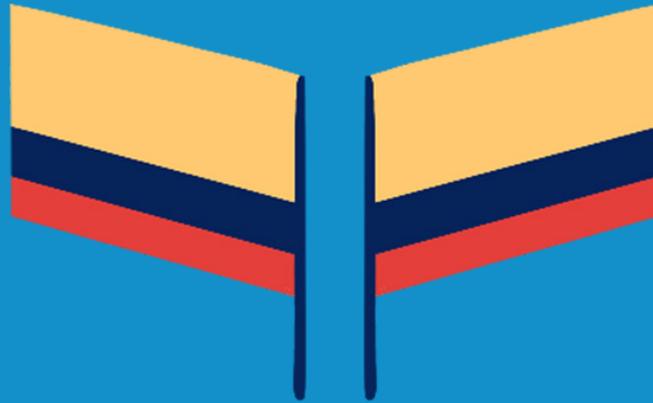


SOLIDARIDAD FEMENINA:

Una convocatoria para emprendimientos
de Colombia y Quebec

Recomendaciones Para Elaborar Políticas





Capítulo 1

COLOMBIA

Apoyando el Proceso de Emprendimiento para las Mujeres de Minorías Visibles

Preparado por el semillero de investigación
Diversidad e Inclusión del programa de
Trabajo Social de la Fundación Universitaria
Monserate

INTRODUCCIÓN GENERAL

Con el presente informe se pretende dar cuenta del proceso investigativo realizado durante los meses de Junio a Octubre de 2021 por parte de dos equipos investigadores de los países de Colombia (integrantes del Semillero de investigación Diversidad e Inclusión del programa de Trabajo Social de la Fundación Universitaria Monserrate) y Canadá (CEED Concordia) en el marco del proyecto Solidaridad Femenina liderado por Nuestro Flow Movimiento Social. Este informe presenta las reflexiones sobre las experiencias desarrolladas con la participación de 23 mujeres emprendedoras seleccionadas a partir de una serie de criterios relacionados con la diversidad cultural, la relación de los emprendimientos con la cultura, la posibilidad de replicar conocimientos con otras mujeres, entre otros. 9 mujeres canadienses y 14 colombianas nos compartieron sus desafíos (sociales, culturales, económicos, y de género) y necesidades a la hora de emprender proyectos en sus contextos, lo que permitió identificar colectivamente recomendaciones y orientaciones para que otras mujeres (en contextos similares) puedan enfrentar esas barreras. El proceso investigativo busca examinar si los factores culturales, financieros, de discriminación y relacionados con la salud afectaron a las emprendedoras y de qué manera.

En el contexto colombiano, además de revisión documental para identificar las categorías de estudio, se realizaron dos grupos focales con 14 mujeres (9 afrocolombianas, 3 indígenas y 2 campesinas) y una entrevista a 6 de esas mujeres, que por dificultades en las comunicaciones no estuvieron de manera constante en los grupos focales realizados. Algunas de estas mujeres habitan zonas rurales, donde el mercado laboral es más desfavorable para las mujeres, en tanto las mujeres rurales enfrentan tasas de ocupación más bajas -39,1%- y tasas de desempleo más altas -60,9%-, en comparación con las de los hombres (DANE 2020, Mujeres Rurales en Colombia), por lo que emprender resulta una alternativa económica a considerar.

Las emprendedoras participantes en la muestra de Quebec provienen de varios orígenes e industrias, aunque muchas de ellas compartieron experiencias comunes que pintan una imagen del entorno empresarial en la provincia. Quebec es la única provincia en Canadá que cuenta con el francés como su único idioma oficial, sin embargo, se encuentra en un país de habla mayoritariamente inglesa. Esto plantea importantes desafíos para las participantes en el estudio, ya que varias de ellas provienen de países donde el idioma oficial no es el francés ni el inglés. El trabajo en red se determinó en la investigación para desempeñar un papel esencial en el desarrollo y el éxito de las empresas emprendedoras, sin embargo, la expectativa de conocer un idioma que una persona no puede hablar con confianza puede limitar las oportunidades.

Además, aunque no es necesariamente específico de Quebec, la mayoría de las participantes informaron altos niveles de estrés y / o un deseo de desarrollar herramientas de manejo del mismo. Reconocer este patrón es fundamental para el análisis de políticas que tienen el potencial de afectar el clima empresarial en Quebec, particularmente para las mujeres. Aunque la proporción de mujeres emprendedoras está creciendo, las mujeres siguen teniendo una probabilidad desproporcionadamente menor que los hombres de ser emprendedoras (WEKH 2021). Dados los beneficios asociados con tener una mayor proporción de mujeres emprendedoras (Howard 2020), hay mucho espacio para que la economía de Quebec crezca y florezca si se toman medidas para mejorar el clima empresarial para las mujeres.

Resumen

El presente informe presenta la experiencia desarrollada en Colombia con catorce mujeres emprendedoras participantes del proyecto y provenientes de distintas regiones y contextos sociales del país.

El objetivo general de la investigación fue identificar barreras sociales, culturales, económicas, y de género enfrentadas por mujeres que deciden emprender. Ello demandó precisar los desafíos y necesidades que enfrentan las mujeres en el contexto de la pandemia global de COVID-19, a fin de generar un informe final con soluciones y recomendaciones para enfrentar esas barreras. Para ello se diseñaron dos grupos focales y un modelo de entrevista desarrollados durante Junio y Agosto de 2021.

Además de resaltar las voces de las mujeres emprendedoras, se ha procurado destacar también la participación del equipo de estudiantes, desde sus contextos particulares y etapas de formación, en el liderazgo e interpretación de la información, que dan cuenta de un nivel de rigor concreto que aporta miradas diversas a la comprensión del tema del proyecto.

Metodología de la investigación

El semillero de investigación “Diversidad e Inclusión” parte de varias teorías (de la innovación social, del capital social, feministas) para construir una comprensión sobre dos categorías de análisis para el diálogo con las emprendedoras y la elaboración del proyecto: emprendimiento y discriminación. Por emprendimiento se entiende el proceso u oportunidad de crear valor para la sociedad, generando un cambio o impacto en la comunidad, ya sea mediante la creación de productos y servicios, nuevos modelos de negocios o la conformación de nuevas organizaciones, que es motivado por diferentes razones y demanda el fortalecimiento del capital social y humano para explotar efectivamente las oportunidades. En el artículo 3 de la Ley 1752 de 2015 se comprende -en el Código Penal- el acto de discriminación como “el que arbitrariamente impida, obstruya o restrinja el pleno ejercicio de los derechos de las personas por razón de su raza, nacionalidad, sexo u orientación sexual” - Esta ley es una corrección de la Ley 1482 de 2011 que, en su promulgación, omitió la inclusión de personas con discapacidades como sujetos de protección antidiscriminación.

Para llevar a cabo la metodología en el proyecto se generaron grupos focales y la entrevista como técnicas para nuestro accionar. Los grupos focales son una técnica de investigación cualitativa que consiste en realizar entrevistas grupales dirigidas por un moderador a través de una guía de temas con la que promueve la interacción entre las

personas participantes; teniendo en cuenta que el total de mujeres emprendedoras informantes fue de 14 personas, se organizaron dos grupos con igual número de participantes, y se realizaron dos sesiones de grupo focal (en dos grupos cada sesión) el 30 de junio y el 18 de agosto. Este trabajo en dos subgrupos resultó de utilidad pues permitió el contraste de la información, como un aspecto importante para validar los resultados del estudio. Por otro lado, la entrevista es una técnica de investigación cualitativa que, a partir de la conversación, busca construir conocimiento a partir de la indagación de percepciones, puntos de vista, argumentos que desarrolla una persona con características específicas respecto de un tema en particular. Existen distintos tipos de entrevista según el asunto de investigación y la pericia del equipo investigador. Para el caso específico del presente proyecto, se realizaron entrevistas semiestructuradas entre el 2 y el 6 de agosto con las mujeres que tuvieron dificultades de comunicación durante el primer grupo focal, bien sea por fallas en el fluido eléctrico, mala conexión a internet, o poca comprensión del español.

Resultados

¿Se puede emprender y ser mujer?

Esta cuestión da respuesta al primer objetivo planteado en la investigación, que es Investigar sobre los impactos de las medidas sanitarias relacionadas con la COVID-19 en el emprendimiento femenino en Colombia. Para este grupo de mujeres emprendedoras los desafíos o impactos que emergen ante las medidas sanitarias son diversos y han permitido experimentar distintas intersecciones de la discriminación, que no se ciñen de forma exclusiva al ser mujer sino que son más complejos, Se evidenciaron a lo largo de los dos grupos focales realizados impactos como:

- Falta de tiempo para poder dedicarse a sus emprendimientos.
- Falta de conocimiento para transitar en interacciones mediadas por la tecnología.
- A raíz de la pandemia la economía a nivel general se vio estancada y esto impactó el financiamiento de los emprendimientos.

Estos impactos, entonces, obedecen a situaciones macro que tuvieron un impacto en lo micro, pero no relacionado directamente con la raza o el género, es decir, no podemos señalar que los impactos identificados den cuenta de discriminación directa. La mayoría de las mujeres no hicieron referencia a que por ser mujer no pudieran emprender, pero sí reconocieron que el trabajo en el contexto de la crisis se incrementó y muchas de ellas simplemente asumieron las labores que ya venían realizando como algo habitual.

COVID-19 vs Emprendimiento

El segundo objetivo específico planteado fue: reconocer los impactos de las medidas sanitarias relacionadas con la COVID-19 en el emprendimiento femenino en Colombia.

En Colombia, el Ministerio de salud registró el primer caso positivo de COVID-19 el 6 de marzo de 2020, y el 17 de marzo se promulgó el Decreto 417 en el que se declara estado de emergencia económico, social y ambiental que da cuenta de la magnitud de la coyuntura sanitaria, el impacto que esta podría causar y señala las medidas que se adoptarían para transitar la crisis. Esta crisis provocó un gran impacto económico y, por supuesto, afectó el desarrollo de los proyectos de emprendimiento además de la disminución en la motivación debido a las dificultades para comercializar los productos.

Otros de los impactos que sufrió el grupo de emprendedoras fue el tener que reestructurar su emprendimiento, sin embargo este grupo de mujeres y emprendimientos han logrado ver todos estos retos como oportunidades de aprendizaje y ver de otros modos sus labores en sus hogares y en sus comunidades.

Mujeres, territorio y contexto

Para poder entender un poco mejor al grupo de emprendimientos, en este apartado lo que se pretende es analizar el tercer objetivo específico planteado que es: Comprender el contexto socioeconómico y cultural y los desafíos de la realidad de las mujeres.

Este es uno de los aspectos de importancia en las conversaciones que se tuvieron con el grupo de mujeres emprendedoras, ya que al ser un grupo tan diverso es necesario conocer su cultura, su historia y los desafíos que las mujeres identificaban desde sus contextos. Se identificó que los desafíos sociales, económicos y culturales no son visibles de la misma manera en cada emprendimiento, esto por la misma diversidad del grupo, ya que un emprendimiento que se trabaja con comunidades indígenas presenta desafíos diferentes a un emprendimiento de mujeres afrocolombianas.

Sin embargo, se observan algunos elementos comunes. Por ejemplo, una de las emprendedoras destacaba que “por ser mujeres se esforzaban el doble”, y que ellas no podían tener tierras o ganado, porque no se veía bien que tuvieran lo que podían tener los hombres; por su parte, una de las participantes indicaba que “las mujeres son vistas más como un elemento artístico y no como recurso importante ... los alumnos asisten más a clases dictadas por chicos que por chicas”; y coincidían en la existencia de dobles tareas, como madres y trabajadoras.

En estos relatos se puede ver que varios de estos emprendimientos nacen de su historia de vida personal y familiar, por lo que lo han comprendido como un desafío

personal, una oportunidad de crecer y de desarrollo a nivel personal y familiar para transformar sus contextos. Por ejemplo, realidades como la falta de oportunidades laborales a raíz de la crisis sanitaria, o la falta de vías de acceso para poder transportarse lleva a generar estrategias por las que se cambie esta realidad; adicional a esto la mayoría de mujeres son madres y ven su emprendimiento como una oportunidad de mejorar la condición general de sus familias, desde el cuidado de la familia, en donde estos emprendimientos se han configurado como dispositivos confiables para reforzar el rol que se tiene en el hogar o en sus comunidades.

Somos todas, somos una red

A pesar de que muchas de las barreras o desafíos encontrados obedecen a problemas estructurales o derivados de la crisis sanitaria, no se encontraron soluciones concretas a estas fallas, pero sí algunas recomendaciones identificadas que permitieron desarrollar el objetivo específico número 4: Aportar soluciones o recomendaciones a partir de los resultados de investigación para mitigar las barreras y desafíos encontrados.

Se pueden resumir las sugerencias abordadas en el grupo focal 2 en: a) la capacidad de creer en sí misma, en el trabajo realizado y en la fortaleza del emprendimiento que se ha ido forjando; b) la confianza y la apertura a espacios de sugerencia y consejería de las redes de apoyo familiares, institucionales y demás; c) resaltar la importancia de la juntanza no solo femenina.

También una solución que ven, y que nace del valor de ellas de seguir creciendo, es poder educar y enseñar desde sus conocimientos a otras personas y de empoderar a otras mujeres. Aunque reconocen que es un camino largo, lo pueden lograr y pueden empezar a cambiar y transformar desde sus territorios mediante sus emprendimientos., además de que ven las restricciones por la pandemia como una oportunidad para cuidarse a sí mismas, reconocer la importancia de la salud mental y emocional e identificar las herramientas culturales con las que cuentan para hacerlo, que fue algo que se escuchó en los diversos espacios.

Los aprendizajes también permiten plantear retos que emergen de la coyuntura vivida:

- La necesidad de avanzar en la alfabetización digital y en el mercadeo y venta de productos y servicios a través de plataformas digitales, en tanto el acceso a nuevas tecnologías facilita el acceso a nuevos mercados mejorando la competitividad y cerrando algunas de las brechas existentes. Es decir, la alfabetización digital puede ser un pilar fundamental para reactivar económicamente los emprendimientos y encontrar nuevos nichos.
- Fortalecer la mirada del emprendimiento como una posibilidad para generar ingresos y empleo, superando la comprensión de estos como una opción o

alternativa para la subsistencia. Lo anterior incide en el empoderamiento de las mujeres y su forma de relacionarse con su entorno, permitiendo que las mujeres perciban el control sobre su tiempo, dinero, y autonomía en la toma de decisiones.

- Mejorar las competencias empresariales de quienes emprenden a través de iniciativas que partan del reconocimiento de las particularidades del territorio, para lo que los ejercicios colaborativos entre academia, sector empresarial, y gobierno se hacen indispensables.
- Respecto al manejo de la incertidumbre, una sugerencia estaría orientada a fortalecer habilidades y competencias empresariales, adoptar y/o afianzar prácticas como laboratorios en emprendimiento y escenarios que permitan activar las redes de intercambio de saberes a través de las cuales los emprendimientos consolidados y emprendimientos nacientes pudieran compartir retos, expectativas, y lecciones aprendidas. Esto implica crear, fortalecer, o visibilizar la red de trabajo colaborativo entre mujeres emprendedoras.

Recomendación de Políticas

A través de un debate específico con las emprendedoras participantes sobre sus experiencias y necesidades, fue posible identificar medidas que el gobierno o las ONG pueden tomar para empoderar y mejorar la vida de las emprendedoras en toda Colombia.

Estas sugerencias son extensiones de una sugerencia principal, que consiste en establecer espacios dentro de las comunidades en los que las emprendedoras puedan establecer redes, apoyarse mutuamente y aprender habilidades útiles para el desarrollo y crecimiento de sus emprendimientos. Estas propuestas se han elaborado a partir de los aportes directos de las emprendedoras beneficiarias del proyecto, y tienen en cuenta los diversos orígenes y contextos de los que procede cada emprendedora.

Incrementar oportunidades de liderazgo en las comunidades y apoyar a las empresas emergentes

La primera recomendación considera principalmente el aspecto de la creación de redes de los espacios mencionados, y los beneficios que pueden extenderse entre las emprendedoras dentro de una misma comunidad. Hay una gran variedad de beneficios que pueden provenir de las oportunidades de establecer redes, específicamente con otras emprendedoras de la misma comunidad. Por un lado, disponer de una red de personas de apoyo puede mejorar la confianza de todos los

participantes. Más concretamente, si las mujeres disponen de un espacio para hablar de sus experiencias, y de sus retos pasados y presentes, pueden guiarse mutuamente hacia una mayor seguridad y éxito.

Además, un espacio para la creación de redes puede ofrecer oportunidades para que las mujeres compartan sus experiencias de discriminación basadas en el género o la raza, lo cual puede ayudar a que las personas se sientan menos solas si han sufrido experiencias similares. El fortalecimiento de la solidaridad y la confianza entre las emprendedoras de una comunidad beneficiará a la comunidad en general, ya que los miembros de la comunidad disfrutarán de una economía local más sana y las propias emprendedoras se beneficiarán de un mayor acceso al apoyo.

Organizar programas educativos sobre temas específicos para apoyar a las emprendedoras y a la economía

La educación es fundamental para las emprendedoras que necesitan constantemente adquirir habilidades y conocimientos para desenvolverse en el ámbito empresarial competitivo. Cómo ofrecer apoyo educativo en áreas de tecnológicas, medios de comunicación social, herramientas financieras, marketing digital, entre otros. Estos espacios pueden crear y fortalecer habilidades relevantes en las emprendedoras y así mejorar continuamente sus negocios y medios de vida.

Sin embargo, es importante que se organicen de manera eficiente y con el apoyo de los sectores público, privado y académico para garantizar que son eficaces y se dirigen a las necesidades de las y los individuos y las comunidades específicas. Las necesidades de las emprendedoras en las diferentes regiones y localidades del país varían, y al focalizar los programas de acuerdo a la geografía y la demografía, se pueden implementar con el máximo de resultados. Al igual que la propuesta de creación de redes, un mayor número de programas educativos tendrá un efecto dominó en la economía local que puede mejorar la vida no sólo de las emprendedoras, sino también de otras personas de la comunidad.

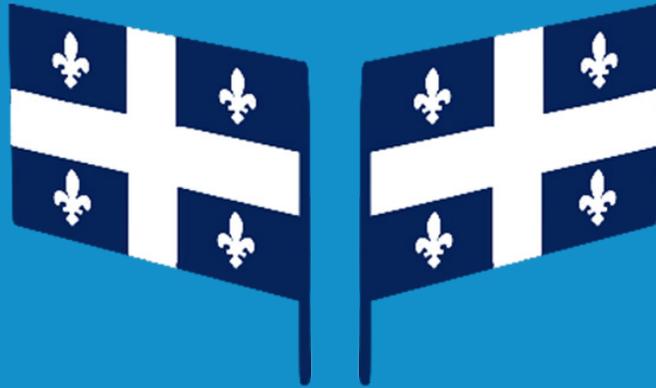
Incrementar recursos hacia la creación de cajas de herramientas accesibles a las emprendedoras

Dentro del presupuesto destinado a los emprendimientos en el plan de desarrollo en curso se hace necesario destinar recursos a la creación e implementación de cajas de herramientas que favorezcan el curso de los emprendimientos, cajas de herramientas pensadas en las demandas y hallazgos señalados en los diferentes apartados de este documento, se resalta aquí la importancia y necesidad de programas enfocados en la

alfabetización digital, así como la necesidad de proveer cobertura en la conectividad; haciendo posible la disminución de la brecha de conectividad en territorios alejados de las ciudades capitales del país.

Estas recomendaciones se centran en ofrecer a las emprendedoras el espacio y el apoyo necesarios para que prosperen en sus proyectos empresariales. Sin embargo, los resultados de estos programas podrían ir más allá de ese objetivo directo. Cambiar la narrativa de que las emprendedoras eligen ese camino por necesidad hacia una narrativa que reconozca la capacidad de acción de cada emprendedora individual es vital para combatir los estereotipos y las percepciones perjudiciales que algunos tienen del emprendimiento femenino en Colombia.

Ofrecer a las emprendedoras redes de apoyo y oportunidades de educación puede ser un factor de empoderamiento y, si se hace de forma generalizada, puede cuestionar y transformar significativamente estas percepciones existentes.



Capítulo 2

QUÉBEC

Apoyando el Proceso de Emprendimiento para las Mujeres de Minorías Visibles

Preparado por los pasantes de CEED
Concordia, Equipo 2021

Resumen

A pesar de los grandes esfuerzos realizados a nivel provincial y federal para apoyar el emprendimiento femenino, sólo se ha producido un aumento del 30% de las empresas de propiedad femenina durante los últimos 10 años, y las mujeres emprendedoras siguen siendo la minoría en Canadá.¹ Si bien existen iniciativas para fomentar el emprendimiento de las mujeres en Québec como ayudas económicas, formación y organizaciones de apoyo², éstas no siempre son adecuadas, y todavía hay importantes lagunas que deben abordarse, especialmente en lo que respecta a las mujeres racializadas e inmigrantes. Es un hecho bien conocido que el aumento del número de emprendedoras produce beneficios económicos sustanciales, como sacar a las mujeres de la pobreza.³ Se calcula que las brechas de género en la actividad empresarial provocan una pérdida de ingresos media del 6% en los países de la OCDE.⁴ La clave está en proporcionar el apoyo adecuado, lo que requiere un profundo conocimiento de los obstáculos a los que se enfrentan las emprendedoras en Canadá. Este proyecto tiene como objetivo identificar y dar a conocer los obstáculos a los que se enfrentan las emprendedoras, y proponer soluciones para superar dichas barreras y apoyar mejor el emprendimiento y el crecimiento de sus negocios.

Metodología de la investigación

Entre junio y septiembre de 2021, los investigadores llevaron a cabo un enfoque de métodos mixtos para identificar las necesidades, las barreras y los retos a las que se enfrentan las emprendedoras de Québec. En el contexto de la pandemia del COVID-19, se seleccionaron nueve participantes no aleatorias en Quebec para esta investigación. Fueron seleccionadas por ser mujeres emprendedoras radicadas en Québec que pertenecen a comunidades de minorías visibles. Además de la investigación realizada, las participantes recibieron talleres de CEED Concordia, en colaboración con Nuestro Flow, para apoyar el crecimiento de sus negocios.

A partir de la investigación secundaria realizada, se utilizó un análisis temático para identificar, organizar y ofrecer sistemáticamente patrones de significado en el conjunto

¹ Femmessor. “A Look at Québec women entrepreneurship during the COVID-19 pandemic: Results of the survey conducted by Femmessor, April 2020.” *Women Entrepreneurship Knowledge Hub*, Femmessor, 2020.

² Gouvernement du Québec. “Femmes Entrepreneures.” *Entreprises Québec*, 2021.

³ “Women and Poverty in Canada: Learn the Facts Today.” Canadian Women's Foundation, July 23, 2021.

⁴ David Cuberes and Marc Teignier. “Aggregate Effects of Gender Gaps in the Labor Market: A Quantitative Estimate.” *Journal of Human Capital* 10, no. 1 (2016): 1–32.

de datos.⁵ Los temas que se exploraron incluyen la discriminación, las barreras culturales, financieras y relacionadas con la salud.

Se realizaron tres grupos de discusión y se entrevistó a cada participante individualmente. Todas las participantes recibieron las mismas preguntas para examinar si los factores culturales, financieros, de discriminación y de salud afectaban a las emprendedoras y de qué manera.

En junio de 2021 se llevó a cabo una encuesta de referencia para preguntar a las participantes sobre los servicios que se les ofrecían actualmente, sus actividades económicas y sociales, los recursos que utilizaban y para identificar cualquier otra experiencia relevante que tuvieran al dirigir un negocio como mujeres de minorías visibles que operan en Quebec.

Según los resultados analizados, el discurso de los obstáculos y las barreras demostró un reto para la accesibilidad de las mujeres a los recursos que mejoran la productividad y la eficiencia de sus empresas. Existe una falta de apoyo institucional dirigido a las mujeres marginadas. En la siguiente sección, se analizan con más detalle las diferentes barreras identificadas en la investigación.

El uso de la palabra "minoría visible":

Statistics Canada define a una persona perteneciente a una minoría visible como "...alguien (que no sea un aborigen, tal y como se ha definido anteriormente) que no sea de color/raza blanca, independientemente de su lugar de nacimiento".⁶ Este término se utiliza habitualmente en diversas instituciones gubernamentales, comunidades y organizaciones sin ánimo de⁷ lucro; por tanto, para este proyecto de investigación adoptamos el término sugerido por Statistics Canada de "minoría visible". Los datos sobre la población de las minorías visibles de Canadá son utilizados por los gobiernos, las empresas, los grupos comunitarios, los proveedores de servicios de salud, los investigadores y diversas organizaciones de todo el país para garantizar la igualdad de oportunidades para todos.⁸ Sin embargo, académicos anteriores han señalado que el término establece una connotación negativa para determinar un grupo homogéneo en contraste con las personas caucásicas.⁹ Además, suele enmarcar a una población mayor de no caucásicos como una minoría. Por lo tanto, animamos a

⁵ Virginia Braun and Victoria Clarke. "Thematic Analysis." APA handbook of research methods in psychology, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological, 2012, 57–71.

⁶ Statistics Canada. "Visible Minority of Person." Visible Minority of person, November 1, 2021.

⁷ Statistics Canada. "Visible Minorities in Canada." Canadian Centre for Justice Statistics Profile Series, June 2001.

⁸ Statistics Canada. "Visible Minority and Population Group Reference Guide, National Household Survey, 2011." Definitions and Concepts, July 25, 2018.

⁹ Sandefur, Gary D., Mary E. Campbell, and Jennifer Eggerling-Boeck. "Racial and ethnic identification, official classifications, and health disparities." Critical perspectives on racial and ethnic differences in health in late life (2004): 25-52

que se realicen más investigaciones para elaborar otros términos propuestos por StatsCan, como "inmigrantes de primera, segunda y tercera generación". Esperamos que esta crítica permite más conversaciones e investigaciones en el futuro.

Principales resultados

El emprendimiento femenino es una valiosa alternativa para que las mujeres se integren en la economía, ya que a menudo se enfrentan a barreras para participar como empleadas

Cuando se les pregunta por el origen de sus actividades empresariales, varios participantes citan la insatisfacción con las oportunidades de trabajo disponibles como un factor clave de empuje. Esto incluye las barreras lingüísticas para los participantes no francófonos, la falta de oportunidades de trabajo, la desilusión con el trabajo que hacían antes, la necesidad de un horario más flexible y su deseo de desarrollarse (profesional y personalmente) mientras tienen un impacto. Informaron de su deseo de tener un reto, de construir algo que pudieran llamar suyo y de crear valor para sus comunidades. Esto sugiere que el emprendimiento es una alternativa atractiva para las mujeres que buscan una mayor autonomía. Por otro lado, las participantes a menudo informan de que ganan menos de lo que podrían ganar como empleadas. Por ello, se identificó el aprendizaje de conocimientos financieros como un área potencial de mejora para aumentar la participación de las mujeres en la economía, así como el aprendizaje del francés. Un mayor apoyo técnico y financiero podría animar a otras mujeres a convertirse en emprendedoras y a asumir funciones de liderazgo, contribuyendo así a un crecimiento económico más inclusivo y al empoderamiento de las mujeres.

Las mujeres emprendedoras se benefician de la colaboración y la comunicación eficaz.

Nuestros participantes coincidieron en general en la importancia de establecer y mantener redes con otros empresarios. Las participantes destacaron las dificultades para encontrar talleres útiles y aplicables, que sean un espacio donde conocer a otras emprendedoras con intereses y objetivos similares, y que potencialmente les proporcionen conocimientos útiles, oportunidades, apoyo y orientación en sus empresas.¹⁰ Varias participantes afirmaron que se beneficiarían de los cursos de finanzas, gestión, contabilidad, francés e inglés, así como de los eventos de creación de redes específicamente destinados a las emprendedoras de su sector y región

¹⁰ Gill Tempest. "Five Benefits of Networking." Small Business BC, 2021.

geográfica. Se trata de un área importante para mejorar el emprendimiento de las mujeres, ya que las emprendedoras están menos representadas en las redes clave que los hombres. Los hombres tienen más probabilidades que las mujeres de ser propietarios de una empresa no constituida en sociedad, de tener experiencia en el mismo sector que la empresa de la que son propietarios y de haber trabajado en las mismas empresas que sus copropietarios.¹¹

Teniendo en cuenta la cantidad de tiempo que dedican a sus negocios, las emprendedoras disponen de poco tiempo para establecer conexiones significativas y duraderas, tanto profesionales como personales. Nuestros participantes a menudo se enfrentan a la falta de oportunidades para establecer redes de contactos, en parte debido al hecho de que son inmigrantes. Además, los eventos de creación de redes que tienen a su disposición a veces no son relevantes para su sector o sus intereses y, en otros casos, simplemente no son conscientes de la existencia de eventos relevantes. Como varios eventos de creación de redes no son específicos de un sector, los asistentes a los mismos rara vez comparten conocimientos en sectores comunes, lo que reduce sus posibilidades de establecer conexiones que beneficien a su negocio. Sin embargo, estas redes tienen el potencial de convertirse en importantes sistemas de apoyo que permiten a las emprendedoras apoyarse unas a otras y crear una red de referencias que amplíe su círculo íntimo.

Otra barrera identificada es el idioma. Hacer negocios en un idioma extranjero se percibe como una barrera sistemática para algunas mujeres inmigrantes, ya que es vital poder comunicarse eficazmente con las partes interesadas. Ser capaz de comunicarse bien en francés o en inglés es vital para tener éxito en Canadá. Además, ser capaz de hablar con fluidez ambos idiomas es aún mejor, ya que da a los inmigrantes una ventaja competitiva sobre los que sólo hablan un idioma.¹²

La debilidad del francés y del inglés, las lenguas más habladas en Québec, hace que las conversaciones a la hora de establecer contactos y hacer negocios sean menos fluidas y precisas. Un factor clave para tener éxito como empresario en cualquier parte del mundo es la comunicación eficaz, que depende en gran medida del conocimiento del idioma y del nivel de pericia, o confianza, con que se hable.

El nivel de estudios y la titulación específica cursada afectan a la capacidad de los empresarios para gestionar sus empresas.

¹¹ Douwre Grekou and Bassirou Gueye. “Study: Who are the Men and Women Entering Business Ownership in Canada?” *Statistics Canada*, 2021.

¹² Sigrid Roman. “The Benefits of Being Bilingual: French Literacy in Canada.” World Education Services, December 16, 2016.

Muchos de los participantes han recurrido a talleres gubernamentales y no gubernamentales que les ayudan a elaborar y desarrollar un conjunto de habilidades prácticas para su industria particular. En general, los participantes afirmaron tener un conocimiento básico de las prácticas financieras de las pequeñas empresas. Aunque algunos de los participantes expresaron que preferirían tener fuentes de ingresos pasivos establecidas y hábitos más estrictos, todos sugirieron que empezar con una gran cantidad de fondos es menos importante que tener el sistema de apoyo y la información adecuados. Uno de los participantes compartió cómo Canadá ofrece una variedad de oportunidades para que los empresarios adquieran conocimientos que alivien algunos de los desafíos asociados a la gestión de una pequeña empresa.

Los fondos y la financiación son temas fundamentales para los empresarios de todos los orígenes y sectores. Al tratar de entender cómo perciben las emprendedoras el acceso a la financiación, así como el papel que desempeñan las finanzas en su negocio, se descubrió la importancia de la información y el apoyo para la seguridad financiera general. La información y el apoyo pueden interpretarse de dos maneras: una interpretación considera que la información y el apoyo provienen de una red de individuos, mientras que la otra interpretación se refiere al acceso a la información y al apoyo del gobierno. La investigación demostró que contar con una red sólida de otros empresarios o gente de negocios puede conducir al intercambio de conocimientos, algo muy valorado por la muestra de participantes.

Los que no tenían acceso a este tipo de red indicaron, en general, su deseo de crear una con el tiempo. A pesar de que existe una serie de programas e iniciativas gubernamentales de apoyo a los emprendedores, los participantes indicaron cómo su accesibilidad y calidad son discutidas. Existe una gran demanda de recursos de educación financiera y, aunque el gobierno proporciona ciertos recursos, como el Women's Entrepreneurship Knowledge Hub y el Black Entrepreneurship Knowledge Hub, entre otros, no se ha realizado ninguna investigación concreta sobre su calidad y accesibilidad.

La falta de información sobre las oportunidades de financiación gubernamental y su proceso resultó ser desalentadora, incluso entre las participantes que sí recibieron financiación gubernamental. Las conexiones personales parecen ser más eficaces para fomentar el intercambio de conocimientos y el apoyo a las emprendedoras que las iniciativas gubernamentales. Es necesario seguir investigando para determinar si estas iniciativas deben ser más accesibles (y comercializadas con más fuerza), de mayor calidad, o ambas cosas; sin embargo, la mejora de la capacidad del gobierno para proporcionar a las mujeres emprendedoras conocimientos y financiación podría apoyarlas significativamente y reforzar la economía.

Las mujeres emprendedoras reconocen su posición de desventaja en la sociedad, pero con ambición y empuje persisten.

Las formas de discriminación repercuten en los negocios de las mujeres y existen importantes limitaciones en el acceso de éstas a los recursos materiales, educativos y sanitarios.¹³ Aunque nuestras participantes afirman ser conscientes de la posible brecha salarial, su objetivo sigue siendo construir sus propias comunidades y lograr una mayor visibilidad en todo el país.

Las mujeres emprendedoras se enfrentan a normas y estereotipos de género que obstaculizan su capacidad para participar en la economía. Por ejemplo, la mayoría de las participantes han estado expuestas a comentarios de otras personas que presentan a las mujeres ambiciosas como "hormonales" o "agresivas". Al mismo tiempo, la mayoría de las participantes creen que la ambición y la agresividad (dependiendo de cómo se defina esta última) son cualidades importantes para las emprendedoras. Los participantes coincidieron en que la ambición y la agresividad son fuentes fundamentales de motivación en momentos de intenso estrés o dificultades financieras. Muchos de los participantes también indicaron su deseo de ser más "asertivas" en sus futuras interacciones. Dado que la comunicación es fundamental en los negocios y las relaciones en red, sugirieron que la asertividad podría aumentar el número de oportunidades disponibles a las que pueden acceder en el futuro. Con respecto al estereotipo común de que las mujeres son emocionales y que esto compromete sus capacidades de liderazgo, una emprendedora argumentó que la inversión emocional es inestimable en el liderazgo. Aunque no todas las participantes han experimentado los efectos negativos de estos estereotipos, cuestionan la validez de los estereotipos en general, y aceptan el papel de la emoción y la ambición en el liderazgo.

Las emprendedoras afirman que trabajan muchas horas con pocas pausas.

Las mujeres distribuyen su tiempo entre diversas actividades. Las participantes afirman dedicarse a diversas actividades, entre las que se encuentran los viajes, la educación, el tiempo de calidad con la familia y los amigos, las tareas domésticas, los talleres y la formación. El tiempo libre es escaso. La mayor parte del tiempo de los participantes se emplea de forma productiva en actividades que añaden valor a su desarrollo y al de sus empresas, como la creación de redes y los talleres. Aunque la mayoría de los participantes reconocen la carga que supone llevar un negocio, expresan sentirse realizados por la oportunidad de desarrollar su marca y "ayudar a los demás".

¹³ Dirk de Clercq and Steven A. Brieger. "When Discrimination Is Worse, Autonomy Is Key: How Women Entrepreneurs Leverage Job Autonomy Resources to Find Work–Life Balance." *Journal of Business Ethics*, 2021.

Uno de los participantes comentó que ser empresario implica un alto grado de presión y estrés, lo que puede afectar negativamente a la salud mental. Una de las recomendaciones que dieron los participantes fue la de interactuar con mentores para obtener apoyo emocional. Otro participante destacó el efecto dominó que el estrés puede causar en los empleados y colaboradores de los empresarios. Dicha participante recomendó hacer descansos para ganar energía, algo que ella misma ha hecho. Otros participantes destacaron la importancia de gestionar el estrés. Uno de ellos especificó que gestionar la energía es más valioso que gestionar el tiempo, y otro mencionó que le hubiera gustado dedicar más tiempo al yoga y a la relajación en las primeras etapas de su viaje empresarial. En general, muchos de los participantes consideran que el estrés impide el acceso a la energía creativa, y que ésta es vital para los esfuerzos de cada empresario.

[Las mujeres emprendedoras se ven afectadas negativamente, ya que soportan de forma desproporcionada las responsabilidades de cuidado debido a los roles de género asignados.](#)

Las investigaciones han demostrado que cuando las crisis económicas aumentan, como la pandemia del COVID-19, las mujeres son más propensas a dejar la fuerza laboral y a llevar a cabo las tareas domésticas, tal y como está arraigado en las normas y expectativas de género femeninas. Al considerar la pandemia de COVID-19, la investigación también ha demostrado que las mujeres corren un mayor riesgo de sufrir violencia de género, estrés económico, mayor carga de cuidados y tareas domésticas, y menor acceso a los servicios de apoyo.¹⁴ En abril de 2020, 122.000 madres solteras de todo Canadá se enfrentaban a importantes obstáculos para conseguir un empleo, incluido el acceso al cuidado de los niños.¹⁵ Las mujeres se enfrentan a menudo a barreras estructurales que pueden impedir su éxito o el de su empresa.

Aunque ninguna de las participantes en este estudio dijo tener hijos, una de ellas compartió una historia notable sobre cómo llegó a adquirir su negocio, que le fue vendido por un hombre cuya esposa se había quedado embarazada recientemente. Dijo que el negocio era de su mujer, pero que lo vendía por ella debido a su embarazo. La misma participante explicó que también vendería el negocio si decidía formar una familia en el futuro, ya que las exigencias de ambos emprendimientos serían demasiado elevadas. El apoyo institucional es necesario para apoyar a las mujeres en situaciones similares. En particular, mencionó que llevar un negocio requiere mucho tiempo. Esta historia ayuda a ilustrar la carga desproporcionada que suponen las tareas de cuidado para las mujeres, así como la elección común a la que

¹⁴ “Women and Poverty in Canada: Learn the Facts Today.”

¹⁵ “Women and Poverty in Canada: Learn the Facts Today.”

se enfrentan las mujeres entre el desarrollo personal y el profesional. Los impactos de la COVID-19 sobre las mujeres y las niñas se agravan por el mero hecho de su género en diversos ámbitos, como la salud, la economía, la seguridad y la protección social.¹⁶ Esto demuestra la falta de apoyo y recursos disponibles para que las mujeres asuman diversos roles, incluido el de ser emprendedoras.

Además, las emprendedoras se enfrentan a menudo a responsabilidades de género que se convierten en una barrera para su negocio. Responsabilidades como el cuidado de la familia y las tareas domésticas pueden restarles tiempo para dedicarse al negocio y producir estrés económico. Un informe político publicado por la ONU en 2019 sugiere que poner a las mujeres y las niñas en el centro de las economías impulsará fundamentalmente resultados de desarrollo mejores y más sostenibles para todos.¹⁷ También analiza cómo apoyaría una recuperación más rápida y "nos pondría de nuevo en condiciones de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible".¹⁸

Las mujeres emprendedoras se vieron afectadas por la pandemia de COVID-19 de diversas maneras, según la persona y la empresa.

La pandemia de COVID-19 abrió nuevas oportunidades y desafíos para la muestra de participantes. La naturaleza de los mismos dependía tanto de los negocios como de los propios empresarios. La normativa gubernamental planteó retos para los empresarios que dependen de la interacción con los clientes en persona para sus negocios. Sin embargo, algunos empresarios citaron el aumento de las ventas derivado de un mayor volumen de pedidos para llevar, así como de la demanda acumulada tras la relajación de la normativa comercial. Además, el acceso a las ayudas financieras del gobierno relacionadas con la COVID-19 estaba condicionado a que el negocio existiera antes del inicio de la pandemia, por lo que varias emprendedoras de nuestra muestra quedaron excluidas de los paquetes de ayuda. Dependiendo del sector y del tiempo que llevan su negocio, las emprendedoras informaron de experiencias diferentes durante la pandemia. Sin embargo, la variación del impacto de la pandemia en la muestra no se limita específicamente a las características relacionadas con el negocio. Más bien, individuos con diferentes personalidades y preferencias se beneficiaron y lucharon con el nuevo panorama empresarial de maneras únicas. En el caso de algunas emprendedoras, el cambio de estilo de vida resultante del inicio de la pandemia les llevó a dedicar más tiempo y atención a las actividades creativas, lo que les inspiró a modificar o incluso a poner en marcha su proyecto empresarial. En otros casos, aunque no son mutuamente excluyentes, la intensificación del estrés

¹⁶ United Nations Secretary-General, "Policy Brief: The Impact of COVID-19 on Women," 2019.

¹⁷ United Nations Secretary General

¹⁸ United Nations Secretary General

relacionado con la salud planteó importantes retos para la salud mental. La pandemia de COVID-19 cambió los negocios y las vidas de innumerables maneras. Muchas personas han sufrido mucho como consecuencia de la crisis sanitaria, y los cambios en el entorno laboral y doméstico han tenido impactos diversos en los distintos individuos. Las pruebas reunidas sugieren que la pandemia afectó mucho a las emprendedoras, aunque sin un patrón predecible que pueda aplicarse a la mayoría o a todas ellas.

Recomendación de Políticas

Si bien reconocemos que se necesita más investigación para comprender mejor las condiciones de las mujeres emprendedoras, nuestra investigación y el estudio de las participantes han arrojado luz sobre las barreras sistémicas, los sistemas de redes, los recursos útiles y aplicables, la salud mental, los roles de género, la discriminación y la influencia que tuvo la pandemia del COVID-19 en las empresas. Es importante apoyar a las emprendedoras actuales, pero también apoyar el camino de las futuras empresarias. Si se garantiza que todas las mujeres están empoderadas en este camino, las jóvenes también pueden inspirarse para elegir su propia trayectoria profesional sin limitaciones. Las conclusiones de este estudio apoyan, en última instancia, las siguientes recomendaciones políticas a los funcionarios gubernamentales, los profesionales y los organizadores comunitarios:

Seguir investigando los recursos financieros y educativos para las mujeres emprendedoras

Se determinó que el apoyo y la información son dos elementos fundamentales para la seguridad financiera de las emprendedoras quebequenses. Aunque las redes profesionales pueden facilitar el intercambio de conocimientos y ampliar el acceso a los recursos financieros, las participantes en este estudio no indicaron en general que existieran programas gubernamentales eficaces para apoyarlas a ellas y a sus empresas.

Las empresas propiedad de mujeres tienen menos probabilidades de beneficiarse de los servicios de apoyo a la pequeña empresa financiados por el gobierno en comparación con las empresas propiedad de hombres, y las mujeres que pertenecen a una minoría visible suelen tener aún menos probabilidades de beneficiarse de este apoyo.¹⁹ Además, muchas organizaciones de apoyo a las empresas no tienen en cuenta el género, la etnia u otros factores y datos interseccionales para ayudar en el

¹⁹ Barbara Orser, Wendy Cukier, and Catherine Elliott. Rep. *Strengthening Ecosystem Supports For Women Entrepreneurs*, 2019, 6.

diseño o la evaluación de los programas. En consecuencia, las inversiones y la financiación de los gobiernos en materia de innovación y crecimiento económico se priorizan en sectores en los que las mujeres están insuficientemente representadas como propietarias de empresas.²⁰

A pesar de este conocimiento general, no existen suficientes investigaciones sobre la eficacia y la accesibilidad de recursos como las subvenciones, los préstamos y los centros de conocimiento que ofrecen Québec y el Gobierno de Canadá. Sin embargo, una mayor investigación puede ayudar a los responsables políticos a determinar si estos recursos necesitan mejoras en su calidad, en su accesibilidad o en ambas. Se necesitan pruebas objetivas para fundamentar las políticas y los programas que promueven el compromiso y el apoyo a las mujeres emprendedoras, en particular las pertenecientes a grupos minoritarios visibles. Una posible solución: en lugar de subvenciones y préstamos singulares, se podría poner en marcha un fondo a largo plazo para las mujeres de minorías visibles con el fin de proporcionar una forma de ayuda sostenible, en lugar de puntual.

Apoyo femenino en organizaciones de base y comunidades diversas

Más allá de asegurar la recuperación económica de las pequeñas empresas, especialmente tras la pandemia del COVID-19, es vital mostrar apoyo a las mujeres emprendedoras y a las minorías visibles. Disponer de un espacio y una plataforma en la que esas empresas puedan apoyarse y aprender de otras empresas, al tiempo que se involucra a la comunidad local, puede mejorar las empresas, la economía y el medio ambiente al fomentar las iniciativas locales.

Las mujeres de los grupos minoritarios pueden sentirse empoderadas por esas características que las diferencian. Como dijo una de las participantes, "no soy una víctima y tú no eres mi salvador". Se recomienda concienciar sobre el famoso complejo de "salvador blanco", alejarse de la visión de salvación y avanzar hacia el empoderamiento de unos y otros independientemente de la edad, el sexo, la raza, la clase, etc. Las diferencias culturales tienen el potencial de ser una fuente de empoderamiento para las minorías, y sería beneficioso considerarlas como tales.

Potenciar el apoyo de la comunidad local a las empresas de mujeres emprendedoras de grupos minoritarios visibles puede mejorar el espíritu de la comunidad y permitir que la diversidad y la cultura se celebren y compartan en todas las comunidades de Québec y Canadá. Para eliminar la discriminación, la diversidad debe ser adoptada a nivel local.

²⁰ Orser, Cukier, and Elliott, 6.

Desarrollar más oportunidades de tutoría y de creación de redes para las mujeres

Muchos participantes indicaron que la falta inicial de mentores y de oportunidades para establecer contactos era uno de los mayores obstáculos para poner en marcha sus empresas. Los programas de mentoría empresarial podrían abordar algunas de las principales preocupaciones expresadas por las participantes, como la orientación en la búsqueda de recursos financieros pertinentes y oportunidades de financiación, así como el apoyo en sus operaciones financieras cotidianas. Los programas de mentoría también podrían ayudar a las emprendedoras a mejorar sus redes empresariales, que se consideraron uno de los componentes más importantes para el éxito continuado de sus negocios. Los estudios han demostrado que las propietarias de negocios de origen étnico, en particular, dependen en gran medida de las redes informales de amigos, familiares y de la comunidad para utilizar sus recursos, y dichas redes "son muy importantes en la fase de puesta en marcha del negocio, ya que pueden promocionar el negocio recién creado a través del boca a boca en la comunidad, proporcionar clientes y actuar como una reserva de posibles empleados".²¹ Además, el aumento de las oportunidades de creación de redes permitiría a las emprendedoras mejorar sus habilidades de comunicación, sus conocimientos financieros y su clientela, al tiempo que aumentaría el apoyo general de la comunidad.²²

²¹ Panagiotis Piperopoulos. "Ethnic Female Business Owners: More Female or More Ethnic Entrepreneurs." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 19, no. 2 (2012): 192–208..

²² Muldoon, Jeffrey, Carol Lucy, and Sheryl Lidzy. "The Impact of Social Dominance Orientation on Female Entrepreneurial Intention." *New England Journal of Entrepreneurship* 22, no. 2 (2019): 109–25.

CONCLUSIÓN GENERAL

Contrastando dos contextos distintos, se hallan similitudes y diferencias con respecto a oportunidades, recursos y retos que enfrentan las mujeres emprendedoras en Quebec y en Colombia.

Los determinantes que influyen en la actividad (OCDE 2017) varían de acuerdo al contexto, pues el entorno regulatorio (market) referido por las mujeres colombianas; el repertorio a fuentes de financiamiento (money) que poco ha explorado el capital riesgo, crowdfunding o acceso a ángeles inversores; el doble y hasta triple trabajo que asumen las mumpreneurs (o mujeres emprendedoras que también son madres); y un contexto marcado por estereotipos de género son barreras señaladas por las emprendedoras colombianas. Así mismo, la capacitación y formación, en habilidades gerenciales, financieras y digitales; el acceso y fortalecimiento de juntanzas de mujeres que emprenden, para aprender de y con otras; y la redistribución de tareas en los hogares, son propuestas identificadas por estas mujeres, para hacer frente a esas barreras.

En Colombia los emprendimientos en su mayoría surgen como una necesidad para solventar causas de origen estructural, entre ellos la falta de acceso al mercado laboral en particular por el hecho de ser mujeres, la insuficiencia de ingresos que provoca la brecha salarial entre hombres y mujeres, demostrando que convergen allí varios aspectos, entre ellos la polifuncionalidad y el doble esfuerzo por el hecho de ser mujer y además tomar la decisión de emprender. Las entrevistas hechas en el proceso investigativo dieron lugar a espacios para compartir experiencias y ponderar sobre retos y aprendizajes.

Las emprendedoras tanto en Colombia como en Canadá se benefician de la colaboración y la comunicación eficaz, así como lo es mencionado por las mujeres emprendedoras colombianas “somos todas, somos una red”. La comunicación y colaboración entre emprendedoras suele dar lugar al surgimiento de relaciones personales y profesionales beneficiosas para las mujeres a la hora de hacer negocios. Se generan lazos de apoyo; se ayudan entre ellas y se comparten sus conexiones con clientes. En los espacios de investigación se evidencia empatía, respeto, y juntanza.

El nivel de educación y el título que se persigue influye en el conocimiento y la capacidad para administrar sus propias empresas. Las emprendedoras colombianas manifestaban no tener claridad sobre conocimientos sobre marketing, finanzas y

herramientas tecnológicas que facilitarían la administración de sus empresas. Impacto de educación y empoderamiento.

Las emprendedoras reconocen su posición desfavorecida y los prejuicios de la sociedad, sin embargo, con ambición e impulso, prevalecen. Hay aprendizajes que emergen como retos, empoderamiento. Emprender y ser mujer. Existen.

De acuerdo al país, la investigación da indicios de brechas de género al emprender. En Colombia, la muestra de emprendedoras expresa discriminación basada en actitudes de machismo como por ejemplo; las dificultades de acceso a créditos, las múltiples funciones asociadas culturalmente a las mujeres (conocido como el sistema patriarcal), entre otros. Asimismo, la discriminación de raza como el trato que reciben al ser afrocolombianas por parte de sus clientes. En Canadá, los comentarios por parte de las emprendedoras expresan menos frecuentemente haber sido sujeto de casos de discriminación de este tipo. No obstante, no descartamos la posibilidad de que estos sucedan en otro tipo de escenarios ya que la muestra no es suficientemente extensa para determinar esto. Por otra parte, si hay una presencia fuerte del discurso que reconoce diferencias entre mujeres y hombres en obtener oportunidades. Basado en la investigación documental, esto podría agravarse para otras minorías incluyendo la comunidad LGBTQ+, non-western nationalities, age differences, entre otras características que nos es difícil de alcanzar dentro del marco de esta investigación.

Las empresarias en Quebec y en Colombia informan que trabajan muchas horas con pocos descansos. Existe una presión financiera. Es demandante administrar un negocio, cumplir con las labores del hogar y deberes como madres, esposas y/o integrantes de familia. Se refleja la falta de tiempo para ellas, en el sentido de relajarse, tener descansos y estar tranquilas. Las mujeres emprendedoras se ven afectadas negativamente, ya que asumen de manera desproporcionada responsabilidades de cuidado al examinar los roles de género.

Referencias (Capítulo 1)

Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of business venturing*, 18(5), 573-596. En: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902603000119>

Anderson, A. R., & Miller, C. J. (2003). "Class matters": Human and social capital in the entrepreneurial process. *The journal of socio-economics*, 32(1), 17-36.

Congreso de Colombia, Ley 1752 de 2015. Disponible en <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=61858#2>

Correas, C. I. O. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225-236.

Declaración Universal de los Derechos Humanos. ONU(1948). Disponible en https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf

Facio, A. (s.f.) El derecho a la no discriminación (documento en pdf). Disponible en <https://www.corteidh.or.cr/tablas/a22077.pdf>

Presidencia de la República de Colombia, Decreto 417 del 17 de marzo de 2020. Disponible en <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20417%20DEL%2017%20DE%20MARZO%20DE%202020.pdf>

Suárez, O. M. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et technica*, 10(25), 209-213.

Referencias (Capítulo 2)

Cuberes, David, and Marc Teignier. "Aggregate Effects of Gender Gaps in the Labor Market: A Quantitative Estimate." *Journal of Human Capital* 10, no. 1 (2016): 1–32. <https://doi.org/10.1086/683847>.

De Clercq, Dirk, and Steven A. Brieger. "When Discrimination Is Worse, Autonomy Is Key: How Women Entrepreneurs Leverage Job Autonomy Resources to Find

- Work–Life Balance." *Journal of Business Ethics*, 2021.
<https://doi.org/10.1007/s10551-021-04735-1>.
- Femmessor. "A Look at Québec women entrepreneurship during the COVID-19 pandemic: Results of the survey conducted by Femmessor, April 2020." *Women Entrepreneurship Knowledge Hub, Femmessor*, 2020.
<https://wekh.ca/research/a-look-at-quebec-women-entrepreneurship-during-the-COVID-19-pandemic>.
- Gouvernement du Québec. "Femmes Entrepreneures." *Entreprises Québec*, 2021.
<https://www2.gouv.qc.ca/entreprises/portail/quebec?x=69768766>.
- Grekou, Douwere., and Bassirou Gueye. "Study: Who are the Men and Women Entering Business Ownership in Canada?" *Statistics Canada*, 2021.
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/daily-quotidien/210308/dq210308b-eng.pdf?st=xzKUx3Sw>.
- Muldoon, Jeffrey, Carol Lucy, and Sheryl Lidzy. "The Impact of Social Dominance Orientation on Female Entrepreneurial Intention." *New England Journal of Entrepreneurship* 22, no. 2 (2019): 109–25.
<https://doi.org/10.1108/neje-05-2019-0025>.
- Orser, Barbara, Wendy Cukier, and Catherine Elliott. Rep. *Strengthening Ecosystem Supports For Women Entrepreneurs*, 2019.
- Piperopoulos, Panagiotis. "Ethnic Female Business Owners: More Female or More Ethnic Entrepreneurs." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 19, no. 2 (2012): 192–208. <https://doi.org/10.1108/14626001211223856>.
- Public Service Commission of Canada. "Employment Equity." Government of Canada, September 15, 2016.
<https://www.canada.ca/en/public-service-commission/jobs/services/gc-jobs/employment-equity.html>.
- Roman, Sigrid. "The Benefits of Being Bilingual: French Literacy in Canada." World Education Services, December 16, 2016.
<https://www.wes.org/advisor-blog/being-french-bilingual-in-canada/>.
- Statistics Canada. "Visible Minority of Person." Visible Minority of person, November 1, 2021. <https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Var.pl?Function=DEC&Id=45152>.

Statistics Canada. "Visible Minority and Population Group Reference Guide, National Household Survey, 2011." Definitions and Concepts, July 25, 2018. <https://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/ref/guides/99-010-x/99-010-x-2011009-eng.cfm>

Statistics Canada. "Visible Minorities in Canada." Canadian Centre for Justice Statistics Profile Series, June 2001. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/pub/85f0033m/85f0033m2001009-eng.pdf?st=IAP9tf95>

Sandefur, Gary D., Mary E. Campbell, and Jennifer Eggerling-Boeck. "Racial and ethnic identification, official classifications, and health disparities." Critical perspectives on racial and ethnic differences in health in late life (2004): 25-52.

Tempest, Gill. "Five Benefits of Networking." Small Business BC, 2021. <https://smallbusinessbc.ca/article/five-benefits-networking/>.

United Nations Secretary-General, "Policy Brief: The Impact of COVID-19 on Women," 2019. <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2020/policy-brief-the-impact-of-COVID-19-on-women-en.pdf?la=en&vs=1406>

"Women and Poverty in Canada: Learn the Facts Today." Canadian Women's Foundation, July 23, 2021. <https://canadianwomen.org/the-facts/womens-poverty/>.

Capítulo 1 Escrito por:

Camilo Andrés Barrera Alvarado
+57 301 2317158 - camilo.barrera@unimonstrate.edu.co

Ingrid Marcela Cuervo Méndez
+ 57 319 215 6795 - icuerdo@unimonstrate.edu.co

Brayan Antonio Hernandez Florez
+57 3008176826 - bantoniohernandez@unimonstrate.edu.co

Verónica Moreno López
+57 319 5211423 - vmoreno@unimonstrate.edu.co

Lilly Paola Sánchez Cárdenas
+57 3182350061 - lpaolasanchez@unimonserate.edu.co

Nicole Valentina Valero Patiño
+57 3105889646 - nvalero@unimonserate.edu.co

Escrito por el semillero de investigación Diversidad e Inclusión del programa de Trabajo Social de la Fundación Universitaria Monserrate
Producido con el apoyo de CEED Concordia y Nuestro Flow Lab. Las observaciones y opiniones expresadas en este trabajo son responsabilidad exclusiva de los autores.

Capítulo 2 Escrito por:

Marc Darmohraj, B.A. Economía y estudios latinoamericanos,
marcdarm@gmail.com

Mira Hennawy, B.A. Desarrollo internacional
miraalhennawy@gmail.com

Paola Pineda, B.A. Desarrollo internacional y economía
paola.pineda.delreal@gmail.com

Silvia Ramirez, B. Com. Finanzas y economía
silviaramirezkm@gmail.com

Yi Ran Wang, B.A. Psicología y economía,
b.vitania2011@hotmail.com

Zoë Aikman, B.A. Comunicaciones y Derecho y Sociedad,
zcaikman@gmail.com

Camila

Annie Yeo, B.A, M.P.P.A, Jefe de redacción
annieyeo@cmail.carleton.ca

Producido con el apoyo de CEED Concordia y Nuestro Flow Lab y la supervisión de Samita Mandjee, Coordinadora de Prácticas, y Khadijah Banfield, Responsable de Administración de Proyectos, de CEED Concordia .

Las observaciones y opiniones expresadas en este trabajo son responsabilidad exclusiva de los autores.

NUESTRO FLOW

Organización de la pedagogía y la comunicación
Bogotá, Cundinamarca, Colombia

CEED CONCORDIA

Organización sin ánimo de lucro
Montreal, QC, Canadá
