



Incidencia de la práctica emprendedora en la construcción de narrativas personales y en los roles de género de mujeres habitantes de Barbosa Antioquia.

Laura Katerin Agudelo Álvarez

Mallerly Montoya Gil

Seleccione tipo de documento para optar al título de Comunicadoras

Asesores

Lina Marcela Marín Moreno, Doctor (PhD) en Estudios Interdisciplinarios sobre Pensamiento,
Cultura y Sociedad.

Carlos Mario Cano Ramírez, Doctor (PhD) en Ciencias Humanas y Sociales.

Universidad de Antioquia
Facultad de Comunicaciones y Filología
Comunicaciones
Medellín, Antioquia, Colombia
2024

Cita

(Agudelo Álvarez y Montoya Gil, 2024)

Referencia

Estilo APA 7 (2020)

Agudelo Álvarez, L. K, & Montoya Gil, M. (2024). *Incidencia de la práctica emprendedora en la construcción de narrativas personales y en los roles de género de mujeres habitantes de Barbosa Antioquia*. [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.



Comunicación, Periodismo y Sociedad.

Centro de Investigaciones y Posgrados Facultad de Comunicaciones y Filología.



Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

Dedicamos este Trabajo de Grado a todas las valientes mujeres emprendedoras del municipio de Barbosa, quienes generosamente compartieron sus historias de vida. A través de su participación activa, han iluminado este proyecto con sus experiencias y contribuciones. Su resiliencia, determinación y dedicación a la práctica emprendedora han sido la inspiración fundamental para este trabajo. A estas mujeres ejemplares, agradecemos su generosidad y colaboración, y les dedico este trabajo con profundo respeto y admiración.

Dedico este Trabajo de grado a mis padres Mary Luz y Norberto, quienes han guiado mi camino con su amor y enseñanzas, siendo el motor principal para llegar al lugar en el que estoy, a Evelyn por animarme con su risa y ocurrencias, por apoyarme en todo momento con su amor incondicional, a Dani por acompañarme con su amor y comprensión, por ser un polo a tierra, a Camila por escucharme y compartir mis penas y alegrías con su amistad incondicional. Y a todas mis amigas y amigos, por estar en este proceso, acompañarme en toda ocasión y por ayudarme a seguir adelante para conseguir mis sueños.

Laura Katerin Agudelo Álvarez

Le dedico este trabajo a mi mamá por estar siempre para mí, por la mujer tan fuerte que es y por todo lo que me ha enseñado con amor sobre la vida. También a todas mis amigas por todos los conocimientos que me han dado, su amor y por las grandes mujeres que son y serán en un futuro. Por último a mi abuelo, que en vida siempre me apoyaba en todo y en los cielos sé que me cuida.

Mallerly Montoya Gil

Agradecimientos

Agradecemos al Fondo para Apoyar los Trabajos de Grado de Pregrado, financiado por la Facultad de Comunicaciones y Filología y por el Comité para el Desarrollo de la Investigación de la Universidad de Antioquia, que hicieron posible la financiación económica del proyecto de investigación.

También queremos agradecer enormemente a nuestros asesores Lina Marín y Carlos Cano, por el acompañamiento continuo en nuestro proceso de formación, por sus consejos y apoyo en el desarrollo de investigación. Agradecemos a las seis mujeres que nos permitieron acercarnos a ellas y a sus historias de vida, por abrirse a compartir sus reflexiones y sentires, y permitirnos ampliar nuestros horizontes e ideas. A los profesores que permitieron fortalecer nuestra formación académica en el desarrollo de nuestra carrera universitaria. Y finalmente, al Alma Mater por ser nuestro hogar durante estos años, por forjarnos como profesionales y como personas íntegras con una visión más amplia.

Quiero agradecerle a mi compañera de investigación por su amistad incondicional, por ser un motor para afrontar los retos académicos y personales, y por permitirme recorrer este camino universitario con su compañía. También agradecer a mis padres, mi hermana y en general a toda mi familia por estar presentes y apoyarme en cada uno de los momentos de alegría y de dificultad que me han traído hasta donde estoy.

Laura Katerin Agudelo Álvarez

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mi compañera de investigación, por su amistad, fortaleza, por creer en nuestras capacidades para completar el trabajo y por el ambiente tan ameno que tuvimos juntas. Agradezco a mis amistades por acompañarme, escucharme, darme ánimos durante el proceso y hacerme sentir infinitamente capaz de todo lo que me proponga, por último a mi mamá hermosa por estar siempre para mi, darme mucho amor y apoyarme en formas que ella ni se imagina.

Mallerly Montoya Gil

Tabla de contenido

Resumen6

Abstract6

Introducción.....7

Marco Metodológico10

Hallazgos y análisis.....11

 El emprendimiento es fundamental en el proyecto de vida de las mujeres y entrelaza valores, tradiciones y aprendizajes, fortaleciendo la capacidad de ser multifacéticas..... 12

 El emprendimiento es un complemento para el sostenimiento de los gastos, sin embargo, la independencia económica hace parte de su visión a futuro. 15

 El emprendimiento permite la gestión del tiempo entre la vida personal y laboral, lo que a su vez les permite gestionar distintos roles en la sociedad..... 17

 Reconocimiento de figuras femeninas y masculinas que han permeado sus vidas y que influyen en sus opiniones sobre los roles de género. 20

 Las redes de apoyo influyen en el ecosistema emprendedor de las mujeres y sus habilidades de relacionamiento en espacios de interacción. 22

Conclusiones25

Referencias.....28

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo principal comprender cómo la práctica emprendedora incide en la formación de narrativas en relación al papel de las mujeres y los roles de género, centrándose en seis mujeres emprendedoras de Barbosa (Antioquia). Se destaca la importancia de las narrativas como expresiones discursivas que dan significado a las experiencias de estas mujeres y a la realidad social que las rodea. El propósito es identificar las concepciones que ellas tienen sobre los roles de género para determinar si la práctica emprendedora ha influido en dichas concepciones.

El estudio se llevó a cabo mediante entrevistas semiestructuradas, explorando experiencias, percepciones y acciones de las participantes, y el análisis se realizó con el uso de una matriz categorial que sintetizó y permitió comparar fuentes de información, con base en las categorías: práctica emprendedora, narrativas de roles de género y espacios de interacción. Esta investigación aporta al campo de la comunicación, ya que se hace un acercamiento a las historias de vida de las emprendedoras, donde se evidencian diversidad de perspectivas que permiten identificar la manera en que factores culturales y sociales ayudaron a configurar sus narrativas sobre los roles de género. Asimismo, se destacan los espacios de interacción que posibilitan el intercambio de estas narrativas.

Palabras clave: práctica emprendedora, mujeres, narrativas, roles de género, interaccionismo simbólico.

Abstract

The main objective of this research is to understand how entrepreneurial practice impacts the formation of narratives related to the role of women and gender roles, focusing on six women entrepreneurs from Barbosa (Antioquia). The importance of narratives, viewed as discursive expressions that give meaning to the experiences of these women and the social reality surrounding them, is emphasized. The goal is to identify the conceptions they have about gender roles and determine if entrepreneurial practice has influenced these conceptions.

The study was conducted through semi-structured interviews, exploring the experiences, perceptions, and actions of the participants. The analysis was carried out using a categorical matrix that synthesized and allowed for the comparison of sources of information, based on the categories: entrepreneurial practice, narratives of gender roles, and spaces of interaction. This research contributes to the field of communication by approaching the life stories of entrepreneurs, revealing a diversity of thoughts that help identify how cultural and social factors shaped their narratives on gender roles. It also highlights the interaction spaces that enable the exchange of these narratives.

Keywords: entrepreneurial practice, women, narratives, gender roles, symbolic interactionism.

Introducción

En la sociedad actual, el papel de la mujer ha evolucionado significativamente, pasando de roles tradicionalmente limitados, a un abanico más amplio de oportunidades y participación en diversas esferas de la vida pública y privada. No obstante, aún persisten percepciones que reflejan estereotipos de género sobre el rol de la mujer en la sociedad y que pueden actuar como barreras para el empoderamiento y la participación plena de las mujeres en actividades económicas y sociales (Sabater, 2018). Estos prejuicios relacionados al género afectan diferentes ámbitos sociales de la mujer, entre ellos, su desarrollo económico. No obstante, las mujeres continúan la lucha por superar estos desafíos y el emprendimiento es una de las prácticas que les ha permitido lograrlo, ya que refuerza su participación en el ámbito laboral, aportando crecimiento económico y bienestar (Cuellar, 2019).

El emprendimiento es un fenómeno socioeconómico que ha sido posible gracias a las oportunidades nacientes en el mercado y a la iniciativa de las personas de identificar una oportunidad de negocio, realizar una propuesta de valor para los clientes y desarrollar sus negocio, asumiendo los posibles riesgos (Duarte, 2007). La actividad emprendedora se ha impulsado gracias a diferentes factores, como por ejemplo, la crisis socioeconómica de la prepandemia y postpandemia (GEM Colombia, 2023, p.46).

En Barbosa (Antioquia), en el año 2020, la pandemia obligó a la mayoría de personas a trasladar sus labores al hogar. Muchas de ellas decidieron arriesgarse y utilizar sus habilidades para

emprender y generar ingresos en un momento en el que las actividades diarias eran limitadas y además, se consolidaron grupos de apoyo entre los emprendedores de marcas locales existentes y emergentes en el municipio. En una nota publicada el 20 de septiembre de 2021, en la página web *Norte Urbano, el rumbo de las historias*, se destaca la creación de la Red de Emprendedores conformada por habitantes del municipio, que permitió la innovación y el crecimiento estratégico en la oferta de productos y servicios. En esta red, los emprendedores se dedicaron a ofrecer diferentes productos y servicios con el fin de consolidarse como pequeños empresarios (Betancur, 2021).

Con relación al creciente fenómeno del emprendimiento y a la concepción de los roles que cumple la mujer en la sociedad, diferentes autores han postulado sus apreciaciones sobre ambos temas. Carmen Sabater (2018) en uno de los resultados del estudio titulado “La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género”, afirma que las mujeres emprendedoras enfrentan el reto de equilibrar diversos roles como el profesional, el gerencial (empresarial) y el privado (madre, esposa, hija, amiga). Por otra parte, Padilla et al. (2020) en su artículo “Retos y alcances de las mujeres empresarias: una mirada a través de su narrativa y experiencias”, concluyó que las mujeres empresarias no miden su éxito con base en dimensiones económicas, sino en aspectos relacionados con libertad, autodeterminación, logro del equilibrio entre lo familiar, el desarrollo y la superación personal. También, se ve el emprendimiento femenino de forma positiva, ya que representa un camino hacia la equidad e igualdad entre hombres y mujeres.

Otro texto que va de la mano con estos planteamientos es el de Viadana et al. (2016), titulado *Mujeres emprendedoras: una aproximación empírica*, que lleva a cabo un análisis exploratorio del fenómeno de la mujer emprendedora y encuentra que, entre las motivaciones para emprender “...las mujeres ponen el acento en la necesidad de independencia y en la obtención de logros” (p.8). Además, buscan el afianzamiento de su autoestima, una proyección de su futuro y un equilibrio entre la vida personal y la laboral.

Sin embargo, en ciertos casos las concepciones sobre los roles de género problematizan el ejercicio de la práctica emprendedora en las mujeres. Álvarez et al. (2012) habla de esto en su artículo titulado “Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino”. Un estudio cuantitativo en España, en este concluye que “Las odds ratio muestran que ser mujer y tener responsabilidades familiares reduce en un 33.1% la probabilidad de ser emprendedora, mientras

que en el caso de los hombres dicha disminución es solo del 2.4%” (p. 50). Esto indica el peso del rol de las mujeres en la familia y cómo esto las pone en desventaja en el ejercicio de la práctica emprendedora.

Si bien existen factores que condicionan el ejercicio de la práctica emprendedora para las mujeres, se puede apreciar que los referentes encontrados cuestionan las dinámicas tradicionales destacando que, para las mujeres, emprender implica una visión que va más allá de lo económico al considerar también dimensiones relacionadas con la libertad, confianza y equilibrio entre la vida familiar y laboral.

Por esto se postuló la hipótesis de que las mujeres emprendedoras en Barbosa desafían y transforman las narrativas tradicionales arraigadas en la cultura del municipio sobre el papel de la mujer, esta transformación surge a partir del ejercicio de la práctica emprendedora, la cual les permite acceder a independencia económica, acercamiento a nuevos espacios de interacción, y les brinda autonomía y autoestima. Sin embargo, se debe considerar que las cargas sociales asignadas a la mujer no se transforman completamente con la práctica emprendedora, ya que aún persisten ataduras a las ideas sobre los roles tradicionales de género.

Por lo anterior, se planteó la siguiente interrogante: **¿Cómo la práctica emprendedora de las participantes en la investigación incide en la construcción de narrativas en torno al papel de las mujeres y los roles de género?** Y con el fin de responderla, se plantean los siguientes objetivos específicos: indagar por las comprensiones de la práctica emprendedora en relación al papel de las mujeres, a partir de las experiencias de las participantes en la investigación; identificar, a partir de las narrativas de las participantes cómo se configuran los roles de género en sus ámbitos económico, social y personal; y describir cómo se dan los espacios de interacción que genera la práctica emprendedora.

Una lente valiosa para explorar este fenómeno es el interaccionismo simbólico, de Erving Goffman (1956), desde los aportes de Rizo (2004), en el que se plantea que las personas atribuyen significados a sí mismas y a los demás a través de la comunicación simbólica, como el lenguaje y los gestos. Además, se postula que estos significados influyen la forma en que los individuos se ven a sí mismos y a los demás, y la forma como actúan en consecuencia. El interaccionismo simbólico permite explorar cómo las mujeres emprendedoras interpretan los significados que la sociedad les atribuye y la manera en la que construyen una interacción dialógica con dichas narrativas culturales en torno al género.

Esta investigación aporta al campo de las comunicaciones ya que permite adentrarnos en las historias, herencias culturales e ideales de las mujeres emprendedoras, que dan cuenta de una diversidad de perspectivas que ayudaron a configurar sus narrativas sobre los roles de género. También destacar los procesos de interacción que permiten el intercambio de estas narrativas en diferentes espacios.

Es relevante darle difusión a las voces a las mujeres emprendedoras, ya que “el campo de la comunicación sigue muy centrado en los medios y deja de lado otras expresiones y fenómenos comunicativos cuyo potencial significativo es enorme” (Rizo, 2021, p.22). También se destaca la articulación entre comunicación y género que permite mirar, interpretar y analizar los fenómenos sociales, y diversos procesos de construcción de sentidos, que contornean lo que se dice y acontece en diferentes contextos (Actiz & Díaz, 2019).

Marco Metodológico

La presente investigación tuvo como sujeto de estudio a seis mujeres emprendedoras, habitantes del municipio de Barbosa (Antioquia); con edades entre los 18 y 50 años. La caracterización permitió a las investigadoras abordar la práctica emprendedora y su incidencia en las narrativas sobre los roles de género, desde la experiencia personal de cada una de las participantes del estudio. Por ende, el enfoque fue cualitativo, dado que la investigación es pragmática, interpretativa y se asienta en la experiencia de las personas (Marshall & Rossman, 1999). De esta manera, la investigación cualitativa permitió comprender el mundo desde la perspectiva de los participantes, observando sus acciones y palabras, obteniendo así una visión más completa y holística de los fenómenos sociales. Además, el enfoque cualitativo de investigación se enmarca en el paradigma interpretativo, el cual “se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social” (Barrantes, 2002, p. 60).

Con el propósito de abordar los objetivos planteados, se tomaron en cuenta las siguientes categorías. La primera es la práctica emprendedora, que se refiere al ejercicio del emprendimiento por parte de las mujeres habitantes en el municipio de Barbosa. La segunda categoría se centra en las narrativas de roles de género, para identificar las concepciones que las mujeres emprendedoras tienen acerca de los roles de género. La tercera categoría, denominada espacios de interacción, se enfoca en los espacios surgidos a partir de las interacciones de las mujeres emprendedoras.

Para abordar el primer y segundo objetivo, se usó como método la fuente directa a través de entrevistas semiestructuradas porque hay una “expectativa de que es más probable que los sujetos entrevistados expresen sus puntos de vista en una situación de entrevista diseñada de manera relativamente abierta que en una entrevista estandarizada o un cuestionario” (Flick, 2012, p. 89). Las entrevistas fueron realizadas a seis mujeres emprendedoras, habitantes del municipio de Barbosa, con preguntas centradas en los ámbitos económico, social y personal, desde las experiencias y comprensiones de cada una de las participantes.

Además, se realizó observación participante en espacios como bazares o mercados, donde se evidenciaron los procesos de interacción de las mujeres emprendedoras, con el fin de dar respuesta al tercer objetivo. Este método permitió dar cuenta de los significados que las personas le atribuyen a sus realidades para darle sentido a la vida cotidiana (Mendoza et. al, 1999).

Con el fin de recolectar la información, se grabaron las entrevistas realizadas, se tomaron fotografías y vídeos obteniendo previamente un consentimiento informado por parte de las participantes. Posteriormente se realizó la transcripción y se recopilaron las fuentes de información en una matriz, con las categorías de la investigación, acudiendo a una síntesis comparativa. De esta manera se pudo encontrar los elementos comunes y las variables entre las historias recolectadas, para finalmente analizar y describir los resultados obtenidos.

Hallazgos y análisis

La metodología aplicada en la investigación arrojó como resultado cinco hallazgos derivados de las entrevistas realizadas a las seis emprendedoras habitantes de Barbosa (Nora Flórez, Mónica Tobón, Paulina Osorno, Carolina Zapata, Luciana Ríos y Mariana Palacio). De estos hallazgos, dos corresponden al primer objetivo, donde se encontró que las participantes comprenden el emprendimiento como un punto clave dentro de sus proyectos de vida, siendo la independencia económica una de las visiones principales a futuro. Dos corresponden al segundo objetivo, en el que se identificaron aspectos de educación, crianza, cultura y tradición que configuran las narrativas de los roles de género en ámbitos familiares, económicos y personales de las participantes. Y el último responde al tercer objetivo, en el que se describe, a partir de la observación participante y las entrevistas, la influencia del emprendimiento en la consolidación de

espacios de interacción y redes de apoyo, donde se fortalecen habilidades para la gestión de sus emprendimientos y se plantean reflexiones atribuidas al rol de la mujer.

El emprendimiento es fundamental en el proyecto de vida de las mujeres y entrelaza valores, tradiciones y aprendizajes, fortaleciendo la capacidad de ser multifacéticas.

Desarrollar una propuesta de negocio que logre mantenerse rentable a lo largo del tiempo, representa un desafío pero también una oportunidad para adquirir control sobre el propio tiempo y futuro, lo que implica una articulación a los proyectos de vida de cada una de las emprendedoras. Las entrevistas de las participantes arrojaron tres aspectos clave que evidencian algunos de los factores que influyeron en la decisión de iniciar un emprendimiento e incluirlo en su proyecto de vida. En primer lugar, la idea de negocio surge a partir de la búsqueda de una solución ante crisis o inconvenientes de índole económica, así lo afirmó la emprendedora Mónica Tobón:

Quando tuve mi primer hijo me tocó sola, paré la universidad y conseguí un empleo, pero el trabajo era muy extenso en el tema de horarios y los niños iban cada vez más para atrás en tema de peso y alimentación, por lo que tomé la decisión de renunciar y empecé vendiendo tenis (Comunicación personal).

En segundo lugar, la herencia cultural transmitida por la familia representa una motivación para emprender, perpetuando tradiciones y habilidades heredadas, tal fue el caso de la experiencia de Nora Flórez, "mi abuela tostaba el café para el consumo de la familia, de ahí viene la tradición de más de 60 años de ser cafeteros por lo que tuve la idea de sacar el café tostado y molido". Además, Mariana Palacio destacó cómo la tradición familiar influyó en su elección de emprender, "cuando tenía como 16, le cogí las máquinas a mi mamá, eso viene de familia, y empecé a hacer ropa para mí".

Por último, la oportunidad de crear un negocio también surge a partir de situaciones relevantes ligadas a un descubrimiento de intereses. Paulina Osorno comentó que descubrió una oportunidad de negocio al probar un vino que le llamó la atención, "yo no era amante del vino, pero yo probé ese vino y me pareció delicioso. Entonces yo le dije, *esto se puede vender y yo sé que la gente lo compraría porque es diferente*". Carolina Zapata compartió cómo la creatividad condujo a la creación de su emprendimiento "estábamos las tres acá en la casa y no teníamos nada que hacer, mi hermanita tenía unas pepitas y empezamos a hacer collares, empezamos a ver videos en YouTube y así fuimos haciendo". Finalmente, Luciana Ríos expresó al respecto:

Yo dije, quiero empezar un emprendimiento que me guste y que vaya a hacer en el futuro, porque uno de mis sueños, que ahora es una meta a largo plazo, es crear mi propia empresa y diseñar mis cosas, a mi gusto, con mi esencia (Comunicación personal).

En relación al desarrollo de ideas de negocio y su articulación al proyecto de vida, Hidalgo (2014) en su artículo “La cultura del emprendimiento y su formación”, afirma que la creación de nuevas empresas y empresarias es el resultado de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales, económicos, entre otros; cada uno acontece en un espacio físico y tiempo determinado que afecta a los sujetos, cuyas percepciones y acciones están condicionadas por sus experiencias y herencias culturales.

La afirmación de Hidalgo, reconoce que las experiencias y herencias previas desempeñan un papel crucial en la formación de la mentalidad emprendedora, la interacción de estos elementos culturales con los aspectos psicológicos, sociales y económicos refuerza la idea de que el emprendimiento es un fenómeno multidimensional y complejo. Además, se infiere que la creación de empresas no es simplemente una respuesta a factores externos, sino que también está vinculada a la búsqueda de un propósito de vida y a la materialización de metas personales. Estos elementos se dan gracias a la transmisión cultural que se divulga a través de narrativas, entendidas como una forma discursiva que entrelaza acontecimientos y diferentes actores, sujetos u objetos, entre sí de una forma particular, siendo relevantes a la hora de constituir y movilizar la construcción de identidades (Bruner, 1991; Gergen, 2007).

La conexión entre transmisión cultural y narrativas implica que las mujeres emprendedoras pueden verse influenciadas no sólo por hechos aislados o tradiciones familiares, sino también por la forma en que estas experiencias se presentan y se transmiten. Las narrativas pueden desempeñar un papel fundamental al dar forma a la interpretación personal de las mujeres sobre su pasado, sus raíces culturales y su papel en el proceso emprendedor. Esto permite comprender la práctica emprendedora de estas mujeres como un fenómeno ligado a contextos culturales específicos, donde las narrativas actúan como vehículos para la transmisión de valores, tradiciones y perspectivas, y de esta manera, la construcción de su personalidad emprendedora se nutre de las narrativas que conectan acontecimientos y actores.

Relacionar sus emprendimientos con los proyectos de vida también les permite a las mujeres ampliar su visión con aprendizajes académicos y empíricos, esto las ayuda a proyectarse hacia objetivos como contribuir al bienestar de otras mujeres, formar grupos de apoyo, establecer

tiendas físicas, entre otros. Este enfoque integral refleja su búsqueda no solo del éxito económico, sino también de un impacto positivo en sus comunidades y su desarrollo personal, Nora Flórez explica al respecto:

Desde el 2017, con las mamás de los jóvenes, empecé a crear el grupo de mujeres y a gestionar cursos en el SENA. Cada año se están certificando en gastronomía típica, en la huerta de autoconsumo, en transformación de fruta y verduras y ese grupo está conformado por 32 mujeres. Yo gestiono con la Alcaldía, con el SENA, capacitaciones para el crecimiento personal (Comunicación personal).

Con relación a lo anterior, Viadana et al. (2016), en su estudio titulado “Mujeres emprendedoras: una aproximación empírica” encuentra que, entre las motivaciones para emprender “a diferencia de los hombres, que buscan principalmente incrementar sus ingresos, se puede señalar que en general las mujeres ponen el acento en la necesidad de independencia y en la obtención de logros” (p.8). Las posibilidades que el emprendimiento les brinda en cuanto a estar en otras instancias de participación, motiva en ellas la idea de bienestar colectivo, en el que no solo buscan el crecimiento personal sino también poder ayudar a su comunidad, apoyando a otras mujeres que se encuentren en búsqueda de independencia y mejor futuro. Todo esto conforma la idea de un proyecto de vida que está basado en dimensiones económicas, laborales, sociales y personales que apoyan al control de su futuro y afianzamiento de su autoestima.

Estas motivaciones se pueden considerar también como un factor que impulsa a las mujeres a ser multifacéticas, con el fin de fomentar el crecimiento de sus ideas de negocio. A partir de esto, las participantes aprendieron sobre aspectos de mercadeo, publicidad, manejo de redes y desarrollaron habilidades que antes no poseían como liderazgo e interacción con el público, siendo el empirismo su principal sistema de aprendizaje ya que les permite desarrollar capacidades para realizar diferentes actividades en su día a día, al administrar sus tiempos y responsabilidades mientras se siguen formando en pro de los emprendimientos. Sobre esto Luciana Ríos compartió su experiencia:

Mucha gente cree que por el hecho de emprender uno trabaja menos que cualquier otra persona y eso es mentira, porque incluso en mi caso, me toca hacer todo para el emprendimiento: montar cosas a la página, subir contenido, hablar con los clientes, actualizarlos de las nuevas cosas que llegan, salir a los bazares, ir por los pedidos,

entregarlos. Uno hace de todo y realmente trabaja más tiempo que lo que trabaja otra persona (Comunicación personal).

Se infiere entonces que las mujeres emprendedoras son multifacéticas, tienen la capacidad de aprender sobre diferentes áreas que necesitan para sus emprendimientos, lo que implica que además, pueden desempeñar diversos roles que van desde ser madres y amas de casa, hasta ser empresarias y estudiantes, "las mujeres tenemos la capacidad de hacer muchas cosas: ser mamá, empresaria, ama de casa, porque también soy ama de casa. A uno le toca ser hasta *influencer*, porque si no entonces no vende" (Mónica Tobón, entrevista), esta percepción evidencia una adaptación de los roles de género tradicionales en la que se amplían las capacidades y actividades que las mujeres pueden desempeñar en la sociedad actual. Esta última premisa será analizada con más profundidad en el tercer hallazgo.

El emprendimiento es un complemento para el sostenimiento de los gastos, sin embargo, la independencia económica hace parte de su visión a futuro.

En la presente investigación se evidencia la importancia del emprendimiento como una opción asequible para estas mujeres de generar ingresos y suplir ciertas necesidades económicas, con el objetivo de tener, en un futuro, un grado de estabilidad financiera. En el caso de Luciana Ríos, la búsqueda de la realización económica le permitió adentrarse en el mundo del emprendimiento "yo antes era una simple estudiante, pero vendía dulces, postres, vendía todas esas cosas en el colegio, cuando empecé la universidad, llegó un momento en el que dije, quiero volverme independiente económicamente". A partir de sus experiencias pasadas, surgió la motivación de continuar con esta práctica "¿Cuál es el objetivo de un emprendimiento? Que sea lo que te guste, que te ayude también financieramente y que te enseñe a diario, porque eso es lo que uno espera al final" (Luciana Ríos, entrevista). De lo anterior, Heller (2010) en su libro *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*, afirma que emprender es una capacidad del individuo para reconocer y explotar las oportunidades que le faciliten el inicio de una empresa, empleando su saber, experiencia, conexiones, recursos financieros y otros activos, propios o ajenos para tal fin.

Desde el enfoque de Heller, se infiere que emprender no es simplemente un acto fortuito para estas mujeres sino una habilidad que han desarrollado, lo que contribuye a entender esta

práctica como un proceso dinámico y complejo que implica destrezas, conocimientos y una actitud proactiva.

Así mismo, las mujeres participantes de la investigación demostraron su capacidad de alternar estudios, aficiones, y tiempo en familia, a la vez que generan ingresos con sus emprendimientos, como lo comenta Mariana Palacio: “el emprendimiento es como una oportunidad para generar ingresos desde el hogar, desde la facilidad de poder estar con mi hijo, en lo que uno quiere hacer en su tiempo”. También Carolina Zapata explicó su rutina para gestionar sus actividades: “todos los días me levanto a las cuatro para ir a entrenar. De ahí vengo acá, me organizo y me voy para la universidad. Y cuando tengo tiempo libre, me dedico a Arcobaleno”.

Gracias a la retribución económica que generan sus emprendimientos, estas mujeres adquieren un grado de autonomía, sin embargo, no en todos los casos sus negocios proporcionan las suficientes ganancias para brindarles independencia económica. Es importante aclarar que, la noción de autonomía forma parte fundamental en la vida de las mujeres, “para mí siempre el ser independiente ha sido fundamental, con lo que estoy firme...porque la verdad trae muchas cosas buenas, tú vas a poder vivir de lo que tú quieres, no lo que te toque” (Luciana Ríos, entrevista). Dicha autonomía alude a la capacidad de “tomar decisiones libres e informadas sobre sus vidas, de manera de poder ser y hacer en función de sus propias aspiraciones y deseos, en el contexto histórico que las hace posibles” (CEPAL, 2011, p. 9). Esto enfatiza la individualidad y la diversidad de las metas y objetivos de cada mujer. La autonomía, según esta perspectiva, permite a las mujeres no solo tener control sobre sus vidas, sino también perseguir sus propias visiones y sueños los cuales están influenciados por factores históricos, culturales y sociales. En el caso de nuestras participantes, sus herencias familiares, tradiciones y la cultura han sido factores que permean sus proyectos de vida.

Si bien algunos de los emprendimientos no generan la solvencia económica suficiente para darles total independencia a las mujeres, este aspecto está dentro de las metas a largo plazo y para lograrlo, priorizan una serie de pasos a seguir en sus proyectos de vida. Uno de los aspectos que les permite tener la libertad de tomar ese tipo de decisiones, es la ayuda que reciben por parte de sus círculos más cercanos. En las emprendedoras menores a 25 años (Carolina, Luciana y Mariana) se evidencia que actualmente le dedican más tiempo a sus carreras universitarias, y aunque sus negocios por ahora solo generan ingresos que cubren sus gastos personales, sus demás necesidades son suplidas con la ayuda de sus familias. “Estoy la mayoría del tiempo en la universidad por lo

que intento estar ahí haciéndole a mi emprendimiento por los lados, pero agradezco mucho que mi mamá me ha ayudado demasiado” (Luciana Ríos, entrevista). En el caso de las emprendedoras mayores a 25 años (Mónica, Paulina y Nora) hubo una mayor tendencia a la independencia económica gracias a sus emprendimientos, derivada de una mayor inversión de tiempo en los mismos, que les permite darles mayor prioridad dentro de sus proyectos de vida:

Yo tengo tres hijos: mis dos hijos y *Pa' Untar*. Yo lo amo, me cambió la vida porque yo vivo de *Pa' Untar*. Fue la puerta que me abrió la calidad de vida que ahora me puedo dar, de poder decidir en algunos temas económicos de una manera más amplia que antes no podía hacer (Comunicación personal).

Con relación a esto Lidia Heller (2010) comenta que el concepto de empoderamiento y autonomía económica va más allá de simplemente aumentar la participación en actividades generadoras de ingresos. Se necesita un enfoque integral que considere tanto el trabajo remunerado como el trabajo doméstico, permitiendo a las mujeres tomar decisiones significativas sobre cómo se utilizan los recursos y otorgándoles autonomía económica.

Lo anterior, evidencia que las emprendedoras pueden decidir cómo enfocar sus negocios, no solo viéndolos desde la dimensión económica sino atribuyéndole más cualidades que les permiten complementar sus proyectos de vida. Mientras algunas desean obtener primero logros relacionados a otras dimensiones de su vida como la académica o sus pasatiempos, otras se enfocan completamente a la etapa productiva de su emprendimiento, demostrando así el grado de decisión que tienen sobre sus vidas.

El emprendimiento permite la gestión del tiempo entre la vida personal y laboral, lo que a su vez les permite gestionar distintos roles en la sociedad.

La investigación evidenció que el emprendimiento posibilita una mayor flexibilidad en la gestión del tiempo, esto ayuda a suplir las necesidades que tienen las mujeres de gestionar un conjunto de roles como el de madre, estudiante, hija y emprendedora. Las participantes expresaron que es un reto equilibrar las exigencias de su vida familiar con sus responsabilidades laborales, pero la autonomía que tienen sobre sus tiempos, gracias al emprendimiento, les facilitó lograrlo. La capacidad de organización se convirtió en una herramienta esencial, permitiéndoles desempeñar las actividades que tienen pendientes, de esta manera lo expresó Mónica Tobón en la entrevista:

El tema de no procrastinar, porque a veces tendemos a dejar todo para mañana. Yo sé que mi día empieza desde las 5 de la mañana, me levanto, despacho a mis hijos al colegio y sé que en la mañana me tiene que rendir para toda mi producción del guacamole, porque la tarde es para ellos (Comunicación personal).

Cabe resaltar, que ellas han tenido el apoyo de figuras familiares o personas cercanas, esto no solo les posibilita organizar sus tiempos de manera efectiva, sino que también se traduce en la capacidad de superar obstáculos y aprovechar oportunidades. “de la casa se encarga mi mamá, yo lo que hago es como barrer de vez en cuando. Pero sí, en la mañana me reparto ser mamá, en la tarde ser emprendedora y los fines de semana a la familia" (Mariana Palacio, entrevista).

Relacionado a esto, en el estudio de Carmen Sabater (2018) titulado “La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género”, uno de sus resultados arrojó que las mujeres emprendedoras enfrentan el reto de equilibrar diversos roles como el profesional, el gerencial (empresarial) y el privado (madre, esposa, hija, amiga). También que el mayor límite para conseguir sus aspiraciones laborales, es la presión social por tener dedicación al cuidado familiar, aunque el apoyo de la pareja se incremente en las generaciones jóvenes.

En el caso de las cuatro participantes que tienen hijos, además de asumir con determinación su faceta como emprendedoras, ponen el rol de madre en una posición prioritaria. Aunque esté presente una figura masculina como el padre, no se disminuye la importancia del tiempo que ellas dedican a sus hijos, subrayando la firmeza de su compromiso como madres, “me toca hacer de mamá, de estudiante, de emprendedora, entonces dedico unos días al emprendimiento, estudio y atiendo a mis hijas” (Nora Flórez, entrevista). Lo anterior hace referencia a los roles de género, entendidos como “una atribución cultural de lo que se considera apropiado para cada sexo en una sociedad determinada, que incluye una serie de valores y comportamientos asignados” (Arellano, 2003, p. 86). De esto, surgen las creencias fundamentadas en el estereotipo construido culturalmente y transmitido por generaciones el cual se basa en que “al hombre le corresponde el papel de proveedor enfrentándose al mundo exterior mientras que a la mujer le corresponde el cuidado de la familia y el hogar” (Monreal et al, 2019, p. 86). Sobre este tema Luciana Ríos menciona:

Prácticamente cuando uno tiene un hijo, recae toda la obligación sobre uno. Entonces eso es muy complicado y en el emprendimiento sí que más. Admiro mucho a las mujeres que

tienen emprendimiento y aun así tienen su familia y les toca ocuparse de la casa, las admiro bastante (Comunicación personal).

Lo anterior es una muestra de las ideas que aún perduran sobre el rol de la mujer dentro del cuidado familiar y la responsabilidad en la crianza. Sin embargo, esto no ha sido un impedimento para que ellas también puedan participar de otros espacios fuera del hogar con sus emprendimientos. De esta manera, algunas emprendedoras consideraron imperativo resignificar ciertas labores que han sido denominadas por la sociedad como "tareas de hombres". Las mujeres enfrentaron las expectativas sociales tradicionales y optaron por realizar actividades basándose también en sus preferencias personales, desafiando los comentarios externos que buscan limitar sus elecciones. "En bazares me decían ¡Ay! *Y usted cómo hace para sacar ese café, usted que es mujer* como si fuera solo tarea de hombres y no, nosotras las mujeres también podemos hacer esas labores" (Nora Flórez, entrevista). También, expresaron la decisión de no replicar actitudes que minimizan a la mujer, por ejemplo Carolina, que comenta:

Desde pequeña he sido muy derecha en ese sentido. Yo iba donde mi abuela y mi primo me decía: *sírvame*, y yo *no, sírvase usted, usted puede*. Uno puede hacer el favor y hacerlo de buena forma, pero no así como que los hombres lo van mandando, no. Entonces, desde muy pequeña yo pensaba que si quiero hacer algo, así sea que sean tareas de hombre, yo lo haría, no tengo problema con eso (Comunicación personal).

Aunque todavía sigue siendo un reto superar los discursos tradicionales que minimizan las capacidades de las mujeres para ejercer ciertas actividades laborales y económicas, las participantes consideran importante transformar estas concepciones ya que han consolidado una narrativa que exalta las habilidades que tienen para desempeñar cualquier tarea que se propongan, sin limitarse a labores de crianza y del hogar. Este tipo de narrativas constituyen el pensamiento individual y colectivo, y pueden ser percibidas e interpretadas de diferentes maneras, ya que le dan sentido a la persona y a la realidad social que la permea (Billig, 1991; Taylor, 2007).

De este modo, se evidencia que las participantes son conscientes de la existencia de prejuicios arraigados en algunas personas, pero comprenden que la formación de los mismos está intrínsecamente ligada a las costumbres que permean la sociedad, "venimos de ideas de que el hombre es el que trabaja y la mujer cuida a los niños y eso hoy en día está saliendo, las mujeres ya tienen otra perspectiva. Aun así, hay mucha gente que no la tiene" (Luciana Rios, entrevista).

Además, consideran que la cultura actual se transforma de forma progresiva y les proporciona oportunidades para generar cambios en las concepciones tradicionales, tal y como lo expresa Mónica Tobón: “yo no quise y no quería permitir esas mismas situaciones para mi vida, entonces he tratado de cambiar eso...Y no permitir que todas esas cosas negativas sigan trascendiendo en las nuevas generaciones”. Estas perspectivas revelan que han cultivado una mentalidad independiente y sus visiones del mundo han desempeñado un papel crucial en su capacidad para tomar decisiones autónomas.

Reconocimiento de figuras femeninas y masculinas que han permeado sus vidas y que influyen en sus opiniones sobre los roles de género.

Los círculos familiares y la crianza, han influenciado la conformación de los ideales y proyectos de vida de las participantes de la investigación y además, permean las consideraciones que tienen sobre los roles de género. En el caso de Paulina Osorno, las figuras femeninas influyeron en estas concepciones “en mi casa las mujeres siempre hacían lo que ellas querían hacer, yo veía que mi mamá trabajaba y que mi abuela era una berraca y que no necesitó a mi abuelo para sacar a cinco hijos adelante”. En el caso de Carolina Zapata, su madre representó la inspiración para seguir adelante “mi papá no está con nosotras desde que éramos chiquitas, entonces a mi mamá siempre le tocó trabajar, siempre luchó por nosotras, ella fue esa guía para arriesgarnos a hacer cualquier cosa”. Por otra parte, en el caso de algunas de las emprendedoras, las figuras masculinas también estuvieron presentes como motivadoras de su progreso. Desde la experiencia de su infancia y adolescencia, Nora menciona la importancia de su padre como una figura clave que desafió las creencias machistas que limitaban las actividades de las mujeres en su época.

Era la única que estudiaba y a mi papá le decían: *ah, usted por qué entra a la mujer a estudiar, es para que tenga hijos*, a lo que él respondía: *si tiene hijos que los tenga pero que estudie*. Él siempre me decía: *estudie para que no dependa de nadie* (Comunicación personal).

De la misma forma, Mariana destaca la presencia de personas que la han inspirado para emprender dentro de su familia, “eso viene de familia por parte de mi papá. Todos son trabajadores, de ese espíritu de emprender, porque todos mis tíos son de negocios, mi papá también es de negocios y mis hermanos...” (Mariana Palacio, entrevista). Lo anterior evidencia que los círculos familiares y la crianza son referentes y motivadores fundamentales en la formación de sus

aspiraciones personales e ideas de progreso, entre ellas la creación de sus emprendimientos; además, son una parte fundamental en la formulación de concepciones alrededor de los roles de género. Patricia Herrera (2000) en su texto “Rol de género y funcionamiento familiar”, explica que desde muy temprano, la familia va estimulando el sistema de diferenciación de valores y normas entre ambos sexos, asentando así tanto la identidad como el rol de género (p. 569).

Adicional a esto, las mujeres emprendedoras son conscientes sobre las conductas que están arraigadas al linaje familiar y la crianza, pero han encontrado la forma de transformar esos patrones y adaptar sus concepciones sobre los roles de género, el caso de Mónica Tobón es un ejemplo de esto:

Empecé a ver comportamientos míos que vienen de un linaje, no solo de mi mamá, sino también de mi abuela, mi bisabuela y patrones que a uno le van inculcando, como que hay que atender el esposo, el chip de que la mujer es de la casa. Aunque mi mamá fue profesional, permitió que sobrepasara el tema masculino sobre ella, era de las profesionales que le debía pasar su dinero al esposo porque era demasiado conservadora (Comunicación personal).

Estas perspectivas reflejan un cambio en las concepciones generacionales sobre los roles de género en la crianza de cada una de ellas, en donde los comentarios machistas eran más evidentes en la época en la que crecieron las emprendedoras más adultas, a diferencia de las nacidas en el último milenio, quienes expresaron una visión de las mujeres con poder de decisión. En casos de ausencia paterna, las madres se destacan como guías inspiradoras, desempeñando un papel central al consolidarse como modelos a seguir y al respaldar la autosuficiencia y el crecimiento personal de sus hijas en cualquier ámbito.

Sin embargo, también se destacan los casos en los que fueron las figuras masculinas las que impulsaron estas perspectivas, tal es el caso de Nora con su padre, y el caso de Mónica o Paulina sus parejas sentimentales “Antonio también fue un apoyo muy grande, porque él se animó demasiado y entre los dos dijimos vamos a hacerlo, obviamente con mucho miedo, pero nos lanzamos e iniciamos el proceso de venta” (Paulina Osorno, entrevista). Lo anterior rescata que, las figuras masculinas han adoptado actitudes que motivan a las mujeres a explorar otras dimensiones de sus vidas por fuera de las concepciones de género tradicionales. Esto se puede originar por razones, como la indignación ante las desigualdades de género, la percepción de injusticias sufridas por manos masculinas o simplemente por decencia (Michael Kaufman, 1995).

Es relevante destacar que persisten situaciones en las que la presencia de una figura masculina puede opacar la participación de la mujer en el ámbito emprendedor, como lo ilustra la experiencia de Paulina. A pesar de haber sido criada con la creencia en la capacidad de las mujeres para llevar a cabo sus ideas, al emprender junto a su pareja, se encontró con un desafío. En un colectivo de emprendedores creado para brindar apoyo a quienes desean emprender, su expareja fue considerada como el único líder del proyecto, a pesar de su contribución igualitaria. En sus propias palabras, Paulina compartió: "Nunca tuve problemas para ver a la mujer o para emprender porque era mujer. Realmente no esperaba enfrentarme a la falta de reconocimiento por algunas de mis acciones solo por ser mujer" (Paulina Osorno, entrevista). Esto resalta la contradicción entre la visión de igualdad inculcada en su crianza y la realidad donde aún se encuentran personas que perpetúan narrativas tradicionales de género; sin embargo, gracias a su capacidad reflexiva no permiten que situaciones como esta alteren sus deseos de seguir impulsando su independencia.

Las redes de apoyo influyen en el ecosistema emprendedor de las mujeres y sus habilidades de relacionamiento en espacios de interacción.

A partir de lo encontrado en las entrevistas y en la observación participante, el emprendimiento también se consolida como un posibilitador de interacciones sociales mediante redes que funcionan en pro del apoyo colectivo. Una de ellas es la Red de Emprendedores, donde participan alrededor de 30 emprendimientos del municipio de Barbosa que se benefician de bazares y actividades educativas dirigidas a la venta de productos y al crecimiento de sus proyectos, "la red de emprendedores lleva como tres años y siempre nos han apoyado. Somos un equipo muy unido, primero nos dan clases, como de finanzas y ya pues hacen bazares acá en el municipio, entonces así nos damos a conocer" (Carolina Zapata, entrevista). Otra es la Red de Mujeres, cofundada por la participante Nora Flórez, en la que se les brinda a 32 mujeres capacitaciones y cursos dirigidos a complementar sus emprendimientos, "en la Red de Mujeres nos han capacitado sobre violencia intrafamiliar, violencia contra la mujer... también cada año gestiono cursos en el SENA y se certifican en gastronomía típica, en la huerta de autoconsumo, en transformación de fruta y verduras" (Nora Flórez, entrevista).

La existencia de estas redes de apoyo representan un espacio para el intercambio de relaciones interpersonales y aprendizajes entre las mujeres y los demás integrantes de las mismas, y un desafío tanto para sus creadoras como para las integrantes, quienes para continuar con el

funcionamiento de la red buscan apoyo económico y logístico de maneras alternativas, lo que fomenta la proactividad no solo dentro de sus emprendimientos sino también en la búsqueda de un bien colectivo, como lo expone Mónica: “Yo hago parte del grupo de apoyo y para hacer los bazares tenemos que pedir permiso en la alcaldía y estar dispuestos a lo que nos pueda ofrecer”.

Cabe resaltar que estos espacios de interacción aún están en proceso de mejora, ya que en ocasiones se crean entornos de rivalidad en donde chocan los egos de las mismas mujeres, esto debido a la autoexigencia que hay entre ellas mismas, así lo expresa Mónica: “ese tema de mujeres es complejo, para nadie es un secreto que entre nosotras también nos tiramos muy duro y hay momentos en los que ciertos emprendimientos chocan con otros”.

A pesar de las dificultades, el funcionamiento de las redes y sus dinámicas son posibles gracias a la comunicación entre las mujeres y las personas que las rodean por fuera de su entorno familiar, lo que contribuye a desafiar estereotipos de género que encasillan a la mujer en tareas del hogar y cuidado familiar. Nora señala la situación que muchas emprendedoras tenían y resalta la importancia del apoyo que tuvieron en el proceso, demostrando que estas redes no solo influyen en el ámbito económico sino también en su independencia, “para muchas ha sido muy difícil porque no les daban el permiso para salir al mercado. Entonces ellas mandaban el hijo o a otra persona, y con el tiempo y las capacitaciones dicen: *no yo voy a salir al mercado*”.

De este modo, los espacios que les brinda el emprendimiento, les permiten superar el espacio privado de sus hogares y hacer presencia en el espacio público (Padilla, et al., 2020), lo que destaca que el emprendimiento proporciona a las mujeres no solo una dimensión económica, sino también una expansión de roles al otorgar un papel activo en la esfera pública. Esta conexión rompe las barreras que limitan la participación de las mujeres en el ámbito público. Si bien hasta ahora, de las mujeres entrevistadas, solo Nora y Mónica han participado en la creación de una red colaborativa además de su emprendimiento, las demás también manifestaron el deseo de ayudar a futuro a otras mujeres a cumplir sus metas, así lo afirma Luciana: “de las cosas que yo he pensado hacer a futuro, con lo que quiero lograr, me gustaría capacitar a las mujeres, y mucho a las mujeres cabezas de familia que pasan por cosas muy complicadas”. Esto resalta la importancia de la creación de espacios de apoyo que además inspiran a las mujeres a ser líderes y referentes en la sociedad.

Sobre esto, Marta Rizo 2004, en su artículo “El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación”, expone que “la cultura y el aprendizaje

humanos se realizan mediante la comunicación, o interacción simbólica, por la que cada ser humano adquiere el propio sentido del ser, su carácter e identidad” (p 15). Se entiende entonces que al crear o participar en redes donde las participantes comunican intereses y aprendizajes sobre la práctica emprendedora, les permite además de desarrollar habilidades en pro de sus proyectos, producir nuevas perspectivas con respecto a su rol como mujeres en la sociedad. Esto conlleva a que las mujeres se apropien de sus capacidades y de su identidad como emprendedoras y líderes para combatir narrativas tradicionales que en la actualidad pueden seguir persistiendo.

Es importante destacar que, según la mayoría de las participantes, la Red de Emprendedores ha sido fundamental en el desarrollo personal y empresarial de las mujeres, pues no solo aporta apoyo y educación, sino que también permite espacios como los bazares, donde se presentan una oportunidad clave para dar a conocer sus marcas y establecer conexiones significativas. Luciana menciona al respecto:

En los bazares uno tiene la meta de vender mucho, pero creo que al fin y al cabo los bazares terminan siendo una vitrina. La ventaja más grande, incluso más allá de vender, es que te das a conocer mucho. Yo en los bazares es donde doy más tarjetas y donde me suben más los seguidores (Comunicación personal).

Aunque económicamente no siempre sean tan beneficiosos, permiten la expansión de sus emprendimientos más allá del municipio de Barbosa y actúan como una plataforma de reconocimiento, que permite la socialización e intercambio de conocimientos. Esto dota de sentido sus experiencias dentro de estos espacios y se liga con los aportes del Interaccionismo Simbólico, ya que los bazares se convierten en plataformas por medio de las cuales se realiza la socialización humana, permite la generación de interacciones sociales cargadas de significados, según se amplían y diversifican las experiencias “a través de este tipo de interacciones simbólicas, se van manteniendo y reforzando, permitiendo a los seres humanos reconocerse como tales y dotar de sentido a sus experiencias” (Rizo, 2004, p 3).

La participación de las mujeres en estos espacios no solo les brinda la oportunidad de identificarse como emprendedoras fuera de su entorno doméstico, sino que también les concede una identidad clara al interactuar con los elementos que caracterizan estos espacios. Este reconocimiento las posiciona como vendedoras y facilita la conexión directa con sus clientes. Además, les permite establecer relaciones con otros emprendedores, enriqueciéndose mutuamente con experiencias y consejos que contribuyen al crecimiento tanto personal como empresarial.

Conclusiones

Con la finalidad de responder a la pregunta planteada ¿Cómo la práctica emprendedora de las participantes en la investigación incide en la construcción de narrativas en torno al papel de las mujeres y los roles de género? Se encontró que las voces recopiladas en este estudio revelan un conjunto diverso de perspectivas, que convergen hacia un tema central: no solo hay una visión invariable del rol de las mujeres sino que, por el contrario, las mujeres participantes de la investigación reflexionan sobre la capacidad de la figura femenina para desenvolverse y ocupar distintos roles en su vida, lo que refuerza su autonomía y capacidad decisiva.

El emprendimiento es un elemento que respalda la narrativa desde una dimensión no económica, que abarca el autodescubrimiento de diferentes tipos de habilidades, el relacionamiento con otras personas, la disciplina, la consolidación de sus intereses y gustos, y una búsqueda constante de la realización personal, al articular sus ideas de negocio con el aprendizaje empírico y técnico que les permite plantearse a futuro metas en pro de sus ideales propios y colectivos.

Sin embargo, a pesar de que el emprendimiento aún no se consolida como una herramienta que brinde la plena independencia económica para todas las emprendedoras, si actúa como catalizador que permite la libertad de decisión en sus negocios, en sus tiempos, en su futuro y en sus vidas personales. Estas narrativas resignifican los roles de género, al configurar a la mujer como un ser con diversidad de capacidades que van más allá de las tareas del hogar o cuidado familiar, fomentando así una labor que servirá para influir a las nuevas generaciones a desafiar los estereotipos y promover la igualdad de género.

A partir de la práctica emprendedora y los aspectos que la rodean, en el primer objetivo: Indagar por las comprensiones de la práctica emprendedora en relación al papel de las mujeres, a partir de las experiencias de las participantes en la investigación, se concluye que la integración de un emprendimiento innovador en los proyectos de vida de las mujeres participantes, representa tanto un desafío como una oportunidad. Al estar motivadas por la búsqueda de soluciones económicas, la influencia cultural/familiar y la identificación de oportunidades vinculadas a la construcción de una idea de negocio, las emprendedoras enfocan sus proyectos en una obtención de independencia, equilibrio entre la vida personal y laboral, poder sobre su futuro y configuración positiva de la percepción sobre sí mismas.

Estas mujeres proyectan sus emprendimientos hacia el futuro, buscando no solo el éxito económico, sino también un impacto positivo en sus comunidades y su desarrollo personal. La capacidad para adquirir conocimientos y habilidades esenciales para el crecimiento de sus proyectos refleja también un compromiso con el aprendizaje constante, desafiando la noción convencional de trabajo y los estereotipos, al destacar la habilidad multifacética de las mujeres en la sociedad actual. También se resalta la importancia del emprendimiento como una opción para suplir algunas necesidades económicas a la vez que se gestionan diversas labores en simultáneo según las prioridades y necesidades de cada una de las mujeres.

Para el segundo objetivo: identificar, a partir de las narrativas de las participantes en la investigación, cómo se configuran los roles de género en sus ámbitos económico, social y personal, se concluyó que, el emprendimiento da la posibilidad de gestionar los tiempos que se invierten en las diferentes actividades del día a día, lo que a su vez implica la gestión de los roles que estas mujeres ocupan en diferentes ámbitos de su vida.

La flexibilidad sobre el tiempo que proporciona el emprendimiento se convierte en un recurso valioso para conciliar roles de madres, estudiantes, hijas y emprendedoras, gracias a la autonomía que obtienen con esta práctica. Por otro lado, la percepción de las participantes refleja un cambio en las concepciones generacionales sobre los roles de género, gracias a la conciencia crítica que poseen sobre los prejuicios arraigados tradicionalmente en la sociedad. Además, las figuras familiares, especialmente las madres, se erigen como modelos que inspiran independencia y motivan a desafiar estereotipos tradicionales. Aunque, las figuras paternas también destacan, evidenciando cómo la crianza y las experiencias familiares influyen en la redefinición de roles y la búsqueda de la realización personal.

Para el tercer objetivo: describir cómo se dan los espacios de interacción que genera la práctica emprendedora, se encontró que tanto la Red de Emprendedores como la Red de Mujeres, aunque pretenden impulsar el desarrollo económico, se posicionan más como promotoras de crecimiento personal. Pese a que presentan desafíos, su impacto positivo se refleja en la creación de relaciones significativas, la adquisición de habilidades sociales y de mercadeo, el desafío a estereotipos de género y la capacidad de enfrentar y superar comentarios o situaciones negativas. Además, se evidencia que estas redes no solo son espacios de negocios, sino también comunidades que fortalecen el crecimiento personal y el apoyo mutuo entre mujeres.

Por último, realiza un aporte al campo de la comunicación al enfocarse en la importancia que tienen elementos como la crianza, familia, creencias y experiencias personales de cada una de las mujeres, en la configuración de narrativas con respecto a las concepciones sobre el rol de la mujer en sociedad, las cuales exaltan la habilidad de articular la vida laboral con la formación académica y las relaciones con su núcleo familiar, lo que a su vez se concluye en la consolidación de un proyecto de vida integral, que no solo abarca el crecimiento económico sino que también se nutre de otros conocimientos a partir de las posibilidades que les brinda la práctica emprendedora.

Cabe resaltar que esta investigación local también aporta a las investigaciones sobre mujeres emprendedoras en Colombia, donde las mujeres de Barbosa destacaron aspectos que van más allá de lo económico, como la cultura y las nuevas creencias que permean las narrativas acerca del rol de la mujer en la sociedad actual.

Referencias

- Arellano, R. (2003). Género, medio ambiente y desarrollo sustentable: un nuevo reto para los estudios de género. *Revista de Estudios de Género. La ventana*, (17), 79-106.
- Bruner, J. (1991). The narrative construction of reality. *Critical inquiry*, 18(1), 1-21.
- CEPAL, (2011). *Informe anual 2011*. El salto de la autonomía: de los márgenes al centro. Documentos de Proyectos (LC/W.436), Santiago, septiembre.
- Gergen, K. J., Diazgranados Ferráns, S., & Estrada Mesa, A. M. (2007). *Construccionismo social: aportes para el debate y la práctica*. Universidad de los Andes.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Cepal.
- Herrera, P. (2000). Rol de género y funcionamiento familiar. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 16(6), 568-573. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252000000600008&lng=es&tlng=es.
- Hidalgo, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Revista Alternativas UCSG*, 2014; 15(1):46-50. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599803>
- Kaufman, M. (1995). Los hombres, el feminismo y las experiencias contradictorias del poder entre los hombres. Género e identidad. *Ensayos sobre lo femenino y lo masculino*. https://www.jerez.es/fileadmin/Documentos/hombresxigualdad/fondo_documental/Hombres_y_feminismo/los-hombres-el-feminismo-y-las-experiences-contradictorias-del-poder-entre-los-hombres_-_copia.pdf
- Monreal, M., Cárdenas, R., y Martínez, B. (2019). Estereotipos, roles de género y cadena de cuidados. Transformaciones en el proceso migratorio de las mujeres. *Collectivus, Revista de Ciencias Sociales*, 6(1),83-99. <https://investigaciones.uniatlantico.edu.co/revistas/index.php/Collectivus/article/view/2202/2588>
- Padilla, A., Hernandez, L., Pérez, O. (2020). Retos y alcances de las mujeres empresarias: una mirada a través de su narrativa y experiencias. *Administración y Organizaciones* 23 (44), 2019, 9-22. <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/397/346>
- Rizo, M. (2004). Comunicación e interacción social. Aportes de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la inmigración. *Global media journal*, 1(2), 10. <https://www.redalyc.org/pdf/687/68710210.pdf>
- Rizo, M. (2004). El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación. *Portal de la Comunicación*. <https://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-I/FCI-I%20Tema%205%20texto%20c%201.pdf>

Sabater, C. (2018). *Vista de la mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género*. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/FEMERIS/article/view/4320/2848>

Viadana, C. A., Zubeldía, M. L., Tomarelli, J. L., & Morales, O. R. (2016). *Mujeres emprendedoras: una aproximación empírica*. Universidad Nacional de Rosario. <https://rehip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/16adedc8-a1c8-4be9-9e34-473824aafa6a/content>