

Categorización de los criterios de éxito del emprendimiento femenino en la comuna 1 de Villavicencio - Colombia¹

Categorization of the success criteria for female entrepreneurship in commune 1 of Villavicencio - Colombia¹

Lucila Perilla Ruiz¹; Luz Yarime Peña Ulloa²;
Stefanny Brisseth Jiménez Castro³; Ángela Viviana González Soto⁴



Palabras clave:

contabilidad; criterios de éxito; empoderamiento; emprendimiento; género.

Artículo de investigación

Fecha de recepción:
09 de diciembre de 2020

Fecha de aprobación:
06 de octubre de 2021

Fecha de publicación:
30 de noviembre de 2021

Esta publicación se encuentra bajo licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional



Resumen

Problemática: el emprendimiento ha tenido un auge a través de los años, dada su importancia para el desarrollo económico y social de una región; sin embargo, en el contexto de la investigación es escaso el conocimiento sobre la acción emprendedora de las mujeres. **Objetivos:** en este sentido, el artículo se enfoca en presentar los criterios de éxito del emprendimiento de las mujeres y sus unidades empresariales, ubicadas en la comuna 1 de la ciudad de Villavicencio, desde una mirada de la contabilidad y la economía. **Materiales y métodos:** la metodología que orienta el desarrollo del estudio es de carácter cualitativo, con la aplicación de una entrevista semiestructurada para la recolección de la información obtenida de las empresarias participantes, que se constituyen en una unidad de aná-

- 1 Contadora pública, magíster en Educación. Docente ocasional, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de los Llanos, Colombia. lperilla@unillanos.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7577-2254>
- 2 Economista, magíster en Economía. Docente, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de los Llanos, Colombia. yarime.pena@unillanos.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3628-6277>
- 3 Egresada del programa de Contaduría Pública, Universidad de los Llanos, Colombia. stefanny.jimenez@unillanos.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6754-8789>
- 4 Egresada del programa de Contaduría Pública, Universidad de los Llanos, Colombia. angela.gonzalez.soto@unillanos.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6106-8496>



lisis. Resultados: para el análisis de la información cualitativa se establecen las categorías y subcategorías, en concordancia con los criterios de éxito y como soporte de la caracterización social y económica de las mujeres y sus unidades empresariales. Discusión: dichas observaciones dan cuenta de diferentes situaciones destacadas en su labor empresarial. Conclusión: el ejercicio emprendedor de las mujeres es un aporte sustancial para su vida, sus familias y la sociedad en general. Contribución/ originalidad: esta investigación contribuye a develar el empoderamiento empresarial femenino, dentro de una serie de informes que solo ven a la mujer en calidad de víctima.

Palabras clave: contabilidad; criterios de éxito; empoderamiento; emprendimiento; género.

Códigos JEL: J160 Economía de género; no discriminación laboral, M400 Contabilidad y Auditoría: General, O100 Desarrollo económico: General.

Abstract

Problem: entrepreneurship has had a boom over the years, given its importance for the economic and social development of a region; however, in the context of research, knowledge about the entrepreneurial action of women is scarce. **Objectives:** in this sense, the article focuses on presenting the criteria for the success of women's entrepreneurship and their

*Cómo citar este artículo /
Toreference this article:*

Perilla Ruiz, L., Peña Ulloa, L. Y., Jiménez Castro, S. B., & González Soto, Ángela V. . (2021). Categorización de los criterios de éxito del emprendimiento femenino en la comuna 1 de Villavicencio- Colombia. Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios), 8(2), e-295. <https://doi.org/10.22579/23463910.295>

business units, located in commune 1 of the city of Villavicencio, from an accounting and economic perspective. **Materials and methods:** the methodology that guides the development of the study is qualitative, with the application of a semi-structured interview to collect the information obtained from the participating businesswomen, which constitute a unit of analysis. **Results:** for the analysis of qualitative information, the categories and subcategories are established, in accordance with the success criteria and as a support for the social and economic characterization of women and their business units. **Discussion:** these observations account for different outstanding situations in their business work. **Conclusion:** the entrepreneurial exercise of women is a substantial contribution to their lives, their families and society in general. **Contribution/originality:** this research contributes to unveil female business empowerment, within a series of reports that only see women as victims.

Cómo citar este artículo /
Toreference this article:

Perilla Ruiz, L., Peña Ulloa, L. Y., Jiménez Castro, S. B., & González Soto, Ángela V. . (2021). Categorización de los criterios de éxito del emprendimiento femenino en la comuna 1 de Villavicencio- Colombia. Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios), 8(2), e-295. <https://doi.org/10.22579/23463910.295>

Keywords: accounting; empowerment; entrepreneurship; gender; success criteria.

JEL Codes: J160 Economics of Gender; Non-labor Discrimination, M400 Accounting and Auditing: General, O100 Economic Development: General.

Introducción

En la actualidad, el emprendimiento es reconocido como la dinámica que potencia el desarrollo económico y social. De acuerdo con Lederman et al., (2014), “el emprendimiento es un motor fundamental del crecimiento y el desarrollo” (p. 1). Los autores también afirman que durante casi diez años los analistas e inversores han considerado a las economías emergentes, incluyendo las de algunos

países de América Latina y la región Caribe, como los nuevos motores del crecimiento.

Igualmente, el emprendimiento como campo de conocimiento permea los ámbitos económicos, sociales, motivacionales y políticos del emprendedor. En este sentido, autores como Marulanda *et al.*, (2009) afirman que “el emprendimiento es una de las características que determina el

crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar” (p.2). De esta manera, es ineludible tener en cuenta la importancia de incluir en el estudio al emprendedor, que se define como una persona con “la capacidad de iniciar y operar empresas nuevas” (Ortiz & Santacruz, 2016, p. 9), es decir, el emprendedor como persona, como conjunto de aptitudes y habilidades necesarias para el éxito del emprendimiento.

En el plano general, estas aptitudes y habilidades propias del emprendedor no tienen distinción de género; sin embargo, para el caso de la investigación es necesario hacer esta diferencia; autoras como Lamas (1999), Scott (1996) y Rubin (1986) (citadas en Cano & Arroyave, 2014) señalan al género como “la construcción cultural de la diferencia sexual; construcción que tiene un carácter relacional, pues implica necesariamente las relaciones entre los sexos” (p. 99). Este concepto se circunscribe al emprendimiento desde el empoderamiento de la mujer y su condición con un enfoque diferenciador de género.

En tal sentido, el empoderamiento de lo femenino se toma desde la autonomía en la toma de decisiones y su papel dentro de la sociedad. Para Ruiz (2018), el empoderamiento, “en el caso específico de las mujeres, se centra en cambiar la situación de subordinación en la que se encuentra la mujer” (p. 34). Este enfoque de género brinda una posibilidad para que las mujeres accedan a su autonomía

económica. Según Enríquez (2016), el ingreso económico que obtienen las mujeres les permite aliviar su situación de pobreza y, a su vez, les ofrece una posición de resguardo, la cual garantiza un poder de negociación al interior del hogar que se traduce en varias dimensiones en sus vidas.

El empoderamiento económico de la mujer es concebido, para el caso de este estudio, desde la creación y el sostenimiento de pequeñas unidades empresariales que, a partir de la aplicación de elementos de éxito, entendiendo que “los resultados se presentan en términos de las características de los elementos o aspectos que asumen una importancia máxima en los emprendimientos observados” (Arboleda & Zabala, 2011, p. 83), posibilitan el surgimiento y la perdurabilidad de los emprendimientos femeninos.

El desarrollo metodológico del proyecto se soporta en la investigación acción. Según Vidal y Rivera (2007), “es una forma de investigación que permite vincular el estudio de los problemas en un contexto determinado con programas de acción social, de manera que se logren de forma simultánea conocimientos y cambios sociales” (párr. 2). La investigación acción pretende la generación del conocimiento como una creación conjunta entre el equipo de investigación y la unidad de análisis o sujetos investigados. En esta perspectiva, los aspectos que componen el proceso “median o influyen en la generación del conocimiento; lo que hace necesario “meterse en la realidad”, objeto

de análisis, para poder comprenderla tanto en su lógica interna como en su especificidad” (Sandoval, 2002, p. 29).

Esta investigación tiene como propósito contribuir con la categorización de las experiencias exitosas de mujeres como sujeto activo de emprendimiento en la comuna 1 de la ciudad de Villavicencio, en el período 2011-2016.

En su estructura el documento presenta el método, siendo un estudio cualitativo; el análisis, con las categorías emergentes y sus respectivas subcategorías; los resultados, enlazados con los fundamentos teóricos desde cada categoría y, por último, las conclusiones.

Método

El estudio se soporta en un enfoque de carácter cualitativo en el que, según Taylor y Bogdan (2000), “el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo” (p. 7). En este sentido, se trabaja de manera consensuada y participativa con mujeres empresarias. Para soportar la perspectiva holística se articula con la investigación de acción participativa (IAP), ya que, de acuerdo con Vidal y Rivera (2007), este tipo de investigación vincula el estudio de las problemáticas de una comunidad en un contexto, con el interés práctico de empoderar y generar conocimientos sociales de manera colectiva. Es así como junto con las mujeres que

conformaron la unidad de análisis se determinan los criterios de éxito en el ejercicio de su emprendimiento.

Con el propósito de clasificar la unidad de análisis, entendida como los sujetos que asumen experiencias propias en un contexto para develar de manera participativa un conocimiento cultural y social (Alvarado *et al.*, 2009), se tomaron 12 empresarias con sus empresas, ubicadas en la comuna 1 de la ciudad de Villavicencio.

Análisis

Para obtener la información cualitativa se diseñó y aplicó una entrevista semiestructurada que da cuenta de las categorías y subcategorías de análisis, las cuales se relacionan en la tabla 1. Estas emergen del proceso dialógico entre las investigadoras y la unidad de análisis.

Las categorías de análisis se presentan como conceptos de los criterios de éxito, los cuales son: emprendimiento femenino, innovación en el emprendimiento, creación de empleo, factores financieros y de rentabilidad, contabilidad y formalización de la empresa, perdurabilidad empresarial y participación en redes de apoyo y contactos.

Las subcategorías, entendidas como la característica o atributo de la categoría, sirven para detallar la información que se desea interpretar (Vargas, 2013). Estas se derivan de los criterios de éxito, que se encuentran relacionados en la tabla 1.

Tabla 1. Categorías emergentes del análisis de la información obtenida en las entrevistas

Categorías (criterios de éxito del emprendimiento)	Subcategorías	Tendencias	Relación de las categorías	Categorías finales (construcción de sentido)
1. Emprendimiento femenino	<ul style="list-style-type: none"> La representación legal Experiencia como empresaria 			
2. Innovación en el emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> Recursos tecnológicos Mejoras o cambios en los procesos 			
3. Creación de empleo	<ul style="list-style-type: none"> Autoempleo Generación de empleo 			
4. Factores financieros y de rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Fuente de financiamiento Factores de rentabilidad 	Desde: Cartografía social y el emprendimiento y género	Los criterios de éxito del emprendimiento	Relación entre lo que muestra el análisis estructural de las categorías (de trabajo y emergentes) y subcategorías, los planteamientos del marco teórico y la información de la entrevista.
5. Contabilidad y formalización de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> Formalización empresarial Procesos contables 			
6. La perdurabilidad empresarial	<ul style="list-style-type: none"> Sostenibilidad empresarial (temporalidad, fidelización, reconocimiento) 			
7. Participación en redes de apoyo y contactos	<ul style="list-style-type: none"> Contribución al desarrollo económico Vinculación y cohesión externa 			

Fuente: Perilla *et al.* (2018).

Resultados

Con relación a la información obtenida en la entrevista, se presentan los resultados de las categorías y sus respectivas subcategorías, de la siguiente manera:

Desde la categoría del emprendimiento femenino

Trata de la importancia que tiene la mujer que crea empresa en una so-

riedad y cómo con esta contribuye al crecimiento y desarrollo de la economía en el contexto donde se ubica su unidad de negocio. Para Santander (2019), en la última década han comenzado a surgir investigaciones que miran desde un enfoque crítico la inclusión de la mujer en estos escenarios, centrándose en los impactos en su calidad de vida, las transformaciones del mundo del trabajo y las diferentes prácticas y multiplicidad de roles que deben desplegar: la mujer

como sujeto relevante, observada más allá de la actividad emprendedora (p. 2).

A continuación, se explicitan las subcategorías representación legal y experiencia como empresaria que emergen de la información y de los imaginarios colectivos que han construido las empresarias participantes desde sus experiencias.

Representación legal

Es la facultad que permite a una persona ser autorizada para la toma de decisiones que afectan o benefician la actividad diaria de una empresa; por lo tanto, esta persona es responsable de los resultados obtenidos durante las transacciones. En cuanto al análisis de la información, se halla que no todas las mujeres son las representantes legales de sus propias empresas. Una de ellas manifestó que el ser mamá se le convertía en una barrera al momento de estar al frente del ejercicio económico diario que una empresa necesita para funcionar, mientras que su esposo tenía más tiempo para dedicarle a la empresa. Otra de las empresarias entrevistadas expone que “inicialmente era una mujer, pero a la mujer le dieron oportunidad de otro trabajo y pues tú sabes que la representación debe ser con alguien de confianza, o sea, uno no le puede dar el nombre de la empresa a un desconocido y pues yo confío en ella pero a ella se le presentó otra oportunidad también de abrir su propia empresa y pues la verdad yo lo puse en un amigo que conozco

desde hace muchos años para no tener problemas” (entrevista n.º 5). En otra entrevista se menciona que “es un respaldo en caso de alguna complicación, además tengo un hijo que necesita tiempo como un tercer trabajo” (entrevista n.º 6).

Esta condición implica que los compromisos familiares limitan la posibilidad de que algunas mujeres puedan tener el control legal de sus empresas, porque la situación se torna en acciones que interactúan permanentemente con su papel emprendedor.

Experiencia como empresaria

La mayoría de las empresarias no han concebido su condición de mujer como el impedimento al momento de ejercer su acción emprendedora. Sin embargo, algunas de ellas han sentido que por ser mujeres se les ha complicado su papel debido a los mitos y tabúes que la sociedad tiene y que son transferidos de una generación a la otra. En la información de la entrevista se encontraron relatos que amparan la fortaleza de la mujer en su ejercicio emprendedor y otros que develan algunas situaciones difíciles que surgen en la cotidianidad, como “ha sido muy buena porque he conocido mucha gente, me han querido mucho, hay gente que ha venido hace más de 50 años acá al hotel y al restaurante y eso que echan de menos por el restaurante, y estoy activa” (entrevista n.º 1); “el arte difícil es manejar los empleados, en el gremio, no sé si en todos, en el mío, manejar hombres es muy complicado, la ver-

dad, ha sido de complique, ha sido de traer a alguien, a otro hombre que se siente al lado mientras les hago un reclamo, por ejemplo” (entrevista n.º 3).

Imaginario colectivo con relación a la cultura

Esta subcategoría emerge de las respuestas de las participantes a partir de su experiencia en su práctica emprendedora, en la que han encontrado obstáculos para su vida profesional. Con respecto al concepto de imaginario colectivo, Ledrut (1987, citado en Carretero, 2004) afirma que “... no son representaciones, sino esquemas de representación. Estructuran en cada instante la experiencia social y engendran tanto comportamientos como imágenes reales” (p. 7). En consecuencia, las creencias de los clientes representan limitantes para sus actividades, particularmente para las empresarias de salones de belleza debido a que “hace como unos 23 años cuando recién me gradué, sí, por la condición de ser mujer, solo me permitían ser manicurista, me especialicé en todo lo que era la rama de peluquería en todo servicio porque en ese entonces le enseñaban a uno de todo, y solo me recibían como manicurista, no me dejaban ejercer mi profesión como tal, si era hombre, hasta las mismas mujeres nos rechazaban, si tenía que cortar el pelo a un hombre porque si no le achilábamos el pelo el rechazo venía de nosotras mismas, y los hombres en cuanto al machismo” (entrevista n.º 3).

El contexto cultural se encuentra atravesado por una serie de creencias

que se reproducen y se perpetúan, generando patrones de exclusión, estancamiento, poder y control (Cano, 2014) que, para este caso, afectan el proceso emprendedor de las mujeres.

Desde la categoría de innovación en el emprendimiento

Se trata de innovación cuando se logra realizar algo novedoso que genera un cambio en la perspectiva de un lugar o de un producto y logra hacer la diferencia frente al resto de la oferta. De esta categoría se derivan las siguientes subcategorías de análisis:

Recursos tecnológicos

Es la unión de los conocimientos que crean los procesos y artefactos que facilitan el diario vivir. En cuanto a la tecnología, para Bunge (2004) “un cuerpo de conocimientos es una tecnología si y solamente si: (i) es compatible con la ciencia coetánea y controlable por el método científico, y (ii) se emplea para controlar, transformar o crear cosas o procesos, naturales o sociales” (p.190). De acuerdo con la información entregada por las empresarias, ellas homologan la tecnología con los aparatos electrónicos y algunos procesos necesarios para desarrollar su actividad empresarial. “Sí, contribuye mucho porque el televisor lo necesitamos, hay gente que le gusta ver los partidos, hay gente que le gusta ver las noticias, hay señoras que no entran si no está la novela, entonces uno les pone lo que a ellos les gusta, el computador sirve para mostrar, ahora ya la revista no se usa, sino

que uno busca en el amigo google” (entrevista n.º 3). “No, tanto tecnológico no, yo soy más artesanal, todo ha sido artesanal, no tengo mucho conocimiento en sistemas. No, todo lo manejó manualito” (entrevista n.º 4).

El acceso a la tecnología en el ámbito empresarial se da de acuerdo con aspectos como el tamaño, la naturaleza y la ubicación (Estrada *et al.*, 2019). En lo correspondiente a la unidad de análisis de la investigación, se observa que la adquisición e implementación de procesos y artefactos tecnológicos es incipiente. Esto se genera debido a los aspectos enunciados anteriormente.

Mejoras o cambios en los procesos

Los cambios que proponen son físicos, como el mantenimiento locativo del establecimiento. También, en los procesos afirman que deben buscar la manera de mejorar la calidad del producto hasta que este sea tan novedoso que logre marcar la diferencia entre la competencia del sector. Otras empresarias afirman que es indispensable estar actualizadas con la normatividad vigente según sea su actividad, por ejemplo, los formatos que se presentan ante la Dian y en las auditorías en general. Así mismo, se encuentra la empresaria que se siente cómoda con los resultados que ha tenido y por eso no realiza cambios en ningún proceso de su empresa.

Desde la categoría de creación de empleo

Entendida como la generación de puestos laborales con oferta a miembros de

la comunidad que ayuden al desarrollo empresarial y social por medio de un trabajo remunerado. El emprendimiento busca emplear a las personas y mejorar así su calidad de vida.

Las subcategorías se dividen en autoempleo y generación de empleo. Estas emergen para fortalecer la categoría de creación de empresa.

Autoempleo

Todas las mujeres que participaron en este proyecto laboran en sus propias empresas, buscando ingresos que puedan sostener a sus familias. “Estoy dando crecimiento en el comercio” (entrevista n.º 2).

El autoempleo surge de la escasez de oportunidades laborales. Es cuando se toma como opción ser trabajador por cuenta propia de manera autónoma e independiente, lo cual contribuye a sufragar los gastos del negocio participando en el desarrollo diario de la actividad económica (Aguilar *et al.*, 2014). El argumento general de las empresarias participantes es la búsqueda de la autonomía económica para obtener el estatus de proveedora para su núcleo familiar y dar manejo a la obtención de tiempo suficiente para la dedicación a su hogar.

Generación de empleo

Una de las habilidades del emprendimiento empresarial es la generación de empleo como contribución al desarrollo social y económico de las comunidades. Para las mujeres, es un

factor de empoderamiento y autonomía (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2011).

Esta dinámica se ve desde una perspectiva prometedora porque todas las empresarias delegan funciones en otras personas. La mayoría de los empleados habitan en la misma comuna donde se ubica la empresa. Las participantes de la unidad de análisis afirman que necesitan de otras personas para el buen funcionamiento de la empresa; pero también que trabajar con recurso humano tiene ciertas desventajas, por ejemplo, cualquier error que sea cometido por el trabajador debe ser asumido por la propietaria. La imagen de la empresa depende del desempeño de los empleados, en especial del vínculo que se establece con el servicio al cliente. "Sí, claro, los empleados son de mi barrio o mi comuna, pero sí del recurso humano que está formado porque pues uno tiene que emplear personal capacitado" (entrevista n.º 5).

El proyecto demostró que la mayoría de ellas han recibido personal sin experiencia como primer empleo, aunque también han empleado personas con algún tipo de discapacidad. De esta manera, se refleja el aporte económico y social de las mujeres y su emprendimiento.

Desde la categoría factores financieros y de rentabilidad

Son la base económica con la que se inicia y se sostiene un negocio. Se presenta como una de las mayores problemáticas debido a que los

mecanismos de financiación son mínimos o de difícil acceso. "Diferentes estudios han planteado insistentemente, como una de las principales problemáticas asociadas al desarrollo empresarial, la falta de mecanismos especializados para la financiación tanto de las nuevas empresas, como del desarrollo de las existentes" (Matíz & Mogollón, 2008, p.2).

Con la categoría factores financieros y de rentabilidad se relacionan las siguientes subcategorías de análisis:

Fuentes de financiamiento

Entendida como recursos financieros que obtienen las empresas de instituciones públicas o privadas para el desarrollo de sus funciones (Canossa & Rodríguez, 2019). En su mayoría, las empresarias están de acuerdo en afirmar que no han necesitado de créditos del sector bancario para la creación y sostenimiento de sus empresas; para este fin han contado con recursos propios. Solo dos de ellas han optado por la financiación de la banca, como único medio de ayuda al momento de la creación y también para el mantenimiento de su ente económico. Muy pocas han recurrido a la modalidad de créditos informales o comúnmente denominados gota a gota en el momento de la creación de su empresa. Las demás se muestran reacias y temerosas de este tipo de financiación. En algunas respuestas se encuentra que "los créditos me han servido para invertir y mantener la empresa". En cuanto a créditos gota a gota, la misma empresa sostiene que "sí, al principio, como en ese tiempo le

daban a uno casi 50 días para pagar eso, y lo utilicé como dos años, pues lo necesitaba para meterle a esto y como no tenía vida crediticia en el banco” (Entrevista n.º 1).

Factores de rentabilidad

Se toman como elementos esenciales para el sostenimiento y perdurabilidad de la empresa (Acosta *et al.*, 2002). Estos varían según la actividad económica de las unidades empresariales. Entre los aspectos que surgieron se encuentra el reconocimiento, entendido como el conocimiento que poseen las personas acerca de los aspectos favorables de sus productos y servicios. Estas ventajas garantizan el *voz a voz* como estrategia de publicidad, que sirve para convocar más clientes. Otro factor de rentabilidad es la mesura; ser precavido en el manejo del dinero es muy importante a la hora de buscar la perdurabilidad, no gastar más de lo que se gana, manejar bien los costos. Una empresaria mencionó que le funciona la estrategia de mantener los precios cómodos en los tiempos difíciles cuando la competencia aumenta, dinámicas como conocer el mercado, aprender a reconocer las necesidades de las personas para ofrecer el servicio que supla sus expectativas. Por último, una de las empresarias lo lleva al nivel de sus creencias religiosas, que le han permitido la perdurabilidad de su negocio. “Bajar el precio, es que ya es muy desleal... Pues no” (entrevista n.º 3); “manejar buen tema de costos en materia prima especialmente, o sea, para saber de una receta cuánto sale cada plato, para mis costos” (entrevista n.º 6).

Desde la categoría de la contabilidad y la formalización de la empresa

La contabilidad de una empresa muestra con fidelidad el movimiento transaccional de esta, con datos determinantes para la toma de decisiones. Se infiere que el futuro del ente económico radica en la información contable, su recolección, organización, análisis y publicación. Para Cabeza y Castrillón (2005) la contabilidad:

Se trata de una ciencia que, como se planteó anteriormente, parte de un esquema empírico, ya que sus conceptos se fundamentan sobre hechos reales, pero se termina en un escenario racionalista, donde se hace abstracción de la realidad para poder, precisamente, dar explicación a los múltiples hechos de la realidad contable. (p.19)

Las empresas que se encuentran legalmente constituidas logran dar más credibilidad de su producto a sus clientes.

Con relación a la contabilidad y formalización de la empresa, surgen las siguientes subcategorías:

Formalización empresarial

Esta condición se da cuando las empresas “cumplen con la ley y con los requisitos necesarios para su operación e incentivan a que sus proveedores se organicen dentro de este mismo marco de cumplimiento de requisitos de operación” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia

[Mincit], 2019, párr. 5). Las opiniones de las empresarias en cuanto a la legalización son muy distintas, pero se orientan al mismo objetivo: lograr la credibilidad del producto y la seguridad del cliente al momento de elegir su empresa. Una de las empresarias dice que la legalización de la empresa significa que ninguna persona podría reclamar derechos sobre esta, por lo tanto, lo ven como una manera de resguardar su patrimonio, mientras que algunas lo toman como el reconocimiento de la marca registrada en Cámara de Comercio. Otra lo ve desde una perspectiva moral afirmando que, cuando se actúa con honestidad bajo la legalidad de la norma, el negocio está llamado a ser próspero.

Para una empresa en crecimiento, la legalidad sirve para contratar con el Estado, debido a que este es uno de los requisitos fundamentales. Así mismo, legalizar una empresa es la mejor garantía a la hora de solicitar un crédito bancario o el respaldo de alguna otra entidad financiera. "Sabe uno que la empresa es suya y nadie se la va a venir a quitar y que puede disponer, he obtenido créditos" (entrevista n.º 1); "tiene muchas ventajas porque yo tengo contratos. Me han salido muchos contratos con entidades oficiales y entonces necesita tener uno toda la papelería al día para poder contratar, si no, no se puede" (entrevista n.º 4).

Procesos contables

Todas las empresarias poseen una opinión unánime en la importancia

de llevar contabilidad, el registro de los ingresos y los gastos es vital para el conocimiento de la rentabilidad del negocio, si está generando ganancias o pérdidas, si está en condición de contratar más personal; también en la toma de decisiones trascendentales como la adquisición de obligaciones bancarias, entre otras. Cada una de ellas acepta la colaboración de un contador porque este es el profesional apropiado para el manejo de costos, gastos e ingresos. Además, la mayoría es declarante de renta, por lo que la asesoría del contador público es obligatoria. De igual forma, utilizan procesos en otras actividades propias de la empresa, como el registro y control de los inventarios. En este sentido, se presentan algunos argumentos de las empresarias: "Básico, básico, sí, sí quiero saber realmente las utilidades y los rendimientos que estoy teniendo, pues tengo que tener control estricto de mis gastos, de mis costos y llevar un presupuesto" (entrevista n.º 6).

Desde la categoría de la perdurabilidad empresarial

Se define como la capacidad que tiene una entidad de sostenerse durante el paso del tiempo, por varias generaciones, sin caer en la obsolescencia, mostrando mejoras y modernizando su producto o servicio.

Una empresa perdurable es aquella que a través del tiempo presenta resultados financieros superiores. Adecúa su manejo a la intensidad de las condiciones del entorno sectorial y a

las fuerzas del mercado. Se enfoca en espacios no explotados y hace un estudio detallado de sus competidores, diseñando y ejecutando productivamente la cadena de valor. Es aquella que obtiene desempeños eficientes en su gestión por la coherencia en su acción, la identificación de su entorno sectorial y sus políticas de gobierno, evitando estados de morbilidad que dificultan su crecimiento rentable y que puede llegar a estados tanáticos. Propicia la alineación de las personas con la empresa, la construcción de conocimiento y la calidad en los procesos de interacción social (Vélez *et al.*, 2005, citados en Rivera, 2012, p.107).

Para la contribución al análisis de la categoría de perdurabilidad empresarial surgen las siguientes subcategorías:

Sostenibilidad empresarial

Para esta subcategoría se toman los criterios de temporalidad, fidelización y reconocimiento. Estos permiten a las empresas su sostenibilidad en el tiempo. Según las empresarias, se refiere a la buena administración, un excelente servicio al cliente, la calidad del producto, el recurso humano capacitado, efectivo y eficaz, capaz de solucionar los problemas de los clientes y cumplir con sus requisitos y, por último y con mucha relevancia, el hecho de llevar una contabilidad organizada para comprender el desarrollo económico que la empresa tiene a través del tiempo. Las siguientes respuestas dan sentido a la información para esta subcategoría: “La buena administración, la calidad en la atención a la clientela, la contabilidad

que se lleva para no tener más gastos de lo que se produce” (entrevista n.º 1); “pues el buen servicio, no hay otra, el buen servicio, la calidad de los productos, la buena atención a los clientes” (entrevista n.º 3).

Desde la categoría de la participación en redes de apoyo y contactos

Se entienden como estructuras organizadas con el único objetivo de apoyarse entre sí para que cada uno de sus miembros se beneficie de una manera u otra. Esto es posible cuando varias entidades deciden agruparse con la idea de participar en la solución de un mismo problema. En el caso del emprendimiento femenino, las redes de apoyo comparten como finalidad que las mujeres puedan sacar adelante las empresas que crearon sin encontrar obstáculos relacionados con su género y aquellos que normalmente se presentan a cualquier empresa, tal como la ayuda económica o la capacitación del recurso humano.

Las subcategorías que sobresalen en la participación en redes de apoyo y contactos son:

Contribución al desarrollo económico

La contribución al desarrollo económico depende del aporte que las empresas puedan brindar al contexto donde desarrollan su actividad. Las empresarias opinan que sus servicios contribuyen con el buen nombre y que sus ofertas convocan a compra-

dores de otras zonas para que adquieran sus productos y servicios en sus puntos de venta. Esta dinámica brinda un mejoramiento al crecimiento económico y al reconocimiento ante la sociedad. También, posibilita la generación de empleo para los mismos integrantes de la comunidad y sus familias. Los beneficios económicos para las empresarias se miden por el servicio y la calidad, como afirman en sus respuestas: "Crecimiento en el comercio" (entrevista n.º 2); "bueno esta empresa contribuye a generar empleo porque pues uno necesita sus empleados. El turismo porque llega turismo y ya está reconocida, mucha gente viene, ya la busca, entonces para esas dos cosas yo creo que contribuimos" (entrevista n.º 4).

Vinculación y cohesión externa

Las empresarias esgrimen que no cuentan con ayudas externas o alguna conexión que les permita proteger su patrimonio y amparar su empresa, aunque muy pocas manifestaron que conocían las capacitaciones que brinda de forma gratuita la Cámara de Comercio y aun así no aprovechan estas oportunidades. En este sentido, se traen algunas respuestas obtenidas de la aplicación de la entrevista: "No, solo cuando me llamaron para la capacitación de hotelería y turismo en la Unillanos" (entrevista n.º 1); "no, ninguna, no me he afiliado" (entrevista n.º 4); "sabemos que la Cámara de Comercio ofrece muchos cursos que en algún momento sí valen la pena, pues estar mirando, pues sobre todo en el tema del Invima, claro que no tenemos producción masiva, pero sí

estar al día pues en esos cursos, sabiendo que ellos todo lo dictan y pues brindan ese apoyo" (entrevista n.º 6).

Discusión

Para lograr los objetivos propuestos, se inició por revisar la relevancia de las actividades económicas de las empresarias y sus unidades. Se encontró que en la comuna 1 se agrupan alrededor de ocho actividades económicas, en las que los hoteles, restaurantes y expendio de bebidas y alimentos ocupan el primer lugar de participación. En este sentido, fue posible inferir que el sector servicios es un eje significativo de nuevas oportunidades empresariales para que las mujeres logren posicionar su quehacer, consolidar su experiencia y contribuir a la generación de ingresos para su núcleo familiar.

El estudio encuentra que algunos elementos de la cultura, como las creencias y el machismo, persisten y causan la limitación de la acción emprendedora de la mujer, que de manera invisible continua presente. Además, acentúa la poca credibilidad del liderazgo de la mujer en el ámbito económico, lo cual se visibiliza en la representación legal de sus empresas y en la interacción con sus empleados, clientes y proveedores. Con relación a este fenómeno, el Banco Mundial (2010) reconoce que las brechas de género impiden la igualdad de condiciones entre mujeres y hombres para la creación de empresa.

De igual forma, diversos estudios sobre emprendimiento femenino se

enfocan en realizar investigaciones desde una mirada meramente cuantitativa, que se queda en la presentación de datos sobre las brechas del emprendimiento entre hombres y mujeres, pero no se esmeran en develar las condiciones de las mujeres como sujetos emprendedores, desde una perspectiva más cualitativa.

Conclusiones

El estudio develó en los criterios de éxito ciertas situaciones a destacar, como la representación legal de sus negocios, que solo es ejercida por la mitad de las mujeres que conformaron la unidad de análisis y de trabajo. La innovación se toma como la creación de nuevos productos y la implementación de procesos incipientes en sus empresas, mientras que la tecnología es atribuida a la adquisición de artefactos electrónicos para mejorar la producción o la prestación del servicio.

El autoempleo, como alternativa de autonomía económica y sostenimiento de su núcleo familiar, en concordancia con la creación de empleo, se remite a la generación de pocos puestos de trabajo para personas que viven en los barrios circundantes donde se ubica la unidad económica. Con relación a la rentabilidad, esta se centra en el servicio al cliente, la calidad de los servicios y la conveniencia de los procesos.

Un aspecto que debe reconocerse es la apuesta de las mujeres empresarias por mejorar su nivel académico, para que les permita ser competitivas en el medio empresarial y en el

fortalecimiento de su conocimiento, considerando que este contribuye a la construcción de su experiencia como un criterio determinante para la perdurabilidad de los negocios y, por tanto, es un factor de éxito.

En cuanto al establecimiento de redes de apoyo para el fortalecimiento empresarial, se detectó que el Estado no ha sido un apoyo en la creación y sostenimiento del ejercicio empresarial a pesar del surgimiento de políticas con objetivos de crecimiento y desarrollo económico mediante el apoyo al género femenino. En la búsqueda de la información en los planes de desarrollo del gobierno a nivel nacional, departamental y municipal, se encuentra que las acciones de emprendimiento femenino están enfocadas solamente a mujeres en calidad de víctimas y se excluyen las que no se encuentran en esta situación.

Información complementaria

Agradecimientos: a las mujeres empresarias de la comuna 1 de Villavicencio, gracias por su apoyo y por el tiempo que dedicaron para participar en esta investigación. Expresamos nuestra gran admiración por su valentía y liderazgo para llevar a cabo sus ideas emprendedoras y contribuir así con el desarrollo económico de la región. A la Universidad de los Llanos, que nos brindó el tiempo, los recursos y los avales institucionales para el desarrollo de este trabajo investigativo. A las estudiantes que aportaron sus conocimientos profesionales y tiempo para que este trabajo llegara a su término.

Contribución de las autoras: **Lucila Perilla Ruiz**, investigadora principal. La responsabilidad se centra en administrar y fungir como garante de la culminación del proyecto de investigación y la producción intelectual fruto de este. **Luz Yarime Peña Ulloa**, coinvestigadora. Es corresponsable en el proyecto de investigación, para el cumplimiento de los objetivos, el análisis de la información y la orientación de las estudiantes participantes. **Stefanny Brisseth Jiménez Castro**, estudiante auxiliar de investigación. Su responsabilidad en el proyecto fue la aplicación de los instrumentos para la obtención de la información. Ángela Viviana González Soto, estudiante auxiliar de investigación. Su responsabilidad en el proyecto fue la aplicación de los instrumentos para la obtención de la información.

Conflicto de intereses: se declara que este escrito no representa ninguna situación de conflicto de intereses de índole económica, política, familiar, sentimental o de otra naturaleza que puedan afectar la ejecución de la publicación del presente trabajo de investigación.

Financiamiento: el financiamiento para el desarrollo de esta investigación fue dado por la Universidad de los Llanos. Este artículo es producto del proyecto de investigación *Mapeo participativo de experiencias exitosas de mujeres, como sujeto activo de emprendimiento en la comuna 1 de la ciudad de Villavicencio* con código C01-F05-029-2017, aprobado mediante cesión n.º 07 del 11 de julio de 2017, convocatoria de fortalecimiento

a grupos de investigación categorizados, de la Universidad de los Llanos.

Referencias

- Acosta, M., Correa, A. & González, A. L. (2002). Factores determinantes de la rentabilidad financiera de las Pymes. *Revista española de financiación y contabilidad*, 31(112). 395-430. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/44885>
- Aguilar, J., Mungaray, A. & Ramírez, M. (2014). Género y autoempleo en México durante la recesión de 2008-2009: un estudio de flujos laborales. *Papeles de población*, 20(80).145-191. <https://bit.ly/307Eouk>
- Alvarado, S. V., Martínez, J. E. & Muñoz D. A. (2009). Contextualización teórica al tema de las juventudes: una mirada desde las ciencias sociales a la juventud. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 7(1), 83-102. <https://bit.ly/3ofjyS3>
- Arboleda, O. L. & Zabala, H. (2011). Condiciones clave para el éxito y sostenibilidad de los emprendimientos solidarios de Medellín. Semestre Económico, 14(28), 77-94. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=165022468006>
- Banco Mundial. (2010). Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina. Washington: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, Banco Mundial. <https://www.bivica.org/files/mujeres-empresarias.pdf>
- Bunge, M. (2004). *Epistemología*. Siglo veintiuno (XXI) editores.
- Cabeza, L. & Castrillón, J. (2005). Necesidades de las bases conceptuales contables del área financiera en los estudiantes de Administración de Em-

- presas. *Pensamiento & Gestión*, (18), 69-102. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64601804>
- Cano, M. (2014). Transformaciones performativas: agencia y vulnerabilidad en Judith Butler. *Oxímora: Revista Internacional de Ética y Política*, 1(5), 1-16. <https://raco.cat/index.php/Oximora/article/view/288455>
- Cano, T. A. & Arroyave, O. A. (2014). Procesos de empoderamiento de mujeres: subjetivación y transformaciones en las relaciones de poder. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 42, 94-110. <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/497/1033>
- Canossa, H. & Rodríguez, R. (2019). Estrategias de financiamiento, un reto para las pymes comerciales de Guanacaste. *InterSedes*, 20(42), 104-117. <https://dx.doi.org/10.15517/isucr.v20i42.41845>
- Carretero, A. E. (2004). La relevancia sociológica de lo imaginario en la cultura actual. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, (9), 0. <https://www.redalyc.org/pdf/181/18100906.pdf>
- Enríquez, M. (2016). *Los Procesos de Empoderamiento de las mujeres que se asocian para superar la pobreza - caso REDEPS* [tesis de maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Quito, Ecuador]. Repositorio Institucional FLACSO. <http://hdl.handle.net/10469/10771>
- Estrada, S., Cano, K. & Aguirre, J. (2019). ¿Cómo se gestiona la tecnología en las pymes? Diferencias y similitudes entre micro, pequeñas y medianas empresas. *Contaduría y Administración*, 64(spe1). <https://bit.ly/3qqqmPu>
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S. & Rigolini, J. (2014). *Resumen el emprendimiento en América Latina. Muchas empresas y poca innovación*—Resumen. Washington, DC: Banco Mundial. Licencia: Creative Commons Attribution CC BY 3.0
- Marulanda, J., Correa, G. & Mejía, L., (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (66), 153-168. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20620269008>
- Matíz, F. & Mogollón, Y. (2008). La cadena de financiación: Una necesidad para el desarrollo económico y social a partir del emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (63), 59-72. <http://www.redalyc.org/pdf/206/20611455005.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2019). *Estrategias para el Desarrollo y la Formalización Empresarial*. <https://www.mincit.gov.co/minindustria/inicio>
- Organización Internacional del Trabajo (2011). *Género y Emprendimiento Guía de formación para mujeres empresarias*. <https://bit.ly/3Hl8iN1>
- Ortiz, G. & Santacruz, C. (2016). *Análisis de los factores claves de éxito para el desarrollo del espíritu emprendedor en las universidades del distrito metropolitano de Quito y Cantón Rumiñahui por facultades* [tesis de pregrado, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador]. Repositorio Institucional ESPE. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/12187>
- Perilla, L., Peña, L.Y. & Ruiz, M.C. (2018). *Informe final proyecto de investigación Mapeo participativo de experiencias*

- exitosas de mujeres, como sujeto activo de emprendimiento en la comuna 1 de la ciudad de Villavicencio. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de los Llanos.
- Rivera, H. (2012). Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos. *Cuadernos de Administración*, 28(47). 103-113. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225025086009>
- Ruiz, E. (2018). *Comunicación y empoderamiento de la mujer: estrategia de Comunicación como medio para visibilizar el rol que cumplen las Mujeres yachachiq de Canas (Cusco) en el desarrollo económico local* [tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12341>
- Sandoval, C. (2002). *Especialización en teoría, métodos y técnicas de investigación social (Proyecto para la formación de recursos humanos en la educación superior)*. Instituto Colombiano Para El Fomento de la Educación Superior (ICFES). <https://bit.ly/3okufmG>
- Santander, P. S. (2019). Mujeres emprendedoras: abordaje desde la Teoría de la Identidad Performativa. *Revista Estudios Feministas, Florianópolis*, 27(3), 1-13. DOI: 10.1590/1806-9584
- Taylor, S. J. & Bogdan, R. (2000). *Introducción a los métodos cualitativos* (3.ª ed.). Ediciones Paidós. <https://bit.ly/3D8d-2mr>
- Vargas, S. (2013, 2 de noviembre). *Cómo construir categorías de análisis* [presentación de diapositivas]. Issuu. <https://bit.ly/3c13JbX>
- Vidal, M. & Rivera, N. (2007). Investigación-acción. *Educación Médica Superior*, 21(4), 1-6. <https://bit.ly/3BXWxrH>