

Caracterización de las mujeres emprendedoras sociales de los municipios cordilleranos del departamento del Quindío, Colombia

Accessible Characteristics of women social entrepreneurs in the Andean municipalities of the department of Quindío, Colombia

Arcesio Millán Chica 

Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt, Colombia

Correspondencia: amillan@cue.edu.co

RESUMEN. El objeto de la presente investigación estuvo orientado a la determinación de los factores que inciden en el emprendimiento social de las mujeres de los municipios cordilleranos del Quindío, a partir de factores culturales, sociales y económicos que hacen parte del entorno de emprendimiento. De esta forma, se logró identificar el impacto en la intención emprendedora y las características propias de las mujeres emprendedoras y, por ende, nuevas formas de incentivar y apoyar estos emprendimientos, de tal manera que se aporte al fortalecimiento de la dinámica empresarial de la región, en especial, de la zona cordillerana del departamento, además de desarrollar una cultura emprendedora que pueda generar a la población estabilidad económica a futuro y que se procure por la generación de empleo en la comunidad local, regional y nacional. Para llevar a cabo el presente trabajo de investigación con total rigurosidad, se ha planteado una metodología en la cual se propone la realización de un estudio descriptivo exploratorio. El instrumento de recolección de información propuesto es la encuesta y se emplearán los métodos estadísticos descriptivos para la interpretación de la información recolectada.

Palabras clave: Emprendimiento, empleo, desempleo, cultura.

ABSTRACT. The object of this investigation was oriented to the determination of the factors that affect the social entrepreneurship of women in the Andean municipalities of Quindío, based on cultural, social and economic factors that are part of the entrepreneurial environment. In this way, it was possible to identify the impact on the entrepreneurial intention and the characteristics of women entrepreneurs and, therefore, new ways to encourage and support these ventures, in such a way that they contribute to strengthening the business dynamics of the region, especially in the Andean area of the department, in addition to developing an entrepreneurial culture that can generate future economic stability for the population and that seeks to generate employment in the local, regional and national community. To carry out this research work with total rigor, a methodology has been proposed in which it is proposed to carry out a descriptive exploratory study. The proposed information collection instrument is the survey and descriptive statistical methods will be used to interpret the information collected.

Keywords: Entrepreneurship, employment, unemployment, culture.

Recibido: 01/08/2023 Aceptado: 30/11/2023

1. Introducción

El concepto de emprendimiento ha sido interpretado por muchos autores desde diferentes ángulos: desde la sociología, la psicología y la demografía, pretendiendo identificar las características del espíritu emprendedor y determinar si estas son propias o adquiridas por los individuos. La palabra emprendedor proviene del francés “entrepreneur” que quiere decir pionero, para Joseph Schumpeter el emprendedor era la persona capaz de promover innovación: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de

Millán Chica, A. (2023). *Caracterización de las mujeres emprendedoras sociales de los municipios cordilleranos del departamento del Quindío, Colombia*. *SUMMA. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 5(2), 1-25. <https://doi.org/10.47666/summa.5.2.6>



una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc., esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan”, (Schumpeter, 1950).

El Congreso de Colombia, en la ley 1014 de 2006, definió el emprendimiento como “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Congreso de Colombia, 2006), es decir que el emprendimiento es concebido como una clara alternativa que puede aportar a la dinamización de la economía y contribuir al desarrollo de las regiones.

En una región como el departamento del Quindío, en la que su capital ha atravesado por fuertes crisis económicas y que, según el DANE, ha estado en el podio del desempleo desde hace casi una década, se hace necesario identificar nuevas formas para incentivar entre sus habitantes, y especialmente entre los jóvenes, opciones empresariales y de emprendimiento que contribuyan a dinamizar la economía de la región, generar una cultura en torno a este tema, que pueda forjar una estabilidad financiera a futuro y que procure por la generación de empleo en la comunidad local, regional y nacional.

2. Planteamiento del problema y bases teóricas

La creación de nuevas empresas que apalanquen el desarrollo de las regiones y dinamicen el entorno socioeconómico de cada departamento, además de aportar a la generación de empleabilidad entre sus habitantes. Igualmente, se contribuye al fortalecimiento de las industrias, la especialización empresarial, así como a la generación de políticas públicas que apunten al fortalecimiento empresarial.

Según Confecámaras, en el año 2021 se crearon 328.237 unidades productivas en el país, 69.283 sociedades y 258.954 personas naturales (Confecámaras, 2021). En cuanto a la cancelación de empresas, descendió a un 3 %; con respecto al 2020, se registraron 186.123 cancelaciones de unidades económicas, 10.752 sociedades y 169.755 personas naturales, explicado por un menor número de cancelaciones en los sectores actividades de servicios administrativos y de apoyo, actividades inmobiliarias y actividades artísticas y de entretenimiento.

Por su parte, el departamento del Quindío evidencia un crecimiento empresarial significativo desde el año 2011 con el aumento de matrículas de nuevas empresas y la renovación de las ya existentes, lo que engrosó la lista de unidades productivas en el departamento. En el 2021 llegó a su punto más álgido, gracias a la creación de 5.475 unidades productivas (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2021) una cifra de destacar, ya que demuestra el interés de los ciudadanos de emprender. Sin embargo, en el año 2019 se presentó una disminución del 14,8 % en nuevos registros, frente al año anterior, con 4.660 nuevos registros (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2019). Igualmente, se ha identificado a través del tiempo que muchas empresas registradas en años anteriores han cerrado sus puertas antes de culminar su primer año de labor, lo que evidencia parte de la crisis económica que ha enfrentado el departamento y principalmente su ciudad capital. Producto de la mencionada crisis económica la cual se agravó por la pandemia vivida por el Covid 19, se han desencadenado una serie de problemáticas que afectan a la población del departamento.

Los municipios cordilleranos del departamento del Quindío son los municipios de: Calarcá, Buenavista, Córdoba, Pijao y Génova, actualmente, el turismo se ha convertido en una alternativa potencial para el desarrollo del departamento, razón por la cual hoy en día los municipios cordilleranos son uno de los destinos turísticos por excelencia de nacionales y extranjeros. La economía de estos municipios gira en torno al cultivo y comercialización del café, histórico baluarte de la economía departamental y nacional. A ésta le siguen la prestación de servicios, las actividades agropecuarias y la industria. La actividad agrícola es muy importante en la economía de estos municipios; su principal cultivo es el café. Otros cultivos que en los últimos años han incrementado su producción, son: plátano, yuca, sorgo, soya, frijol, maíz y cacao. La ganadería ocupa un lugar destacado en su economía, se centra en la cría, levante y engorde de ganados vacuno, porcino, caprino y ovino. También se realizan actividades de explotación de oro, mineral que se encuentra en pequeñas minas ubicadas en la vertiente occidental de la cordillera Central; también se explotan en menor cantidad plata, plomo y zinc; en cuanto a minerales no metálicos, se explotan arcilla, caliza y dolomita. El sector económico industrial tiene poco desarrollo siendo el principal el de la agroindustria de alimentos, como también las confecciones, productos de aseo y derivados lácteos.

Los índices de seguridad y convivencia ciudadana hacen parte de los principales indicadores de medición para determinar el nivel de bienestar y calidad de vida una población específica, es por esto que es importante destacar los índices de seguridad de la ciudad de Armenia y de los principales municipios del departamento, ya que desde que su economía se ha visto afectada por la pobre dinámica empresarial, la ciudadanía ha sido afectada en cuestiones de seguridad. De acuerdo con el Instituto Nacional de Medicina Legal, en 2020 Armenia reportó un total de 121 casos de homicidios, lo que representa una tasa anual de 40,58 % por cada 100.000 habitantes. El número de hurtos registrados ante la Policía Nacional fue de 1.121. Sin embargo, hay que tener en cuenta que muchos de los hurtos delictivos no son denunciados ante las autoridades correspondientes (Cronica del Quindío, 2021).

La salud mental de los ciudadanos del departamento también ha demostrado estar afectada por la falta de oportunidades que se generan en la región en temas de empleabilidad y claridad económica. Muestra de ello, es que el suicidio se ha convertido en un problema de salud pública por la alta tasa presentada en los últimos años. Al igual que en el 2020, en 2021 se dio un promedio de 3 suicidios mensuales, a pesar que en este último año la tasa descendió por el incremento poblacional proyectado por el DANE para el departamento. Es de destacar que la tasa de suicidios en el departamento se ubica sobre el promedio nacional. La problemática del suicidio tuvo una clara influencia en determinados rangos de edad en la población del Quindío para 2020, siendo los jóvenes entre 18 y 34 años y los adultos entre los 50 y los 64 años, quienes más sumaron víctimas a este tipo de muerte violenta (Cronica del Quindío, 2021).

3. El emprendimiento social y sus características básicas

El emprendimiento social es la parte del emprendimiento en general que tiene por protagonistas a las personas e instituciones de la economía social al servicio de valores que van directamente más allá del mero beneficio económico personal de las personas emprendedoras, para desarrollar iniciativas y redes compartidas capaces de generar valor añadido social en sentido amplio.

La adjetivación del emprendimiento como “social” tiene el sentido de diferenciarse del emprendimiento comercial, que se dirige a las actividades económicas en general, mediante el desarrollo de nuevas actividades y nuevas

organizaciones cuyo éxito beneficia directamente a sus impulsores solo indirectamente a la sociedad en términos de creación del empleo o de generación de renta y de riqueza. El emprendimiento social se caracteriza por pertenecer al sector privado de la economía, y no al sector público.

Tanto el emprendimiento comercial como el social tienen varios puntos en común, como la detección de necesidades no cubiertas o insuficientemente cubiertas, la innovación en productos o servicios que diferencien a las actividades emprendedoras del resto, el diseño de estructuras organizativas capaces de proporcionar tales bienes y servicios a una escala adecuada, o las dificultades iniciales de los proyectos de emprendimientos (financiación, tamaño mínimo, pérdidas iniciales, etc.).

Sin embargo, en el caso del emprendimiento social, las necesidades no cubiertas de modo adecuado se caracterizan por ser comunes a amplios grupos sociales con menor poder adquisitivo, o ninguno; la innovación en productos y servicios se caracteriza por aportar en su producción, distribución, etc., connotaciones sociales ampliamente compartidas, como las restricciones ecológicas a la producción, la orientación hacia los bienes preferentes, la ausencia de beneficio o la reinversión del mismo, etc. Las estructuras organizativas mediante las cuales se aplican las ideas del emprendimiento social no son de mercado, en algunos casos, y en otros, pese a ser de mercado en el sentido de que la mayor parte de sus ingresos procedente del mercado, cualifican su actuación mediante el cumplimiento de determinados criterios (como por ejemplo los propios del movimiento cooperativo, que son los más conocidos), en beneficio de los sectores sociales a los que se dirigen y de sus propios trabajadores, y no meramente de los detentadores del capital financieros.

Las dificultades financieras del emprendimiento social se palián en la medida de lo posible a través de mecanismos como el mecenazgo, el microfunding, el recursos a la obra social del movimiento cooperativo, las líneas de financiación de algunas entidades socialmente responsables, la participación en viveros o incubadoras de empresas sociales, o algunas líneas públicas de financiación en condiciones menos restrictivas que las habituales. A menudo, el impulso inicial de todo ello recae en emprendedores sociales concretos, que son personas que conocen en profundidad las necesidades de algunos sectores sociales con dificultades estructurales, son capaces de organizar una comunidad de beneficiarios potenciales y de desarrolladores del proyecto social, y están fuertemente motivados hacia el cambio social (sea por distintas razones psicológicas, ideológicas, religiosas, generacionales, de desarrollo personal, etc.).

4. Perfil del emprendedor social

En el escenario global la sociedad siempre ha mostrado su preocupación por mantener el bienestar en términos de la gestión con las organizaciones a través de la responsabilidad social, aspecto del cual no es ajena la estructura empresarial del departamento del Quindío.

Así pues, para este caso se abordará una aproximación al concepto del emprendimiento social como una actividad que es más visible desde el escenario de las organizaciones del sector privado ya que desde este eje de la economía se ha empoderado a los ciudadanos para atender las necesidades que se escapan a las prestaciones de bienes y servicios a cambio de dinero para la solución de estas.

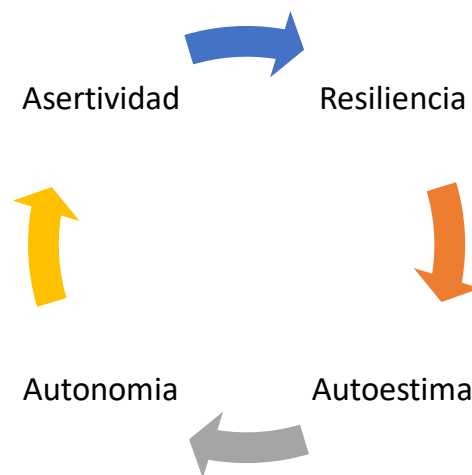
Por tal motivo, en palabras de Muñiz Ferrer (2015 p. 7) el emprendedor social es quien decide resolver necesidades asociadas a situaciones que afectan el bienestar común y la sostenibilidad humana en el planeta con la particularidad de renunciar a la intención de recibir dinero por la dedicación a la solución de estas.

Por lo tanto “El emprendimiento social es el proceso mediante el cual los ciudadanos construyen o transforman instituciones o sistemas para resolver problemas sociales” (Del Cerro, J.2016 p.15); lo cual es opuesto al emprendimiento individual dado que la prioridad reside en la sostenibilidad económica.

Sin embargo, ambos tipos de emprendimiento comparten características como la actitud innovadora, creativa, entusiasta y proactiva en cualquier momento y circunstancia, así pues, el emprendedor social también debe identificar necesidades, diseñar estructuras organizacionales, explorar mecanismos de financiación y determinar el tamaño de la organización.

En este sentido un emprendedor social debe ser conocedor de las herramientas de gestión debido a que constantemente se encuentra en contacto con equipos de trabajo, lo cual implica que en este caso la mujer emprendedora del departamento de la ciudad de Armenia, Q. debe estar relacionada con costumbres precedidas por la cultura, la ética ciudadana y en cierto sentido con la solidaridad; lo cual se resume en una cultura emprendedora articulada con el liderazgo, el empresarismo y habilidades gerenciales. En consecuencia, la emprendedora social debe poseer una serie de valores tales como:

Figura 1. Valores del emprendedor social



Fuente: Acebedo A. M. J. y Velasco, M. (2017)

De este modo la asertividad esta deberá ser entendida como aquella habilidad que le permite a la emprendedora social tener flexibilidad cultural para relacionarse y conectar con las necesidades de los grupos sociales a los cuales pretende ofrecer sus habilidades y conocimientos. Además de poseer un sentido comunitario y solidaridad.

En cuanto a la resiliencia se refiere a la capacidad individual o grupal para superar situaciones adversas altamente traumáticas dado el contexto social con el cual se involucra una emprendedora social ya que es frecuente encontrar grupos de desplazados, inclusión de género, discapacidad u otra condición de vulnerabilidad.

Por tal motivo la exposición frecuente a las condiciones sociales ejemplificadas requiere la construcción de la autoestima debido a que esta representa el valor que nos asignamos a nosotros mismos y que tiene que ver con que tanto aceptamos lo que somos y en el mismo sentido como aceptamos a los demás y expresamos nuestro derecho a ser felices.

Así pues, la autoestima en palabras de Narvaez y Bernal (1993 p. 74) es el reflejo de aspectos como la comunicación, es decir, la capacidad para generar y realizar el intercambio de información; Además del aspecto interactivo que brinda la cooperación en la comunicación y finalmente el aspecto perceptivo, el cual refiere a la percepción de las partes durante el proceso de comunicación reconociendo las necesidades, intereses y la interdependencia.

Finalmente, está la autonomía la cual para una emprendedora social le compromete a responder por las consecuencias de las decisiones y acciones que genera un efecto social y se trueca en actos afortunados con responsabilidad.

Por lo tanto, la naturaleza de un emprendimiento social involucra en su ADN un compromiso mayor con la sostenibilidad social y humana que sea sostenible en el tiempo renunciando a beneficios económico por la dedicación, experiencias y habilidad dispuesta en la solución de la situación que le dio su origen.

5. Características del emprendimiento femenino

Ahora bien, en términos del emprendimiento femenino en Colombia se ha podido establecer que este ocupa la posición número 19 de 54 países que participan del estudio realizado por Master Card en 2017 sobre el índice de mujeres emprendedoras. Lo cual es un reflejo del espíritu emprender que se vive en el país. Además, el mismo estudio señala las principales características se destacan el reconocimiento por ser dueña y/o jefe, mayor oportunidad para el avance de mujeres líderes, acceso a la educación financiera y apoyo para emprendedor desde el Estado o gobierno local.

Dicho de otro modo, las variables en la cuales reside el seguimiento del emprendimiento femenino son: primero la innovación, segundo la innovación radical, tercero la tecnología, cuarto la internacionalización, quinto los recursos humanos, sexto nivel de educación, séptimo la competitividad, octavo nivel socio económico y noveno acceso a la educación.

En este sentido según Hermith, R. & Bautista (2017) la innovación para que tenga el carácter social debe involucrar a la propia comunidad afectada cuyo objeto es el mejoramiento de la calidad de vida y bienestar a través de prácticas, modelos de gestión, productos o servicios novedosos resuelvan la necesidad o problema que lo origino de forma eficiente y eficaz.

Así pues, la tecnología se ha convertido en un gran aliado para los emprendedores sociales debido a que permite el acceso a los recursos de información para transmitir mensajes de valor a los diferentes grupos de interés con los cuales se busca generar la empatía crear un segmento de mercado para establecer la sostenibilidad del emprendimiento.

6. Perdurabilidad empresarial

La perdurabilidad o sostenibilidad empresarial será un primer paso para alcanzar un impacto gracias a la capacidad de las organizaciones para manejar cambios disruptivos, es decir, recursos para 1) absorber perturbaciones y sorpresas, 2) explorar creativamente alternativas, 3) movilizar recursos y 4) ejecutar un cambio transformacional.

Así pues, el compromiso del emprendedor social velará por el cumplimiento de metas sociales apoyado en el estudio del cambio en el entorno social, económico, social y tecnológico le permitirá reconocer las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades en función de la disponibilidad de recursos humanos, organizacionales, equipos y entre los que posea la organización para soportar la toma de decisiones soportadas en las capacidades y recursos que permitan el buen ejercicio de la dirección con un liderazgo transformacional para la comunidad.

Figura 2. Necesidades de la organización



Fuente: Beltrán, J. J. M. (1998 p. 23).

En este sentido según rivera (2012) la perdurabilidad empresarial en Colombia se rige por el comportamiento una solidad identidad organizacional, formalización ante el gobierno, gobierno organizacional, reconocimiento por el entorno y sector que atiende, la diferenciación de otros emprendimientos, dinámica social de los colaboradores, estandarización de prácticas y proceso eficientes, consolidación o trayectoria, alienación de la gestión y gestión financiera.

7. Resultados y discusión

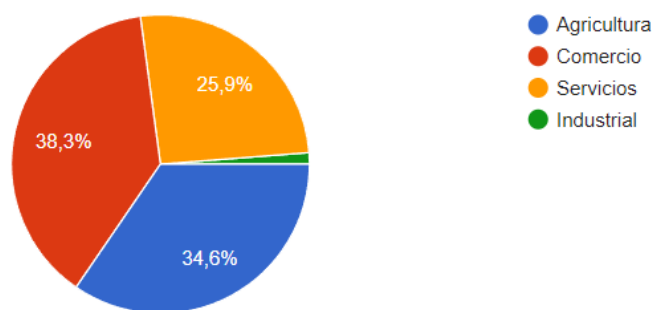
A continuación, se presentan los resultados del instrumento de recolección de información por cada uno de los objetivos planteados, el cual está compuesto por 22 preguntas las cuales se formularon a partir de las características de los emprendimientos sociales y las características culturales, sociales y económicas coherentes con este tipo de emprendimiento, las respuestas a cada uno de los cuestionamientos fue planteada por medio de la Escala de Likert.

8. Resultados

Gráfica 1

¿Cuál es el sector económico en el que desarrolla su emprendimiento social ?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

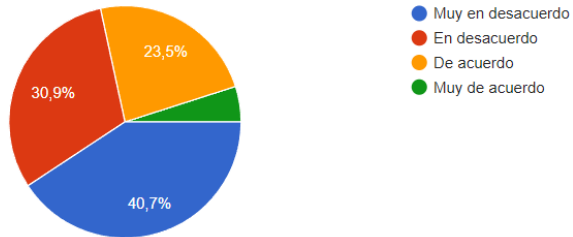
En este interrogante se les preguntó a las mujeres el sector económico en el cual se encuentra funcionando su emprendimiento. Los resultados indican que el 38,3 % está en el sector del comercio, el 34,6 % se encuentra en el sector de la agricultura, el 25,9 % está en el sector de los servicios y el 1,2 % está en el sector industrial.

De la anterior información se infiere que los sectores económicos donde más emprenden socialmente las mujeres cordilleranas son el comercio, la agricultura y los servicios, esto es coherente con la vocación económica de los municipios cordilleranos del departamento como lo son Calarcá, Buenavista, Pijao, Génova y Córdoba, cabe resaltar que la mayoría de estas mujeres son madres cabeza de hogar, en promedio con 2 hijos cada una, la mujeres que emprenden en el sector de la agricultura lo realizan a través de parcelas de tierra heredadas de sus familias y continúan con su vocación de generación en generación, en el sector comercial los servicios que más se ofrecen son los del cuidado personal como peluquerías, manicure, pedicura entre otros y en el sector comercial los emprendimientos más representativos son las comercializadoras de agro insumos, tiendas misceláneas y abarrotes en general.

Gráfica 2

Según su percepción, ¿los líderes de las empresas colombianas son accesibles con sus empleados?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

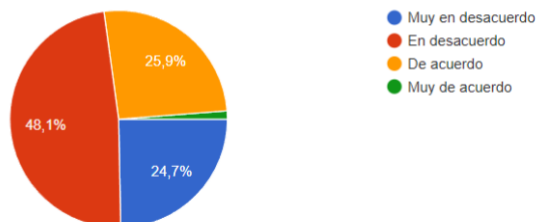
En esta pregunta se interroga a las mujeres si consideran que los líderes de las empresas colombianas son accesibles con sus empleados. Según los resultados el 40.7 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 30.9 % manifiesta estar en desacuerdo, el 23,5 % está de acuerdo y el 4.9 % se encuentra muy de acuerdo.

Estos resultados evidencian que la mayoría de las mujeres encuestadas consideran que los líderes de las empresas colombianas no son accesibles con sus empleados, lo que llevaría a inferir que no existe una buena percepción por parte de las mujeres sobre las condiciones dadas en las empresas por parte de los jefes o líderes, de tal manera que no se brindan los medios adecuados para incentivar a estas a ingresar al mundo laboral y tomen el camino del emprendimiento.

Gráfica 3

¿Cree usted que en las organizaciones colombianas existe equidad entre sus empleados?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

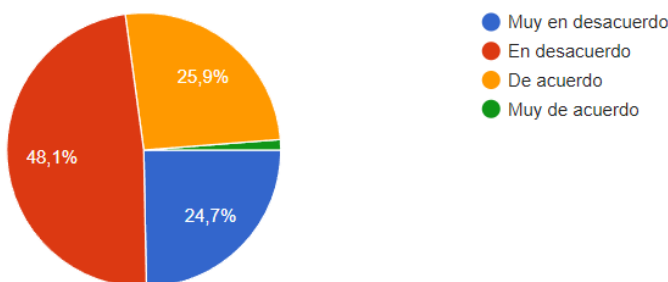
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si consideran que en las empresas colombianas existe equidad en los trabajadores. Según los resultados el 24.7 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 48.1 % manifiesta estar en desacuerdo, el 25,9 % está de acuerdo y el 1.2 % se encuentra muy de acuerdo.

Estos resultados evidencian que la mayoría de las mujeres encuestadas consideran que las empresas colombianas no tienen equidad con sus empleados, lo que llevaría a inferir que no existe una buena percepción por parte de las mujeres sobre las condiciones dadas en las empresas por parte de los jefes o líderes, de tal manera que no se brindan los incentivos adecuados para ingresar al mundo laboral y de esta manera el emprendimiento tome mayor relevancia en sus vidas.

Gráfica 4

Según su percepción, ¿En el país los trabajadores cuentan con condiciones dignas sin importar su rango jerárquico?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

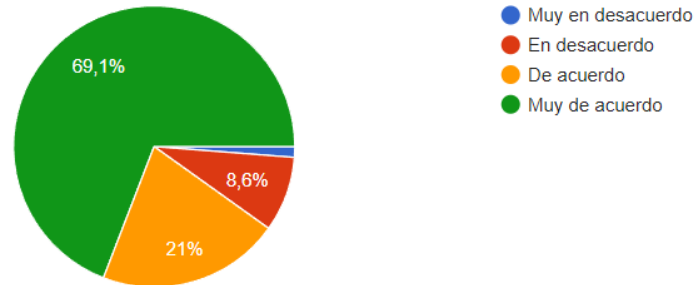
En este interrogante se preguntó a las mujeres si consideran si en el país los trabajadores cuentan con condiciones dignas sin importar su rango jerárquico. Los resultados indican que el 25,9, % está de acuerdo con el enunciado, el 1.2 % está muy de acuerdo, el 48.1 % se encuentra en desacuerdo y el 24.7% está muy en desacuerdo.

Según estos resultados, la mayoría de las mujeres consideran que los empleados de las organizaciones colombianas no cuentan con condiciones dignas para desempeñar sus funciones, lo que podría abrir la puerta para que más mujeres quieran crear empresa y mejorar estas condiciones, no solo para sí mismos, sino para brindar opciones laborales dignas a más personas. Esta es una característica fundamental de los emprendimientos sociales, en las empresarias encuestadas este ítem es fundamental ya que estas normalmente emplean a su núcleo familiar cercano y allegado, ofreciendo buenas condiciones contractuales y de salario emocional coherentes con lo que exige la ley, pero que superan las condiciones ofrecidas por otros empleadores en la zona de estudio.

Gráfica 5

En su vida cotidiana, ¿usted prefiere trabajar en equipo?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

En este interrogante se les preguntó a las mujeres si prefieren trabajar en equipo. Según los resultados, el 1.3 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 8.6 % manifiesta estar en desacuerdo, el 21 % está de acuerdo y el 69.1 % se encuentra muy de acuerdo.

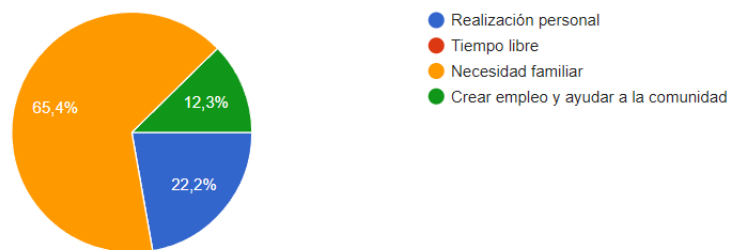
Según estos resultados, la mayoría de las mujeres se siente mejor trabajando en equipo, el trabajo en equipo facilita el cumplimiento de objetivos, incrementa la motivación y la creatividad, y favorece las habilidades sociales de cada uno dentro de las organizaciones, esto se vio reflejado en el proceso de recolección de información ya que se encontró mucha asociatividad en las mujeres emprendedoras sociales siendo el principal renglón económico el agrícola, en el cual estas mujeres tienen cooperativas y fundaciones para impulsar sus modelos de negocio.

Gráfica 6

¿Cuál fue su principal motivación para crear su emprendimiento social?



81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

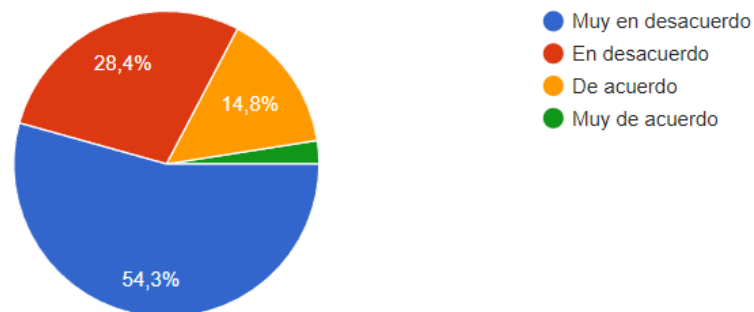
En este interrogante se les preguntó a las mujeres cual fue su principal motivación para crear su emprendimiento social. Según los resultados, el 65.4 % manifiesta que la razón fue la necesidad familiar, el 22.2 % manifiesta que la razón por la que se creó el emprendimiento fue la realización personal, el 12.3 % manifiesta que la razón fue la de crear empleo y ayudar a la comunidad y el 0 % manifestó que la razón fuese el tiempo libre.

De la anterior información se infiere que la principal motivación de las mujeres para crear sus empresas sociales es la necesidad familiar, la mayoría de estas mujeres son madres cabeza de hogar siendo este el principal motor para salir adelante con sus modelos de negocio, además esta puede ser la razón por la cual estas mujeres propenden por ayudar a su comunidad y al medio ambiente a través de sus modelos de negocio, en segundo lugar tenemos la realización personal como motivante para la creación de empresa y, por último, tenemos un factor que es coherente con los emprendimientos sociales que es el de crear empleo y ayudar a la comunidad.

Gráfica 7

En su vida diaria, ¿usted prefiere trabajar solo?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

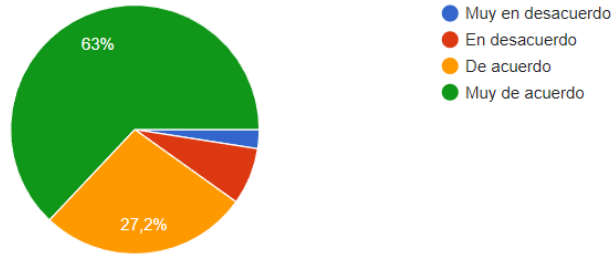
En este interrogante se les pregunta a las mujeres si prefieren trabajar solas. Los resultados indican que el 54.3 % está muy en desacuerdo, el 28.4 % se encuentra en desacuerdo, el 14.8 % está de acuerdo y el 2.5 % está muy de acuerdo.

Según los resultados, la mayoría de las mujeres prefieren trabajar en equipo, lo que podría permitir mejor sinergia y proyección de emprendimiento en equipo que es lo reflejado en las diferentes iniciativas de asociatividad.

Gráfica 8

¿Usted prefiere tomar decisiones en equipo?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

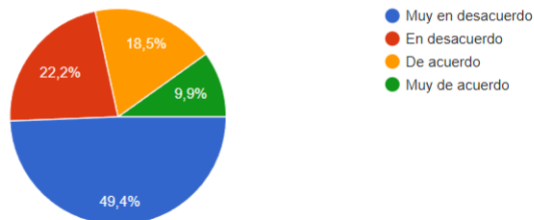
En este interrogante se preguntó a las mujeres si prefieren tomar decisiones en equipo. Los resultados indican que el 2.5 % está muy en desacuerdo con el enunciado, el 7.4 % se encuentra en desacuerdo, el 27.2 % se encuentra de acuerdo y el 63% está muy de acuerdo.

Según los resultados, la mayoría de las mujeres consideran que para tomar decisiones es mejor en equipo, esto permite inferir un buen funcionamiento de sus iniciativas de asociatividad, ya que las decisiones en equipo y el respeto por las opiniones de los otros, son fundamental para los procesos de engagement empresarial.

Gráfica 9

¿Cree usted que cuando se crea empresa se deben asumir todos los riesgos que se presenten?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

En este interrogante se les preguntó a las mujeres si consideran que a la hora de crear empresa se deben asumir todos los riesgos que se presenten. Los resultados indican que el 49.4 % de las mujeres manifiesta estar muy

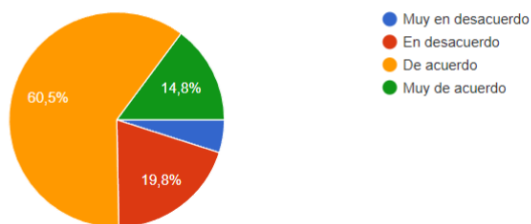
en desacuerdo con el enunciado, el 22.2 % está en desacuerdo, el 18.5 % está de acuerdo y el 9.9 % está muy de acuerdo.

Según los resultados, la mayoría de mujeres consideran que al crear empresa no se deben asumir todos los riesgos que se presenten, lo que podría llevar a inferir que, antes de emprender, los mujeres procurarían prepararse para enfrentar los inconvenientes que se llegasen a presentar durante el proceso.

Gráfica 10

En su vida cotidiana, ¿usted evita tomar riesgos y prefiere optar por la opción más segura?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

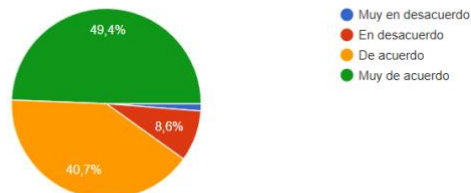
En este interrogante se preguntó a las mujeres si en su vida cotidiana asumen riesgos con frecuencia. Los resultados indican que el 4.9 % está muy en desacuerdo con el enunciado, el 19.8 % está en desacuerdo, el 60.5 % está de acuerdo y el 14.8 % está muy de acuerdo.

Según los resultados, la mayoría de mujeres manifiesta no asumir riesgos con frecuencia, lo que podría llevar a pensar que las posibilidades de mantener la empresa en el tiempo, debido a la cautela y precaución con la cual están manejan los recursos de sus emprendimientos sociales.

Gráfica 11

Cuando usted pensó en crear empresa, ¿su principal prioridad sería mejorar su calidad de vida?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

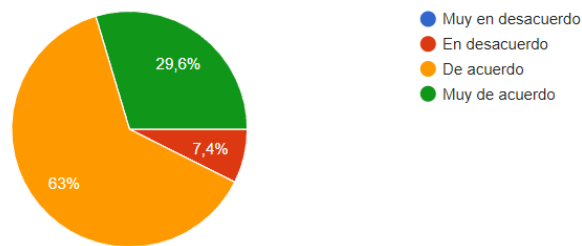
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si su principal prioridad en el momento de crear empresa fue la de mejorar su calidad de vida. Según los resultados el 1.2 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 8.6 % manifiesta estar en desacuerdo, el 40.7 % está de acuerdo y el 49.4 % se encuentra muy de acuerdo.

Según los resultados de la encuesta la gran mayoría de mujeres crearon su emprendimiento social para mejorar su calidad de vida con un 90% de afinidad con este ítem, esto permite inferir y correlacionar la necesidad familiar y mejorar la calidad como los motivos fundamentales para crear empresa.

Gráfica 12

Cuando usted pensó en crear empresa, ¿su principal prioridad sería conseguir dinero y éxito?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

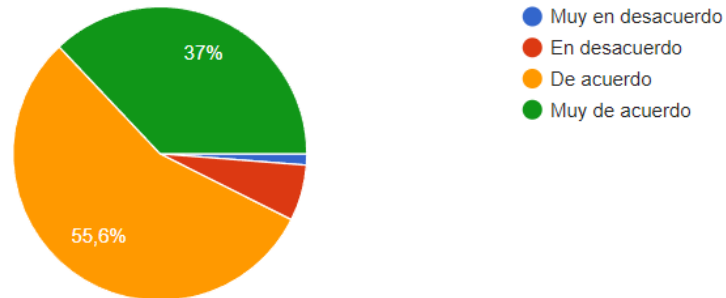
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si consideran como principal prioridad en el momento de emprender la consecución de dinero y éxito. Según los resultados el 0 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 7.4 % manifiesta estar en desacuerdo, el 63 % está de acuerdo y el 29.6 % se encuentra muy de acuerdo.

Según los resultados de la encuesta la gran mayoría de mujeres crearon su emprendimiento social pensando en conseguir dinero y éxito con un 92.6% de afinidad con este ítem, esto permite determinar que el anhelo de tener una empresa financieramente y económicamente viable siempre ha estado presente en los modelos de negocio de las mujeres encuestadas, este ítem también es fundamental en los emprendimientos sociales.

Gráfica 13

¿Usted rige su comportamiento bajo las normas morales y sociales?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

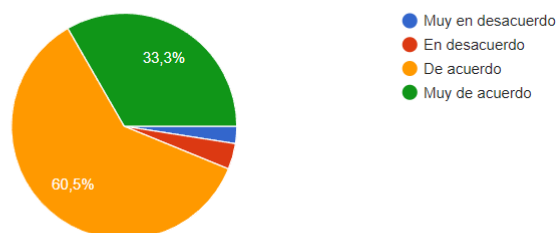
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si su comportamiento es regido bajo las normas morales y sociales. Según los resultados el 1.2 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 6.2 % manifiesta estar en desacuerdo, el 55.6 % está de acuerdo y el 37 % se encuentra muy de acuerdo.

Según los resultados de la encuesta, la gran mayoría de mujeres crearon su emprendimiento social rigen su comportamiento bajo normas morales y sociales con un 92.6% de afinidad con este ítem, el alto nivel de afinidad con este ítem se puede correlacionar a la cultura tradicional de los municipios cordilleranos y a la alta influencia de la iglesia católica en el comportamiento de las mujeres.

Gráfica 14

En su vida cotidiana, ¿los conflictos los resuelve a través de compromisos y negociaciones?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

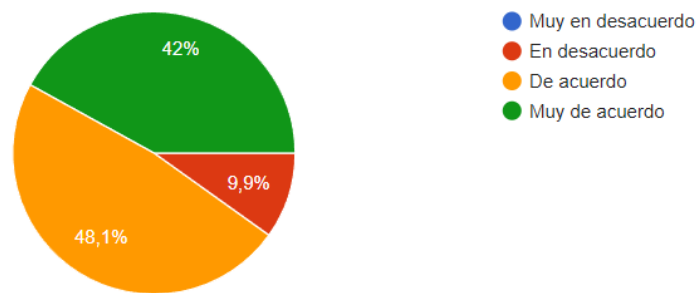
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si consideran que los conflictos se deben resolver a través de compromisos y negociaciones. Los resultados indican que el 2.5 % está muy en desacuerdo con los resultados, el 3.7 % está en desacuerdo, el 60.5 % está de acuerdo y el 33.3 % está muy de acuerdo.

Según los resultados, la mayoría de mujeres considera que los conflictos se deben resolver a través de compromisos y negociaciones, este ítem se puede correlacionar con el trabajo en equipo encontrando concordancia entre la forma en la cual se solucionan los conflictos y la forma de interactuar entre las mujeres.

Gráfica 15

Quando trabaja en equipo, ¿Usted busca el beneficio colectivo por encima del particular?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

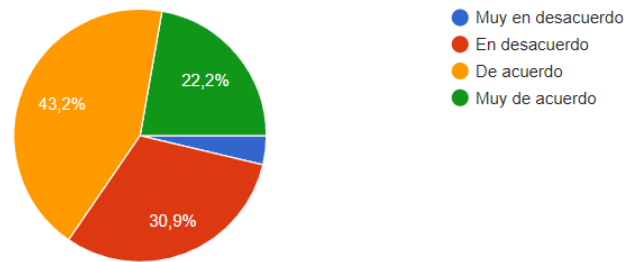
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si en el momento de trabajar en equipo buscan su beneficio propio o el colectivo. Según los resultados el 0 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 9.9 % manifiesta estar en desacuerdo, el 48.1 % está de acuerdo y el 42% se encuentra muy de acuerdo.

Según los resultados de la encuesta, la gran mayoría de mujeres crearon su emprendimiento social para buscar el beneficio colectivo por encima del bien particular con un 90.1% de afinidad con este ítem, esto permite correlacionar el trabajo en equipo y la forma de solucionar los conflictos con la vocación de buscar el bienestar colectivo por encima del particular, esto se evidencio en el proceso de recolección de información donde las mujeres se ayudan de manera desinteresada cuando alguna de ellas presenta una necesidad.

Gráfica 16

Cuando usted pensó en crear empresa, ¿usted esperaba obtener resultados inmediatos?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

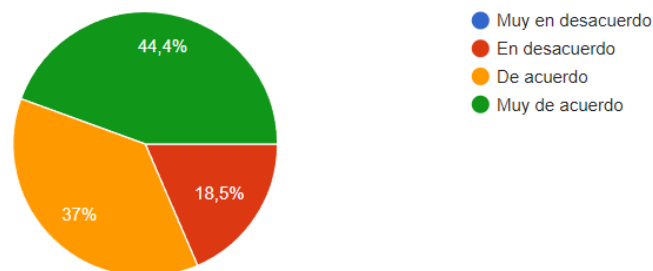
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si en el momento de iniciar su emprendimiento esperaban tener resultados inmediatos. Según los resultados el 3.7 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 30.8 % manifiesta estar en desacuerdo, el 43.2 % está de acuerdo y el 22.2 % se encuentra muy de acuerdo.

Según los resultados de la encuesta, la gran mayoría de mujeres crearon su emprendimiento social con la proyección de obtener resultados en el corto plazo con un 74.1% de afinidad con este ítem, esto permite inferir que la necesidad familiar lleva a la premura en la obtención de resultados en sus modelos de negocio.

Gráfica 17

¿Entre sus hábitos se encuentra el de ahorrar?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

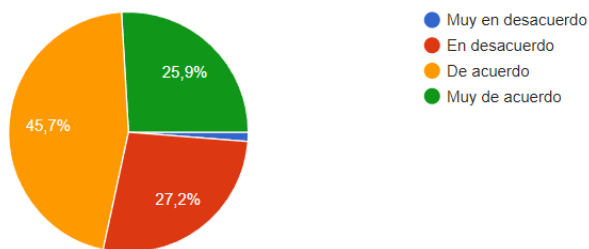
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si dentro de sus hábitos se encuentra el ahorro. Según los resultados el 0 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 18.5 % manifiesta estar en desacuerdo, el 37 % está de acuerdo y el 44.4 % se encuentra muy de acuerdo.

Según los resultados de la encuesta, la gran mayoría de mujeres crearon su emprendimiento social tienen dentro de sus hábitos el de ahorrar con un 80% de afinidad con este ítem, esto permite determinar que las mujeres pueden lograr sus metas y sueños a corto, mediano y largo plazo, ya que les permite apalancarse financieramente para su desarrollo empresarial.

Gráfica 18

¿Estaría dispuesto a posponer sus proyectos personales por apoyar una buena causa?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

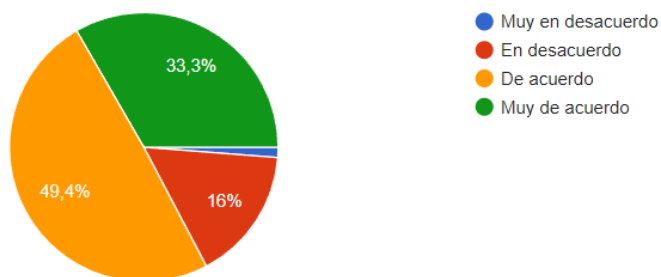
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si estarían dispuestas a posponer sus proyectos personales por apoyar una buena causa. Los resultados indican que el 1.2 % está muy en desacuerdo con el enunciado, el 27.2 % está en desacuerdo, el 45.7 % está de acuerdo y el 25.9 % está muy de acuerdo.

Según los resultados, la mayoría de mujeres estarían dispuestas a posponer sus proyectos personales por apoyar una buena causa, esto es coherente con los emprendimientos sociales, en los cuales se anteponen razones humanas en muchas ocasiones a las económicas.

Gráfica 19

Es más importante para usted, obtener dinero que mantener una buena relación con sus compañeros, amigos y allegados.

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

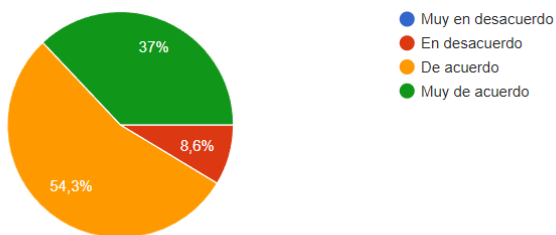
En este interrogante se le preguntó a las mujeres si era más importante el obtener dinero o mantener una buena relación con sus compañeros, amigos y allegados. Los resultados indican que el 1.2 % de las mujeres se encuentran muy en desacuerdo con el enunciado, el 16 % está en desacuerdo, el 49.4 % está de acuerdo y el 33.3 % está muy de acuerdo.

Según los resultados, para la mayoría de mujeres es más importante la realización económica a través del dinero que mantener una buena relación con su círculo social cercano, esto permite correlacionar los anteriores factores como la necesidad familiar, la premura en la obtención de resultados económicos y el ahorro.

Gráfica 20

Cuando usted pensó en crear empresa lo hizo pensando en generar empleo y brindar bienestar y calidad de vida a sus colaboradores

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

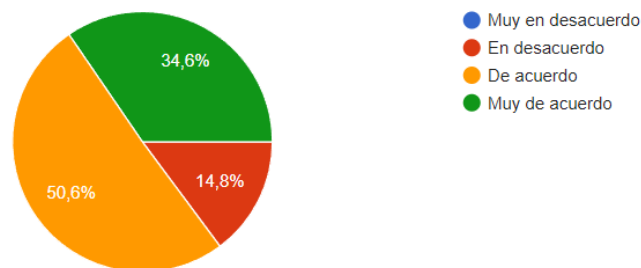
En este interrogante se les preguntó a las mujeres si en el momento de emprender lo hicieron pensando en la generación de empleo y brindar calidad de vida a sus colaboradores. Según los resultados el 0 % manifiesta estar muy en desacuerdo, el 8.6 % manifiesta estar en desacuerdo, el 54.3 % está de acuerdo y el 37 % se encuentra muy de acuerdo.

Según los resultados de la encuesta, la gran mayoría de mujeres crearon su emprendimiento social con el anhelo de crear empleo y calidad de vida en sus colaboradores con un 91.3% de afinidad con este ítem, esto ítem es fundamental en los emprendimientos sociales donde se busca mejorar las condiciones de vida de los trabajadores y su bienestar.

Gráfica 21

¿Se considera una persona extrovertida y amistosa?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

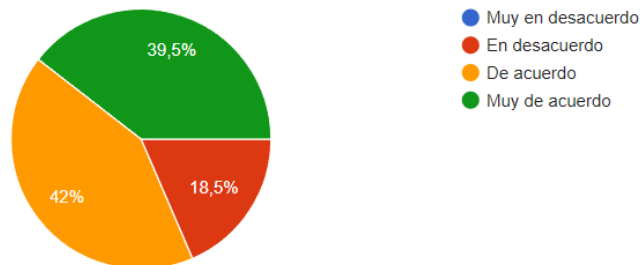
En este interrogante se pregunta a las mujeres si se consideran extrovertidos y amistosos. Los resultados indican que el 0 % está muy en desacuerdo con el enunciado, el 14.7 % está en desacuerdo, el 50.6 % está de acuerdo y el 34.6 % está muy de acuerdo.

Según los resultados, la mayoría de mujeres encuestadas consideran ser extrovertidas y amistosas, características fundamentales en el área comercial de las empresas para generar empatía con los clientes y tener éxito en las ventas de sus diferentes productos.

Gráfica 22

A la hora de emprender sus proyectos, ¿es positivo y optimista?

81 respuestas



Fuente: elaboración propia.

En este interrogante se preguntó a las mujeres si a la hora de emprender sus proyectos es positivo y optimista. Los resultados indican que el 0% de las mujeres están muy en desacuerdo con el enunciado, el 18,5 % está en desacuerdo, el 42 % está de acuerdo y el 39,5 % está muy de acuerdo.

Según los resultados, la mayoría de mujeres manifiesta ser positivo y optimista a la hora de emprender sus proyectos.

9. Conclusiones

La caracterización de las emprendedoras sociales en los municipios cordilleranos del departamento del Quindío es uno de los eslabones principales dentro de la cadena de valor del proceso de creación de empresas, que es una de las estrategias para dinamizar las economías regionales, en especial los emprendimientos pertenecientes a mujeres que en su mayoría constituyen población económicamente vulnerable, como lo es el caso de este proyecto de investigación, el cual tuvo como finalidad caracterizar a estas mujeres desde lo cultural, económico y social. Por tal motivo, a continuación se presentan las siguientes conclusiones:

En este estudio, los sectores económicos donde más emprenden socialmente las mujeres cordilleranas son el comercio, la agricultura y los servicios, esto es coherente con la vocación económica de los municipios cordilleranos del departamento como lo son Calarcá, Buenavista, Pijao, Génova y Córdoba, cabe resaltar que la mayoría de estas mujeres son madres cabeza de hogar, en promedio con 2 hijos cada una, la mujeres que emprenden en el sector de la agricultura lo realizan a través de parcelas de tierra heredadas de sus familias y continúan con su vocación de generación en generación, en el sector comercial los servicios que más se ofrecen son los del cuidado personal como peluquerías, manicure, pedicura entre otros y en el sector comercial los emprendimientos más representativos son las comercializadoras de agro insumos, tiendas misceláneas y abarrotes en general.

En este estudio, se determinaron las principales características de las mujeres emprendedoras cordilleranas las cuales son: la gran mayoría de mujeres crearon su emprendimiento social para buscar el beneficio

colectivo por encima del bien particular con un 90.1% de afinidad con este ítem, esto permite correlacionar el trabajo en equipo y la forma de solucionar los conflictos con la vocación de buscar el bienestar colectivo por encima del particular, esto se evidenció en el proceso de recolección de información donde las mujeres se ayudan de manera desinteresada cuando alguna de ellas presenta una necesidad, también se determinó que la mayoría de las mujeres se siente mejor trabajando en equipo, el trabajo en equipo facilita el cumplimiento de objetivos, incrementa la motivación y la creatividad, y favorece las habilidades sociales de cada uno dentro de las organizaciones, esto se vio reflejado en el proceso de recolección de información ya que se encontró mucha asociatividad en las mujeres emprendedoras sociales siendo el principal renglón económico el agrícola, en el cual estas mujeres tienen cooperativas y fundaciones para impulsar sus modelos de negocio.

Durante el presente estudio se identificó que la principal motivación de las mujeres para crear sus empresas sociales es la necesidad familiar, la mayoría de estas mujeres son madres cabeza de hogar siendo este el principal motor para salir adelante con sus modelos de negocio, además esta puede ser la razón por la cual estas mujeres propenden por ayudar a su comunidad y al medio ambiente a través de sus modelos de negocio, en segundo lugar tenemos la realización personal como motivante para la creación de empresa y por último tenemos un factor que es coherente con los emprendimientos sociales que es el de crear empleo y ayudar a la comunidad.

Se encontró también durante el estudio de la muestra de mujeres analizada que existe una elevada tasa de vocación emprendedora que puede responder paralelamente a los esfuerzos desde diferentes entes gubernamentales, universitarios y sociales en ofrecer facilidades y formación para la creación de empresas en los diferentes sectores económicos, tales facilidades se representan en extensión de impuestos, condonación de deudas con entidades estatales, facilidades de capacitación y desarrollo, entre muchas otras. A nivel gubernamental, uno de los objetivos de fomento del emprendimiento pretende velar por incentivar la cultura emprendedora en mujeres en condiciones económicas y sociales de vulnerabilidad, propendiendo a través de esta cultura por la solución de necesidades, problemáticas de la sociedad y el país, también desde el gobierno departamental y central a través de la secretaria de desarrollo económico se busca promover la formación de talento con competencias en liderazgo y emprendimiento y así comprometer a los miembros de la de las diferentes comunidades en el desarrollo de actividades de mejoramiento y desarrollo económico, aportando al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y su entorno de manera responsable a través del emprendimiento social sostenible.

Por lo anterior se hace necesario, desde el currículo del programas de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt y desde la unidad de proyección social de la facultad, de acuerdo a la afectación evidenciada en la falta de formación y vulnerabilidad de las mujeres emprendedoras sociales de la zona cordillerana del departamento, realizar un fomento a la capacitación y apoyo en el desarrollo y fortalecimiento de los proyectos productivos de estas mujeres, ya que en muchas ocasiones estas no pueden acceder a los apoyos desde los diferentes entes públicos y privados por la falta de conocimientos en la formulación de proyectos e iniciativas empresariales, esto debido a la importancia que genera la creación de nuevas unidades productivas para la región que como se expresó renglones atrás puede constituirse en una afectación mayor si se cuantifican las plazas de trabajo que pueden llegar a no ser generadas, además de recomendar la implementación en los diferentes planes de formación asignaturas tendientes al fortalecimiento de la cultura emprendedora.

Referencias bibliográficas

- Acemoglu, D., Simon, J., & Robinson, J. (2001). The Colonial Irings of Comparative Development: An Empirical Investigation. *American Economic Review*, 91, 1367–1401.
- Acemoglu, D. (1998). Why Do New Technologies Complement Skills? Directed Technical Change and Wage Inequality. *The Quarterly Journal Of Economics*, 1055–1089.
- Acemoglu, D. (2004). Institutions as the fundamental Cause of Long-Run Growth. NBER Working Paper, 75.
- ANIEL. (2013). *Importancia de las TICs a nivel empresarial*. www.aniel.es/importancia-delas-tic-para-la-gestion-empresarial/
- Arthur, W. B. (1996). Increasing Returns and the New World of Business. *Harvard Business Review*, 74, 40–45.
- Bercard, C. (1938). The Functions of the Excecute. *Harvard University Press*, 23–27.
- Bouncken, R. (2014). The role of entrepreneurial risks in the intercultural context: A study of MBA students in four nations. *Europa Journal of Internacional Management*, 20–54.
- Brancu, L. G. (2015). Is Culture a Moderator of Entrepreneurship Motivation A Comparative Study of Romania and Iceland. *Amfiteatru Economic*, 133–147.
- Carr, N. (2003). It Doesn't Matters. *Harvard Business Review*, 81, 30–38.
- Castillo, D. (2014). La inversión en TIC para el desarrollo local. Una mirada compuesta en torno a las Ciudades Digitales. *Revista Digital de Derecho Administrativo*, 12, 105–140.
- Chaparro, F. (2005). Apropiación Social de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Tics) e Informatización de la Sociedad Colombiana. *Poliantea*.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. (McGraw–Hill (ed.)).
- Congreso de Colombia. (2006). *ley 1014 2006*. www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- DANE. (2020). *Indicadores del Mercado Laboral 23 Ciudades y Áreas Metropolitanas Trimestre Julio-septiembre 2018*. dane.gov.co
- Easterly, W. y. (1997). Tropics, Germs and Crops: How Endowments Influence Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 50, 3–39.
- Falck, O. (2019). Emergence and survival of new business. *Physica-Verlag, Springer.*, 32–45.
- Fellnhofer, K. (2019). Toward a taxonomy of entrepreneurship education research literature: A bibliometric mapping and visualization. *Educational Research Review*, 28–55.
- Gil, E. (2002). *Cultura y emprendimiento social*. www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm.
- González, C. S. (2009). Utilización de las TIC y su impacto en la competitividad de las empresas latinoamericanas. *Univer e& Empresa*, 16, 71–93.
- Grossman, G. y. (1991). Quality ladders in the theory of growth. *Review of Economic Studies*, 51, 43–61.
- Gutiérrez, A. y. (2012). TIC y productividad en las industrias de servicios en Colombia. *Lecturas De Economía*, 77, 163–188.
- Hannan, M., & Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *The American Journal of Sociology*.
- Harrod, R. (1949). *Toward a Dynamic Economics*. *McMillan*.
- Hofstede, G. (1991). *Culture's and organizations: Softwareof the mind* (M. Hill (ed.)).

- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nation* (S. Publications (ed.)).
- J. M. Toro Galvis, O. O.-L. (2019). Impacto del programa Alianzas para la innovación en empresas del sector TIC de Caldas. *Scientia et Technica*, 437.
- Lamotte, O., & Colovic, A. (2013). Do demographics influence aggregate entrepreneurship? *Applied Economics Letters*, 20, 1206–1210.
- Leal, C. M., & Cepeda, J. M. (2011). Las TIC y la productividad: una revisión crítica. Turismo y Desarrollo Económico. *IV Jornadas de Investigación En Turismo*.
- Liang, J., Wang, H., & Lazear, E. (2014). Demographics and entrepreneurship. *NBER Working Paper Series*, 123–134.
- Mankiw, G. R. (1992). A contribution to the empirics of economic growth. *The Quarterly*, 407–437.
- Martínez, A. (2016). Factores Socio-Culturales asociados al emprendedor: evidencia empírica para América Latina. *Revista Venezolana de Gerencia*, 74, 312–330.
- Miranda, D. S. (2017). LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN –TIC- EN COLOMBIA, 1995 A 2015. *UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA*.
- Mujica. (2000). Nuevas estrategias para gerenciar. Una visión epistemológica. *UNESR*, 61–76.
- Nijkamp, P. (2000). Entrepreneurship in a modern network economy. *Regional Studies*, 12–23.
- Ortega, C. (2014). Inclusión de las TIC en la empresa colombiana. *Suma de Negocios*, 5, 93–95.
- Ospina, J. A. (2011). Impacto de las TIC en el emprendimiento empresarial: Actas de la V Conferencia. *ACORN-REDECOM*, 2–14.
- P., R. (1990). Endogenous technical Change. *Journal of Political Economy*, 98. 71.
- Pavlou, P. y. (2006). From it leveraging competence to competitive advantage in turbulent environments: The case of new product development. *Information*, 198–227.
- Porter, M. (2009). *Cómo obtener ventaja competitiva por medio de la información* (Deusto (ed.)).
- Rodríguez, I. L. (2015). *Innovación: Nuevos modelos de negocio basados en las TIC*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Romer, P. (1986). Increasing returns and long run growth. *Journal of Political Economy*, 1002–1037.
- Schumpeter, J. (1950). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper y Brothers.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History. *Journal of Economic History*, 149–159.
- Solow, R. (1956). A Contribution to the theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 65–94.
- Spencer, J. (1994). Competency Assessment Methods. *History and State of the Art*, 134–146.
- Swan, T. (1956). Economic growth and Capital Accumulation. *Economic Record*, 32, 334–361.
- Tebaldi, E. y. (2007). Institutions, innovation and growth. *Economics Seminar Series at the University of New Hampshire*, 56–78.
- UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales*.
- VARGAS, L. M. (2015). *Modelo de perdurabilidad empresarial para las empresas de software y servicios asociados (sector TI) en el Eje Cafetero* (U. N. de Colombia (ed.)).
- Verheul, I. & van Stel, A. . (2007). Entrepreneurial diversity and economic growth. *Zoetermeer: EIM Business and Policy Research*.