Harvard Business Review; March-April. Boston; pp.85-94.
- Timmons, J. A., Spinelli, S. & Tan, Y. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*, 4. Burr Ridge, IL: Irwin.
- Vainrub, R. (2006). Espíritu emprendedor busca ambiente propicio. *Debates IESA*, 11(1), 41-43.

Cómo citar este capítulo:

Albornoz-Arias, N., Mazuera-Arias, R., Santafé-Rojas, A.-K., Vivas-García, M., Cuberos, M.-A., Carreño-Paredes, M.-T., ... Martínez Rozo, C. A. (2018). Espíritu emprendedor femenino. Una revisión desde la teoría de las necesidades humanas. En R. Mazuera-Arias, N. Albornoz-Arias, M. Vivas-García, M.-A. Cuberos, A.-K. Santafé-Rojas, M.-T. Carreño-Paredes, ... M. A. Vera, N. Albornoz-Arias, & R. Mazuera-Arias (Edits.), *Mujer, emprendimiento y empleabilidad: una mirada interdisciplinaria* (pp.45-73). Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar.