

Más allá del cristal: la mujer que emprende su propio cuento

Angie Camila Carrasco Molina

Especialización en gestión para el emprendimiento empresarial

Rocio Suarez Alarcon

Tutora

Universidad Santo Tomas

Bogotá 2026

Tabla de contenido

1. Título.....	4
2. Resumen.....	4
3. Palabras clave.....	5
4. Introducción.....	5
4.1. Contextualización del problema.....	6
4.2. Planteamiento del problema y pregunta de investigación.....	7
4.3. Justificación.....	8
5. Marco conceptual y Marco teórico.....	9
5.1. Marco conceptual.....	9
5.2. Marco teórico.....	11
6. Metodología.....	16
6.1. Enfoque cualitativo.....	16
6.2. Tipo de estudio.....	16
6.3. Participantes o unidad de análisis.....	16
6.4. Técnicas de recolección.....	17
6.5. Procedimiento.....	17
6.6. Técnica de análisis.....	18
6.7. Consideraciones éticas.....	18
7. Resultados y análisis.....	18
8. Discusión.....	22
9. Tabla análisis.....	23
10. Conclusiones	30

11. Referencias.....	31
-----------------------------	-----------

Lista de Tablas

Tabla 1. Tabla de análisis.....	23
--	-----------

1. Título

Más allá del cristal: la mujer que emprende su propio cuento

2. Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar cómo las mujeres han transformado el concepto de emprendimiento a través del liderazgo, la innovación y la construcción de narrativas propias, dejando atrás imaginarios tradicionales contruidos desde la infancia a partir de cuentos que promovían un papel pasivo, en los que se esperaba que fueran rescatadas por un “príncipe azul”. Actualmente, las mujeres asumen un rol activo como protagonistas de su propia historia, reconociéndose como mujeres capaces de liderar, crear y transformar su realidad a través de emprendimientos que generan valor en la sociedad. En este sentido, se busca identificar las características del emprendimiento femenino en el contexto actual, así como los factores que han influido en su evolución, y analizar las experiencias y relatos de mujeres emprendedoras para comprender cómo construyen su identidad y su papel en ámbitos como el empresarial y el social.

Asimismo, se pretende examinar los principales desafíos y oportunidades que enfrentan, así como las estrategias que implementan para superarlos. La investigación se desarrollará bajo un enfoque cualitativo, orientado a interpretar las narrativas de las emprendedoras, identificando patrones y significados presentes en sus testimonios, los cuales serán contrastados con referentes teóricos.

Como técnica de recolección de información, se aplicarán entrevistas a cuatro mujeres emprendedoras. Se espera como resultado comprender el emprendimiento como

una forma de liderazgo transformador y generar conocimiento que evidencie el valor del liderazgo femenino en el desarrollo económico y social.

El estudio evidenció que el emprendimiento femenino es una herramienta de transformación social, económica y personal que permite a las mujeres romper estereotipos y asumir roles de liderazgo en sus comunidades y negocios, convirtiéndose en inspiración para otras. Además, se identificó que la educación y el desarrollo de habilidades facilitan su participación en el mercado, aunque aún persisten desafíos que se espera poco a poco se vayan eliminando o sobrepasando. Finalmente, uno de los principales aportes fue la relación de las experiencias de las emprendedoras con relatos simbólicos como Rapunzel, Mulán y Los Tres Cerditos, que reflejan procesos de valentía, empoderamiento y constancia.

3. Palabras clave

- Emprendimiento femenino
- Liderazgo femenino
- Equidad de género
- Transformación social
- Narrativas simbólicas

4. Introducción

En las últimas décadas, el emprendimiento femenino ha adquirido una creciente relevancia en los ámbitos económico y social, consolidándose como un campo de estudio importante (Freunde Vega & Salgado-Canto, 2024; Rejeb, 2025). Desde épocas antiguas, las mujeres fueron representadas bajo imaginarios sociales contruidos desde la infancia, reforzados por cuentos y narrativas que promovían roles pasivos y dependientes. Sin

embargo, en la actualidad, estos puntos de vista han comenzado a transformarse, dando paso a mujeres que asumen un papel activo como líderes y creadoras de sus propios proyectos (Ahl, 2006; Castiblanco Moreno, 2013).

El emprendimiento femenino no solo se entiende como el desarrollo de proyectos y/o empresas en el mercado, sino también por factores sociales, culturales e institucionales que influyen en su desarrollo (De Bruin et al., 2010; Hechavarría & Ingram, 2019). Asimismo, las mujeres emprendedoras construyen narrativas propias que resignifican su rol dentro del ámbito empresarial y social (Brunet & Pizzi, 2017). No obstante, persisten brechas de género que limitan su acceso a recursos y oportunidades (GEM Consortium, 2022; United Nations, 2023).

4.1.Contextualización del problema

Durante mucho tiempo, las mujeres fueron representadas en la sociedad bajo roles pasivos y dependientes, lo que limitó su participación en escenarios de liderazgo y emprendimiento (Ahl, 2006; Castiblanco Moreno, 2013). Estos imaginarios sociales, contruidos desde la infancia y reforzados a través de narrativas culturales como los cuentos tradicionales, han influido en la imagen del rol femenino dentro del ámbito económico y empresarial. Sin embargo, en los últimos años se ha evidenciado una transformación significativa en estos roles, donde cada vez más mujeres asumen un papel activo en la creación de proyectos y en emprendimientos de alto impacto (Frende Vega & Salgado-Canto, 2024; Rejeb, 2025).

Este impacto también se refleja en el contexto colombiano. De acuerdo con un informe presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo durante la Semana Nacional del Emprendimiento Femenino (2025), las empresas lideradas por

mujeres generan más de 942.000 empleos en el país y el 41 % de las mujeres emprende motivada por la búsqueda de autonomía financiera y flexibilidad, lo que evidencia la importancia que en la sociedad actual tiene el emprendimiento femenino con sus significativos impactos en el desarrollo económico y social.

En este contexto, el emprendimiento femenino se consolida como un espacio en el que las mujeres construyen sus propias historias de liderazgo e innovación, desafiando paradigmas tradicionales y transformando su papel en la sociedad (Brunet & Pizzi, 2017; Goulart, 2024). No obstante, este proceso también se encuentra influenciado por factores estructurales, sociales e institucionales que condicionan su desarrollo (De Bruin, Brush & Welter, 2010; Hechavarría & Ingram, 2019).

4.2.Planteamiento del problema y pregunta de investigación

En los últimos años, la participación de las mujeres en el emprendimiento ha aumentado de manera importante; sin embargo, diversos estudios evidencian que aún persisten estereotipos de género y barreras que limitan el reconocimiento de su liderazgo y su capacidad para generar innovación y nuevos proyectos que impactan en la sociedad (Ahl, 2006; GEM Consortium, 2022; United Nations, 2023). Investigaciones previas han abordado el emprendimiento femenino desde perspectivas económicas y cuantitativas, enfocándose en indicadores como tasas de participación, acceso a financiamiento y desempeño empresarial (Minniti & Naudé, 2010; Hechavarría & Ingram, 2019). No obstante, estas aproximaciones han dejado de lado el análisis profundo de las experiencias, narrativas y procesos simbólicos mediante los cuales las mujeres construyen y resignifican su rol como emprendedoras (Brunet & Pizzi, 2017; Henry, Foss & Ahl, 2016)³. Dado que no se trata únicamente de analizar datos, también es

fundamental identificar los procesos internos, los cambios de mentalidad y la reconstrucción del rol de la mujer, entre otros factores que inciden de manera significativa en estas transformaciones.

Este vacío en la literatura evidencia la necesidad de desarrollar investigaciones con enfoque cualitativo que permitan comprender a las mujeres emprendedoras desde otros enfoques. Asimismo, aunque existen avances en el estudio del liderazgo femenino, aún es limitada la integración de enfoques narrativos que analicen cómo las mujeres reinterpretan los imaginarios tradicionales y transforman su papel en el ámbito empresarial (Eagly & Carli, 2007; Castiblanco Moreno, 2013).

Lo anterior, lleva a plantear la siguiente pregunta problematizadora, ¿de qué manera las mujeres construyen y resignifican su rol de liderazgo e innovación a partir de sus experiencias en el emprendimiento?

4.3.Justificación

El emprendimiento femenino se ha consolidado como un motor de transformación económica y social, contribuyendo al desarrollo sostenible y a la equidad de género (Goulart, 2024; United Nations, 2023). En este sentido, diferentes informes han evidenciado que, a pesar del crecimiento en la participación de las mujeres en actividades emprendedoras, persisten brechas significativas en el acceso a financiamiento, redes de apoyo y oportunidades de crecimiento, así como una menor credibilidad frente a sus capacidades empresariales (GEM Consortium, 2022; Behr et al., 2025). Estas limitaciones reflejan desigualdades que continúan delimitando el desarrollo y la participación de las mujeres en escenarios de creación de proyectos y/o empresas.

Asimismo, el emprendimiento femenino se encuentra estrechamente relacionado con el cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 (igualdad de género), el cual promueve el empoderamiento de las mujeres como eje fundamental para el desarrollo económico y social (United Nations, 2023). No obstante, gran parte de la literatura existente ha abordado este fenómeno desde enfoques cuantitativos y económicos, dejando un vacío en la comprensión desde las perspectivas simbólicas y narrativas que influyen en la construcción del rol de las mujeres emprendedoras, (Ahl, 2006; Henry, Foss & Ahl, 2016), cambios de mentalidad que surgen desde el interior de las mujeres, los cuales las impulsan a cuestionar y romper paradigmas tradicionales, transformar su realidad y motivar a otras a seguir este mismo camino.

En este contexto, la presente investigación aporta una perspectiva cualitativa y narrativa que permite comprender cómo las mujeres resignifican su papel en el emprendimiento, no solo desde la generación de ingresos, sino como un proceso de empoderamiento, transformación social y reconstrucción de imaginarios tradicionales. De esta manera, el estudio contribuye al desarrollo académico al integrar el análisis de narrativas con el emprendimiento femenino, a partir de experiencias e historias de vida de mujeres reales.

5. Marco conceptual y Marco teórico

5.1. Marco conceptual

- **Emprendimiento**

El emprendimiento se define como el proceso mediante el cual se identifican oportunidades y se crean iniciativas innovadoras orientadas a la generación de valor

(Brush et al., 2009). Desde una perspectiva institucional, el entorno normativo y cultural condiciona las dinámicas empresariales (De Bruin et al., 2010).

- **Emprendimiento femenino**

El emprendimiento femenino alude a la participación de las mujeres en la creación y gestión empresarial, considerando los factores estructurales que inciden en su desarrollo (Ahl, 2006; Minniti & Naudé, 2010). Los informes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM Consortium, 2022) evidencian que, aunque la participación femenina ha crecido, persisten diferencias en el acceso a financiamiento, redes y escalabilidad.

- **Ecosistema emprendedor**

El ecosistema emprendedor comprende el conjunto de instituciones, políticas, redes y recursos que facilitan o limitan la actividad empresarial (Hechavarría & Ingram, 2019). La calidad del ecosistema influye directamente en la sostenibilidad de los emprendimientos liderados por mujeres.

- **Brechas de género**

Las brechas de género son desigualdades estructurales que restringen el acceso de las mujeres a capital financiero, formación y posiciones estratégicas (Brush et al., 2009). United Nations (2023) señala que estas brechas impactan de manera directa el desarrollo económico y la equidad global.

- **Liderazgo femenino**

El liderazgo femenino se asocia con estilos transformacionales, colaborativos e inclusivos (Eagly & Carli, 2007). Estas autoras plantean la metáfora del “laberinto”

para explicar las múltiples barreras que enfrentan las mujeres en su ascenso a posiciones de poder.

- **Innovación empresarial**

La innovación empresarial en el contexto del emprendimiento femenino se vincula con la capacidad de generar soluciones creativas y sostenibles frente a problemáticas económicas y sociales. Las mujeres emprendedoras, especialmente aquellas que emprenden por oportunidad, desarrollan modelos de negocio innovadores influenciados por sus experiencias y contextos (Brunet & Pizzi, 2017; Goulart, 2024).

- **Equidad de género**

La equidad de género constituye un principio fundamental que busca garantizar igualdad de oportunidades, derechos y condiciones para hombres y mujeres. En el ámbito empresarial, implica eliminar barreras estructurales que limitan la participación femenina en posiciones de liderazgo y emprendimiento (United Nations, 2023)

5.2.Marco teórico

El estudio del liderazgo femenino y el emprendimiento de las mujeres se ha consolidado como tema de investigación muy importante dentro de los diferentes campos de estudio. En donde no solo se busca visualizar la participación de las mujeres en contextos empresariales ocupando altos cargos, sino también en temas culturales en donde se crea una nueva visión para las nuevas generaciones, desligando el pensamiento de que el género femenino depende de la sombra del género masculino para poder desarrollar su potencial o impactar en la sociedad desde su rol.

- **Antecedentes del emprendimiento femenino**

El emprendimiento fue analizado desde una perspectiva aparentemente neutral, que realidad respondía a modelos masculinizados de comportamiento empresarial. En este sentido, Ahl (2006) critica la falta de enfoque de género en la investigación, señalando que muchas teorías clásicas no logran explicar las experiencias específicas de las mujeres emprendedoras.

Posteriormente, estudios como los de Minniti y Naudé (2010) ampliaron la comprensión del fenómeno al analizar patrones globales del emprendimiento femenino, evidenciando diferencias significativas en tasas de participación, acceso a recursos y desempeño empresarial. Estos autores destacan que factores institucionales, culturales y económicos influyen de manera diferenciada en la actividad emprendedora de hombres y mujeres.

También, De Bruin, Brush y Welter (2010) proponen una perspectiva más contextualizada, en la cual el emprendimiento femenino se entiende como un fenómeno influenciado por el entorno social, político y económico.

Desde otro enfoque, Castiblanco Moreno (2013) plantea que el emprendimiento femenino es una construcción social que refleja las dinámicas de desigualdad de género, mientras que Ortiz García y Olaz Capitán (2016, 2018) destacan la importancia de las competencias y habilidades en el desarrollo empresarial de las mujeres.

Asimismo, informes institucionales como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM Consortium, 2022) y el reporte de Naciones Unidas (United Nations, 2023) evidencian avances en la participación femenina, pero también la persistencia de brechas estructurales que limitan el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos liderados por mujeres.

- **Liderazgo femenino**

El liderazgo femenino ha sido objeto de múltiples estudios que buscan identificar sus características y su impacto en las organizaciones y en la sociedad en general. Eagly y Carli (2007), a través de su teoría del “laberinto del liderazgo”, explican que las mujeres enfrentan múltiples obstáculos para acceder a posiciones de poder, pero también desarrollan estilos de liderazgo diferenciados. Estos estilos se caracterizan por un enfoque transformacional, basado en la colaboración, la empatía, la comunicación efectiva y la orientación al desarrollo del equipo.

Por su parte, Camps (2023) y Costa (2019) destacan que el liderazgo femenino rompe con los modelos tradicionales jerárquicos, proponiendo estructuras organizacionales más horizontales y flexibles. Chinchilla Albiol, García Lombardía y Mercadé Ferrando (1999) también subrayan la importancia de incorporar perspectivas femeninas en la gestión empresarial para mejorar la competitividad y la toma de decisiones.

- **Innovación empresarial**

La innovación empresarial es un elemento importante en el desarrollo del emprendimiento femenino. Diversos estudios han demostrado que las mujeres emprendedoras tienden a desarrollar modelos de negocio innovadores, especialmente en sectores emergentes o desatendidos, bajo el pensamiento que hay necesidades que solo desde los ojos de una mujer se evidencian.

Brunet y Pizzi (2017) analizan los discursos de mujeres emprendedoras por oportunidad, mostrando cómo construyen propuestas innovadoras a partir de sus experiencias personales y contextos sociales. De igual manera, Goulart (2024) destaca

que el emprendimiento femenino contribuye al desarrollo económico mediante la generación de soluciones innovadoras y sostenibles.

- **Equidad y brecha de género**

La equidad de género, según United Nations (2023), deja en evidencia que, a pesar de los avances logrados en las últimas décadas, persisten desigualdades significativas en el acceso a recursos, educación, empleo y participación económica.

A través del empoderamiento de la mujer se busca que ellas adquieran mayor control sobre sus vidas y decisiones, fortaleciendo su autonomía económica y social. En este sentido, el GEM (2022) destaca que el emprendimiento es una herramienta clave para el empoderamiento femenino, ya que permite a las mujeres generar ingresos y participar activamente en la economía.

No obstante, la literatura también evidencia la existencia de una brecha de género en el ámbito empresarial. Behr et al. (2025) señalan que las mujeres enfrentan mayores dificultades para acceder a financiamiento, redes de contacto y oportunidades de crecimiento. Estas barreras están relacionadas con estereotipos de género, discriminación estructural y limitaciones institucionales (Ahl, 2006).

- **Ambientes emprendedores**

El desarrollo del emprendimiento femenino está vinculado a las condiciones del entorno, dichas condiciones varían dependiendo del tiempo, lugar y modo, en donde crece y desarrolla las capacidades y habilidades cada mujer. Hechavarría e Ingram (2019) demuestran que los ecosistemas emprendedores influyen en la actividad empresarial de manera diferenciada según el género, afectando variables como la creación, el crecimiento y la sostenibilidad de los negocios.

Henry, Foss y Ahl (2016) señalan que la investigación en este campo ha evolucionado hacia enfoques más complejos, que integran variables estructurales, culturales y organizacionales. En esta línea, Korkmaz (2022) introduce el concepto de liderazgo inclusivo, el cual promueve la diversidad y la equidad dentro de las organizaciones.

- **Metodologías**

El análisis del emprendimiento femenino se ha abordado mediante una amplia variedad de metodologías. Los estudios cuantitativos, como los informes del GEM (2022), permiten identificar tendencias globales y realizar comparaciones entre países.

Por otro lado, los enfoques cualitativos, como los utilizados por Brunet y Pizzi (2017), permiten comprender las experiencias y percepciones de las mujeres emprendedoras.

Y, los estudios de caso y narrativas personales (Echeverría Olivares, 2024) aportan una comprensión profunda del fenómeno, destacando la diversidad de trayectorias y contextos.

- **Principales hallazgos**

La literatura coincide en que el emprendimiento femenino tiene un impacto significativo en el desarrollo económico y social. Las mujeres emprendedoras no solo generan empleo y oportunidades, sino que también promueven valores como la equidad, la inclusión y la sostenibilidad (Goulart, 2024).

Además, el liderazgo femenino contribuye a la transformación de las organizaciones, fomentando prácticas más éticas, participativas e innovadoras (Agudelo

Orrego, 2022; Costa, 2019). En este sentido, las mujeres se posicionan como agentes de cambio capaces de impulsar transformaciones sociales, y dejando atrás estereotipos.

No obstante, la persistencia de brechas de género evidencia la necesidad de fortalecer políticas públicas, programas de apoyo y estrategias organizacionales que promuevan la igualdad de oportunidades y el empoderamiento femenino.

6. Metodología

6.1.Enfoque cualitativo

La investigación se desarrolla bajo un estudio cualitativo de tipo interpretativo con enfoque narrativo, ya que busca comprender las experiencias, percepciones y significados que las mujeres emprendedoras construyen alrededor de su proceso de emprendimiento, liderazgo e innovación. Este enfoque permite interpretar las narrativas y vivencias de las participantes dentro de su contexto social.

6.2.Tipo de estudio

El estudio es de tipo interpretativo con enfoque narrativo, debido a que se centra en analizar los relatos y experiencias de mujeres emprendedoras para comprender cómo construyen su liderazgo y resignifican su rol dentro del emprendimiento.

6.3.Participantes o unidad de análisis

La unidad de análisis está conformada por cuatro mujeres emprendedoras pertenecientes a diferentes sectores económicos, buscando conocer sus experiencias, motivaciones y desafíos en el desarrollo de sus emprendimientos.

La selección de las participantes se realizó mediante un muestreo intencional, las participantes fueron seleccionadas debido a que cumplen con los criterios establecidos para la investigación, dado que son mujeres emprendedoras con negocios consolidados y

cuentan con una trayectoria que permite analizar sus experiencias de emprendimiento. Asimismo, la investigadora mantenía un vínculo previo de las participantes, lo que facilitó el acceso a la información, la validación de la veracidad de esta, y lo más importante, la generación de un ambiente de confianza durante la recolección de datos que permitió profundizar en sus relatos.

Las cuatro emprendedoras residen en el municipio de Subachoque, Cundinamarca, y han logrado consolidar sus iniciativas empresariales en los sectores del comercio, específicamente en la compra y venta de suéteres y abrigos, y de los servicios, en actividades relacionadas con la fotografía y la estética. La diversidad de estos sectores permitió contrastar diferentes experiencias y comprender cómo las mujeres construyen sus trayectorias emprendedoras en contextos locales.

6.4. Técnicas de recolección

La información se recolectará mediante entrevistas, las cuales permitirán profundizar en las experiencias, percepciones y significados que las participantes otorgan a su trayectoria como emprendedoras. También se realizará revisión documental de referentes teóricos relacionados con emprendimiento y liderazgo femenino.

6.5. Procedimiento

Primero se realizará la selección de las participantes; posteriormente se diseñará la guía de entrevista y se llevarán a cabo las entrevistas. Luego se organizará y transcribirá la información recolectada para su posterior análisis y relación con los referentes teóricos.

6.6.Técnica de análisis

La información obtenida será analizada mediante análisis narrativo y categorización temática, lo que permitirá identificar patrones, significados y elementos relevantes presentes en los testimonios de las emprendedoras.

6.7.Consideraciones éticas

La investigación garantizará el respeto, la confidencialidad y el consentimiento de las participantes. Asimismo, la información recolectada será utilizada únicamente con fines académicos, asegurando el manejo responsable y ético de los datos obtenidos.

7. Resultados y análisis

El avance de la participación de las mujeres dentro de los espacios sociales, económicos y empresariales ha permitido transformar la visión tradicional sobre el rol femenino en la sociedad. Actualmente, muchas mujeres ocupan cargos gerenciales, participan en la toma de decisiones y lideran proyectos empresariales que impactan de manera positiva el desarrollo económico y social.

En este contexto, el emprendimiento femenino se ha convertido en una herramienta de transformación social y empoderamiento, las mujeres emprendedoras no solo generan ingresos y oportunidades laborales, sino que también fortalecen su autonomía económica y contribuyen al desarrollo de sus comunidades.

Lo anterior ha permitido, mitigar los imaginarios sociales que desde la infancia hemos tenido sobre el rol de la mujer han sido contruidos a través de relatos y cuentos infantiles donde el personaje femenino (princesas) suele ocupar una posición pasiva, a la espera de que el personaje masculino (príncipe) llegue a rescatarlas y así cambiar su historia de vida.

Es por ello, que la aplicación de la encuesta se enfocó a cuatro emprendedoras, permitiendo conocer experiencias inspiradoras que han permitido desarrollar su idea de negocio, y en sectores muchas veces liderados por hombres.

En cuanto a las características de las emprendedoras entrevistadas, los resultados evidenciaron que el 75% tiene entre 31 y 40 años, mientras que el 25% supera los 50 años. Esto demuestra que el emprendimiento femenino puede desarrollarse en diferentes etapas de la vida, y que nunca será tarde para dar ese paso a arriesgarse a algo nuevo, cada una de las experiencias personales y profesionales aportará para la consolidación de un emprendimiento femenino.

Asimismo, el 75% de las participantes cuenta con formación técnica o tecnológica y el 25% posee estudios profesionales o de posgrado, evidenciando que la educación si es una importante herramienta para fortalecer habilidades como la comunicación efectiva, la generación de ideas y la gestión efectiva de las finanzas.

Respecto a los sectores económicos en los que participan, el 75% de las emprendedoras desarrolla actividades relacionadas con el sector servicios y el 25% pertenece al sector comercial. Es un dato muy importante, dado que las mujeres buscan desarrollar sus primeros emprendimientos en las necesidades específicas, abordando sectores como la estética, la manufactura gracias a las habilidades manuales y el comercio.

Uno de los aspectos más relevantes de las entrevistas fue la relación que las emprendedoras establecieron entre sus experiencias personales y cuentos infantiles como Rapunzel, Mulán, Los Tres Cerditos y El Principito. Estas historias representan simbólicamente diferentes procesos asociados al emprendimiento femenino. Por ejemplo,

Rapunzel refleja la necesidad de salir de un encierro, y permitir abrir espectros en un nuevo mundo; Mulán simboliza la valentía y la capacidad de desenvolverse en espacios dominados por hombres; Los Tres Cerditos representan la constancia para lograr un fin, muy importante basado en el trabajo en equipo; y El Principito se relaciona la creatividad y la perseverancia frente a las dificultades que día a día se pueden presentar, más aún cuando se quiere arriesgar en algo nuevo.

Asimismo, dentro de los principales retos identificados por las emprendedoras se encuentran la alta competencia del mercado, las dificultades relacionadas con el marketing y la promoción empresarial, las bajas ventas y la falta de apoyo gubernamental. Además, otras emprendedoras manifestaron la necesidad de asumir múltiples roles al mismo tiempo, desde la atención al cliente hasta la administración general de sus negocios. Y, no podemos dejar atrás los demás roles que deben asumir fuera de sus negocios, como hermanas, hijas, amigas, y uno de los más importantes y demandantes, el rol de madres.

A través de las entrevistas realizadas, fue posible identificar cómo muchas de ellas han tenido que romper con estos paradigmas tradicionales relacionados con el papel femenino dentro del hogar. Aunque algunas participantes afirmaron no haber experimentado barreras directas por razones de género, y esto es un aporte muy valioso a la investigación, sus testimonios reflejan como se ha avanzado, identificando que el rol que las mujeres juegan en la sociedad es igual de valioso que el rol de un hombre.

Asimismo, dentro de los principales desafíos identificados por las emprendedoras se encuentran la alta competencia del mercado, las dificultades relacionadas con el marketing y la promoción empresarial, las bajas ventas y la falta de apoyo

gubernamental. Además, varias participantes manifestaron la necesidad de asumir múltiples roles al mismo tiempo, desde la atención al cliente hasta la administración general de sus negocios.

No obstante, más allá de las dificultades, las experiencias compartidas reflejan valores como la disciplina, la resiliencia, la empatía y el compromiso social. Una de las emprendedoras destacó que su negocio busca generar oportunidades laborales para madres cabeza de hogar, evidenciando cómo el emprendimiento femenino también puede convertirse en un mecanismo de apoyo y transformación social.

Detrás de cada una de las emprendedoras, se reconoce que hay una *“mujer del pasado”*, esa mujer que aún no se arriesgaba a emprender su propio cuento y que a hoy puede decirle frases inspiradoras como *“Que visualice lo qué quiere hacer y lo haga realidad a pesar de los obstáculos, con disciplina y mucha paciencia”*, donde se demuestra siempre en el mundo de los negocios habrá problemas, pero que la constancia y disciplina son bases fundamentales para el éxito.

O también consejos de valor como: *“Si es posible, buscar ayuda en otras personas porque como mujeres queremos hacer todo solas, pero es bueno pensar en nuestro tiempo libre y nuestra salud”*, donde se demuestra que el trabajo en equipo y el apoyarse en el círculo cercano permite que las emprendedoras tengan un equilibrio de su vida laboral y personal.

Finalmente, las historias recopiladas permiten comprender que el emprendimiento femenino no solo representa la creación de un negocio, sino también un proceso de resignificación del rol de la mujer dentro de la sociedad.

Estas mujeres demuestran que es posible romper paradigmas, construir independencia económica y convertirse en referentes para otras mujeres. Además, evidencian la importancia de fortalecer redes de apoyo, el trabajo en equipo y las estrategias que promuevan la equidad de género y el empoderamiento femenino en todos los ámbitos sociales y empresariales.

8. Discusión

Los resultados obtenidos en la investigación coinciden con lo planteado por Ahl (2006) y Minniti y Naudé (2010), quienes afirman que las mujeres emprendedoras enfrentan barreras relacionadas con el acceso a recursos, financiamiento y oportunidades de crecimiento. En las entrevistas realizadas, las emprendedoras mencionaron dificultades como la alta competencia del mercado, las bajas ventas, el marketing y la falta de apoyo gubernamental, evidenciando que aún existen limitaciones para el fortalecimiento de los emprendimientos liderados por mujeres, sin embargo, también se debe reconocer que se ha avanzado y que es un camino al cual le queda mucho por recorrer, pero que paso a paso a permitiendo resignificar desde visiones importantes a las mujeres.

Asimismo, los hallazgos se relacionan con la teoría del liderazgo femenino de Eagly y Carli (2007), ya que las emprendedoras demostraron características como resiliencia, empatía y disciplina, aun cuando deben asumir múltiples roles personales y laborales. Esto evidencia cómo las mujeres logran desenvolverse en distintos espacios sociales y empresariales, asumiendo retos y responsabilidades más importantes y de valor.

Desde una interpretación crítica, el estudio demuestra que, aunque se han generado avances importantes en la participación de las mujeres en el ámbito empresarial, todavía

persisten estereotipos y desigualdades de género que condicionan su desarrollo. Sin embargo, las experiencias compartidas reflejan que el emprendimiento femenino se ha convertido en una herramienta de empoderamiento, autonomía económica y transformación social.

Además, la encuesta realizada aporta a los estudios previos al incorporar las experiencias personales y simbólicas con las que las emprendedoras crecieron, relacionándolas con cuentos infantiles como Rapunzel, Mulán y Los Tres Cerditos. Este enfoque permitió comprender cómo las mujeres reinterpretan historias tradicionales para fortalecer procesos de liderazgo, valentía y perseverancia, mostrando la capacidad de *“salvarse a sí mismas”*. De esta manera, la investigación no solo analiza aspectos económicos del emprendimiento femenino, sino también elementos sociales y emocionales que influyen en la construcción de la identidad emprendedora femenina.

9. Tabla análisis

Categoría	Descripción de la categoría	Hallazgos principales	Evidencias (citas o testimonios)	Interpretación
Categoría 1. Liderazgo femenino	El liderazgo femenino se relaciona con la participación de las mujeres en espacios sociales, económicos y empresariales, así como con su capacidad para tomar decisiones, liderar proyectos, generar ingresos, fortalecer su autonomía económica y contribuir al desarrollo de sus comunidades.	El avance de la participación de las mujeres dentro de los espacios sociales, económicos y empresariales ha permitido transformar la visión tradicional sobre el rol femenino en la sociedad. Actualmente, muchas mujeres ocupan cargos gerenciales, participan en la toma de decisiones y lideran	“Las mujeres emprendedoras no solo generan ingresos y oportunidades laborales, sino que también fortalecen su autonomía económica y contribuyen al desarrollo de sus comunidades.”	El emprendimiento femenino representa una herramienta de transformación social, empoderamiento y autonomía económica, permitiendo resignificar el papel tradicional de la mujer.

		proyectos empresariales que impactan de manera positiva el desarrollo económico y social.		
Categoría 1. Liderazgo femenino	Comprende las características personales, educativas y profesionales que contribuyen a la	El 75% de las emprendedoras tiene entre 31 y 40 años, mientras que el 25% supera los 50 años. El	“Esto demuestra que el emprendimiento femenino puede desarrollarse en diferentes etapas de la	El emprendimiento puede desarrollarse en diferentes etapas de la vida y las experiencias personales, profesionales y educativas

	consolidación del emprendimiento femenino.	75% cuenta con formación técnica o tecnológica y el 25% posee estudios profesionales o de posgrado.	vida, y que nunca será tarde para dar ese paso a arriesgarse a algo nuevo.”	aportan a la consolidación de los emprendimientos.
Categoría 1. Liderazgo femenino	Aborda la capacidad de las mujeres para romper paradigmas tradicionales y asumir roles de liderazgo dentro de la sociedad y los negocios.	Muchas de ellas han tenido que romper con paradigmas tradicionales relacionados con el papel femenino dentro del hogar. Algunas participantes afirmaron no haber experimentado	“El rol que las mujeres juegan en la sociedad es igual de valioso que el rol de un hombre.”	Se evidencia una transformación progresiva de las concepciones tradicionales sobre el papel de la mujer y un reconocimiento de su participación en igualdad de condiciones.

		barreras directas por razones de género.		
Categoría 2. Desafíos del emprendimiento	Comprende las dificultades económicas, administrativas y comerciales que enfrentan las mujeres al desarrollar sus emprendimientos.	Entre los principales retos se encuentran la alta competencia del mercado, las dificultades relacionadas con el marketing y la promoción empresarial, las bajas ventas y la falta de apoyo gubernamental.	Ahl (2006) y Minniti y Naudé (2010) plantean que las mujeres emprendedoras enfrentan barreras relacionadas con el acceso a recursos, financiamiento y oportunidades de crecimiento.	Persisten dificultades que pueden limitar el crecimiento y fortalecimiento de los emprendimientos liderados por mujeres.
Categoría 2. Desafíos del emprendimiento	Se relaciona con la capacidad de las emprendedoras para	Las emprendedoras demostraron características como	“Las emprendedoras demostraron características como	Las dificultades no solo representan obstáculos, sino que también permiten

	afrontar las dificultades y continuar desarrollando sus proyectos.	resiliencia, empatía y disciplina aun cuando deben asumir múltiples roles personales y laborales.	resiliencia, empatía y disciplina.”	desarrollar capacidades de liderazgo y fortalecer la identidad emprendedora.
Categoría 3. Narrativas simbólicas	Comprende la influencia de los cuentos infantiles y los imaginarios sociales en la construcción tradicional del rol femenino.	Desde la infancia, gran parte de los imaginarios sociales sobre el rol de la mujer han sido contruidos a través de relatos y cuentos infantiles donde el personaje femenino suele ocupar una posición pasiva.	“El personaje femenino (princesas) suele ocupar una posición pasiva, a la espera de que el personaje masculino (príncipe) llegue a rescatarlas.”	Los relatos tradicionales pueden contribuir a la construcción de imaginarios sobre un papel femenino pasivo y dependiente.

Categoría 3. Narrativas simbólicas	Integra los elementos sociales y emocionales que influyen en la construcción de la identidad emprendedora femenina.	Las experiencias personales y simbólicas con las que las emprendedoras crecieron permiten comprender aspectos sociales y emocionales del emprendimiento femenino.	“La investigación no solo analiza aspectos económicos del emprendimiento femenino, sino también elementos sociales y emocionales que influyen en la construcción de la identidad emprendedora femenina.”	Las narrativas simbólicas permiten ampliar la comprensión del emprendimiento femenino más allá de los aspectos económicos, incorporando dimensiones sociales, emocionales e identitarias.
--	--	--	---	--

Tabla 1. Tabla de análisis. Elaboración Propia

10. Conclusiones

El presente estudio permitió comprender cómo las mujeres resignifican su liderazgo a través del emprendimiento, al transformar experiencias personales, desafíos y aprendizajes en oportunidades para construir proyectos de vida con impacto económico y social. Las experiencias analizadas evidenciaron que el liderazgo femenino no se limita a la dirección de un negocio, sino que representa un proceso de autonomía, empoderamiento y resignificación del papel de la mujer dentro de la sociedad. En este sentido, las participantes demostraron que es posible romper estereotipos tradicionales, asumir roles de liderazgo e inspirar a otras mujeres a desarrollar sus propias iniciativas empresariales.

Asimismo, se encontró que factores como la educación formal y/o informal, el desarrollo de habilidades y el análisis de las necesidades de los sectores permiten que las mujeres puedan entrar a un mercado no tan desconocido en el cual puedan desde su experiencia aportar e impactar. Sin embargo, también persisten desafíos relacionados con la competencia del mercado, el acceso a recursos, las bajas ventas y algunos prejuicios de género presentes en determinados sectores.

Uno de los principales aportes de la investigación fue relacionar las experiencias de las emprendedoras con relatos simbólicos como *Rapunzel*, *Mulán* y *Los Tres Cerditos*, evidenciando procesos de valentía, perseverancia e independencia femenina, y cómo estas historias que parecen ser simples cuentos infantiles pasan a ser relatos que muchas de las mujeres relacionan con su propia vida.

11. Referencias

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595–621.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>
- Alarcos, T. (2021). *Emprendedoras*.
- Behr, D. M., et al. (2025). Closing the gender gap in entrepreneurship: Overcoming barriers. World Bank.
- Brunet, I., & Pizzi, A. (2017). Discursos de género de las mujeres emprendedoras por oportunidad: El caso español. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 32, 167–184.
- Camps, T. (2023). *Liderar desde lo femenino*.
- Chinchilla Albiol, N., García Lombardía, P., & Mercadé Ferrando, A. (1999). *Emprendiendo en femenino*.
- Costa, T. (2019). *Liderar en femenino para hombres y mujeres*.
- De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (Eds.). (2010). *Women entrepreneurs and the global environment for growth*. Edward Elgar.
- Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2007). *Through the labyrinth: The truth about how women become leaders*. Harvard Business School Press.
- Echeverría Olivares, B. (2024). *Mujeres emprendedoras: Diez ejemplos de sabiduría y fortaleza*.
- Freunde Vega, M. Á., & Salgado-Canto, M. (2024). *Emprendimiento femenino y crecimiento empresarial: Análisis bibliométrico*.
- Germann, F. (2024). *Breaking through the glass ceiling: Empowering female entrepreneurs*.

- GEM Consortium. (2022). Global Entrepreneurship Monitor Women's Entrepreneurship Report 2021/2022. <https://www.gemconsortium.org>
- Goulart, M. (2024). Emprendimiento femenino: Desarrollo económico y empresarial innovador.
- Hechavarría, D. M., & Ingram, A. E. (2019). Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity. *Small Business Economics*, 53(2), 431–458. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9994-7>
- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2025, 3 de marzo). Mincomercio inauguró la Semana Nacional del Emprendimiento Femenino, destacando el rol de las mipymes lideradas por mujeres.
- Rejeb, A. (2025). A systematic review of female entrepreneurship using co-word and main path analysis.
- Srivastava, S. (2025). A comprehensive review of performance in women-owned firms.
- United Nations. (2023). Progress on the Sustainable Development Goals: The gender snapshot 2023. <https://www.unwomen.org>
- Vericat, G. F. (2011). El libro rojo de las mujeres emprendedoras.