

CARACTERIZACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS Y DE LAS  
MICROEMPRESAS EN LA COMUNA 13 DE CALI

LEIDY ORIANA DELGADO COLLAZOS

BRAYAN STIVEN DUQUE QUINTERO

DIANA MARCELA GONZALEZ HERRERA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

CARACTERIZACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS Y DE LAS  
MICROEMPRESAS DE LA COMUNA 13 DE CALI

LEIDY ORIANA DELGADO COLLAZOS

BRAYAN STIVEN DUQUE QUINTERO

DIANA MARCELA GONZALEZ HERRERA

Proyecto presentado para optar al título de Administrador de Empresas

Director de trabajo de grado:

María Fernanda González

Mg. Direccionamiento Estratégico

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Santiago de Cali, 17 de marzo de 2020.

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto está dedicado a nuestras familias, que gracias al apoyo que nos dieron, obtuvimos las fuerzas necesarias para sacar adelante la investigación, para así lograr los objetivos propuestos. A los docentes por el acompañamiento que nos brindaron durante la realización de este proyecto, y en general por darnos la oportunidad de realizarnos profesionalmente.

A todos aquellos que, de una u otra forma, nos brindaron su valioso tiempo y gestión, para la realización y finalización de este trabajo.

## CONTENIDO

RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCION.....	11
<b>1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 TITULO DEL PROYECTO.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>13</b>
<b>1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>13</b>
<b>1.3.1 Planteamiento del problema.....</b>	<b>13</b>
<b>1.4 OBJETIVOS.....</b>	<b>16</b>
<b>1.4.1 Objetivo general.....</b>	<b>16</b>
<b>1.4.2 Objetivos específicos.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5 JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>17</b>
<b>1.6 MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>20</b>
<b>1.7 MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>21</b>
<b>1.8 MARCO LEGAL.....</b>	<b>23</b>
<b>1.9 MARCO CONTEXTUAL.....</b>	<b>25</b>
<b>1.10 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>27</b>
<b>1.11 HERRAMIENTAS.....</b>	<b>29</b>
<b>1.12 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>30</b>
<b>2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DE LA COMUNA 13 Y SUS MICROEMPRESARIAS.....</b>	<b>32</b>
<b>3. ESTUDIO DEMOGRÁFICO DE LAS MICROEMPRESARIAS DE LA COMUNA 13 DE CALI.....</b>	<b>36</b>

4. ESTUDIO PSICOGRÁFICO DE LAS MICROEMPRESARIAS DE LA COMUNA	
13 46	
5. CONCLUSIÓN .....	55
6. RECOMENDACIONES .....	56
7. REFERENCIAS.....	57
8. ANEXOS .....	65

## LISTA DE CUADROS

Figure 1 Número de personas acción prospera .....	18
Figure 2 Número de personas emprendedoras .....	18
Figure 3 Número de personas en crecimiento empresarial.....	19
Figure 4 Mapa de Cali por comunas .....	33

## LISTA DE TABLAS

Table 1 Ficha técnica encuesta .....	29
Table 2 Cronograma de actividades .....	30

## RESUMEN

El siguiente trabajo de grado, estará basado en el análisis de las características demográficas y psicográficas que tienen las mujeres microempresarias en la comuna 13 de la ciudad de Cali, fundamentado en diferentes estudios para conocer cuáles fueron las razones que las llevo a emprender.

El objetivo de investigación fue analizar la caracterización de los emprendimientos femeninos y a su vez identificar los puntos donde se pueda aportar al crecimiento de éste, mediante todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

Este proyecto se realizó a través de herramientas de estudio como entrevistas, encuestas, observaciones e indagación por las diferentes bases de datos en internet, las cuales arrojaron información pertinente para conocer las estrategias llevadas a cabo por estas mujeres para lograr su plan de emprendimiento.

Con lo anterior se pudo llegar a conclusiones, como por qué decidieron emprender, donde se ve en su mayoría que la decisión se tomó por el hecho de no tener un trabajo estable o en su defecto no tener tiempo suficiente para su vida familiar y/o personal. También se concluyeron cuáles son esas características que las resalta de las demás mujeres que se dedican a trabajar en una organización, además de conocer en general su pensamiento en cuanto a su personalidad, a su forma de ver el ámbito laboral más allá que trabajar para otras personas, y conocer cómo se sienten capaces de lograr cualquier objetivo que se propongan.

**Palabras clave:** Microempresa, emprendimiento femenino, demografía psicografía.

## ABSTRACT

The next undergraduate work will be based on the analysis of the demographic and psychographic characteristics that microentrepreneurs have in commune 13 of the city of Cali, based on different studies to find out what were the reasons that led them to undertake.

The research objective was to analyze the characterization of female entrepreneurship and in turn identify the points where it can contribute to its growth, through all the knowledge acquired throughout the career.

This project was carried out through study tools such as interviews, surveys, observations and investigation by the different databases on the internet, which yielded pertinent information to know the strategies carried out by these women to achieve their entrepreneurship plan.

With the above, conclusions could be reached, such as why they decided to undertake, where it is mostly seen that the decision was made due to the fact of not having a stable job or, failing that, not having enough time for their family life and / or or personal. It was also concluded what are those characteristics that stand out from the other women who are dedicated to working in an organization, in addition to knowing in general their thinking regarding their personality, their way of seeing the workplace beyond working for others. people, and know how they feel capable of achieving any goal they set for themselves.

**Keywords:** Microenterprise, entrepreneurial women, demographic, psychographic.

## INTRODUCCION

El emprendimiento en mujeres colombianas se da principalmente por la motivación que tenga partiendo de su necesidad, la principal causa es el alto índice de desempleo que se presenta en el país.

Otra causa es porque cada vez va en aumento el porcentaje en madres cabeza de hogar, las cuales inician su microempresa desde los mismos hogares debido a la necesidad de cuidar sus hijos y mantener las labores del hogar.

Y por último es que las mujeres emprendedoras fracasan menos en sus negocios que el género masculino, ya que ellas tienen mucha más capacidad de ejecución.

Teniendo en cuenta los factores anteriormente mencionados un artículo de El Espectador (2019), corrobora los estudios realizados a nivel de Colombia argumentando que el 17,8% de las mujeres colombianas se encuentran iniciando un proyecto de emprendimiento, la cual es muy equitativa con respecto a la de los hombres que se encuentra en un margen del 25%.

Según la revista Dinero (2019), en los primeros siete meses del año 2019 en la ciudad de Cali se registraron 13.580 nuevas empresas, que representa un aumento del 11,3%, lo que demuestra que el emprendimiento cada vez se fortalece más en la ciudad.

Teniendo en cuenta las dificultades de convivencia en Cali, ya sea por violencia intrafamiliar o social, el cual se genera desde un punto de vista psicológico por la falta de normas, de desarrollo cognitivo y moral, la falta de oportunidades de capacitarse para el trabajo, la inestabilidad laboral, la poca accesibilidad a la educación emprendedora, la falta de empleos dignos y la pobreza. El Centro de Desarrollo Empresarial y de Empleabilidad Prospera Aguablanca, tiene como iniciativa aportar al cambio social y económico de este distrito, sacando provecho

del mejor recurso que tiene esta comunidad, el cual es su gente, así mismo, brindando apoyo al emprendimiento con diferentes entidades de educación superior, cajas de compensación y entidades gubernamentales. También en la comuna 13 se ha dado el emprendimiento en el mercado musical del pacífico, pues ya tuvo una jornada de inscripciones para personas que quisieron emprender en este medio en el barrio el Pondaje. Adicional a esto, cabe destacar que dicha comuna contiene barrios con un gran emprendimiento comercial basado en las necesidades anteriormente mencionadas.

Teniendo en cuenta la problemática ya señalada, esta investigación se desarrollará en la comuna 13 de la Ciudad de Cali, en el cual el tema a abordar será acerca de cuáles son las características demográficas y psicográficas de las microempresarias de la comuna 13 en la ciudad de Cali.

Esta investigación se enfocará en las mujeres microempresarias de la comuna 13, la cual se iniciará haciendo una investigación del sector en el que se va a trabajar, con dos metodologías implementadas como lo es la encuesta directa a microempresarias de esta comuna, y una entrevista a una líder emprendedora, con lo que se busca lograr entender la causa raíz del emprendimiento que mejora la calidad de vida de estas mujeres y sus familias.

# **1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO**

## **1.1 TITULO DEL PROYECTO**

Caracterización de los emprendimientos femeninos y de las microempresas de la comuna 13 de Cali.

## **1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

La línea de investigación adoptada es Emprendimiento y Gestión Empresarial.

## **1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1 Planteamiento del problema.**

Los factores que influyen e incentivan la creación de microempresas en el país, suelen tener cierta diversidad, sin embargo, éstos están relacionados a las motivaciones que se tengan, a las necesidades con que se cuenten y a la educación que posea las mujeres en Colombia para iniciar un negocio.

Uno de los factores principales que sin duda alguna estimula el emprendimiento femenino, es el alto nivel de desempleo que se ha venido presentando últimamente en el país, pues, aunque la meta de cada gobierno es dejarlo en un solo dígito, éste ha venido en aumento hasta superar dicha barrera. Según cifras publicadas por el Dane (2019), el desempleo en el mes de octubre se ubicó en un 9.8% a nivel nacional y un 12,5% para la ciudad de Cali. De acuerdo a un artículo del Senado (2019), el porcentaje de ocupación para las mujeres es del 46% y para hombres es de 67,6%, existiendo así una amplia brecha, la cual alcanza una diferencia de 21,5

puntos porcentuales.

Otra de las causas que conlleva a la creación de negocios por parte de las mujeres, puede ser el crecimiento en el número de madres que son cabezas de hogar, pues según una publicación del periódico El Tiempo (2019), ahora son 4 de cada 10 las encargadas de solventar económicamente a su familia. En varias oportunidades se ha observado que muchas microempresas nacen en la misma casa donde habitan estas mujeres, hasta poder lograr la obtención de un local para reubicarse, en dicho periodo, aprovechan para continuar con el cuidado y supervisión de sus hijos y con el mantenimiento que requiere el hogar.

Otro elemento que tal vez no sea tan relevante, pero tampoco pasa desapercibido, es el que las mujeres emprendedoras fracasan menos que los hombres, ya que según un artículo de La República (2018), y con base en un informe de “Crunchbase” y “La organización mundial de la propiedad intelectual”, los cuales afirman que el emprendimiento de las mujeres fracasa menos que los hombres hasta en un 15% o 20%. En la misma publicación, los inversionistas de “Shark Tank Colombia” destacaron que la causa de que sean las mujeres las que menos fracasan es porque tienen mucha más capacidad para ejecutar.

Como apoyo a todo lo anteriormente expuesto, se puede traer a colación que el número de mujeres emprendedoras ha venido en aumento, tal y como lo resalta el periódico El Espectador (2019), el cual indica que el 17,8% de las mujeres colombianas se encuentran iniciando un proyecto de emprendimiento, cifra considerable si se compara con la de los hombres que está en un margen de 25%. Así mismo, dicho periódico aparte de hacer énfasis en la cifra anterior, también resalta que últimamente las mujeres están liderando la consolidación de sus emprendimientos y la reducción de su tasa de fracaso.

Tal vez una de las ayudas para que este índice crezca, sea el del fondo emprender que presta el SENA (2019), que, según su página de internet, se asignaron \$3.000.000.000 millones para que las líderes emprendedoras puedan empezar su

propio negocio, mediante una convocatoria que estará abierta hasta inicios del año entrante, y en la cual deberán presentar la propuesta de negocio, que los jurados aprobarán basándose en un estudio de viabilidad. También están *“los programas de formación, mentoría, encuentros de networking y redes de apoyo”*, como lo menciona un artículo de El Espectador (2019), para ayudar a la sostenibilidad de estas emprendedoras con sus empresas en el mercado actual.

Cabe destacar que las mujeres emprendedoras buscan empresas que cuenten con compromiso social y ambiental como lo dice el artículo de la revista Dinero (2019). Esto les da un plus a sus organizaciones, porque permite crear conciencia en los futuros empresarios, para tener un sentido de pertenencia con el país, además de contribuir a cuidar los recursos naturales y/o aprovechar los residuos para obtener un producto que demande la sociedad.

Según El Espectador (2019), las mujeres emprendedoras nacen, pero a su vez se hacen, ya que deben tener un nivel de compromiso y confianza en sí mismas para mantener la empresa a flote y a su vez existen técnicas las cuales se enseñan en los cursos de formación como lo son los conocimientos del mercado para implementar las ideas de innovación que tengan.

No obstante, existen barreras como los estereotipos mencionados en el artículo El Tiempo (2017), los cuales impiden de cierta manera la entrada de estas emprendedoras de manera fácil, sin embargo, en la actualidad se ha ido efectuando espacios que le permitan a ellas fortalecer su confianza y perder el miedo para lanzarse al mercado con sus ideas innovadoras, que rompan los sesgos que tienen por estas.

Según la revista Dinero (2019), en los primeros siete meses del año 2019 en la ciudad de Cali se registraron 13.580 nuevas empresas, que representa un aumento del 11,3%, lo que demuestra que el emprendimiento cada vez se fortalece más en tal ciudad.

El posicionamiento de la comuna 13 en el campo del emprendimiento ya se ha visto desde antes, pues según un artículo del noticiero 90 minutos (2015) “El Mercado Musical del Pacífico” tuvo una jornada de inscripciones para emprendimientos culturales en el barrio El Pondaje, exactamente en el Centro de Emprendimiento Cultural, por lo que esta investigación podrá centrarse en dicha comuna, para así basarnos en el gran comercio que existe en los diferentes barrios de la misma.

Por tanto, este proyecto de investigación pretende dar respuesta a esta pregunta ¿Cuáles son las características demográficas y psicográficas de las microempresarias de la comuna 13 en la ciudad de Cali?

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo general.**

Caracterizar de una forma demográfica y psicográfica a las microempresarias de la comuna 13 en la ciudad de Cali.

### **1.4.2 Objetivos específicos.**

- Identificar las micro empresarias y contextualizar las características de la comuna 13 en la ciudad de Cali.
- Hallar las características demográficas de las microempresarias de la comuna 13 en la ciudad de Cali.
- Determinar las características psicográficas de las microempresarias de la comuna 13 en la ciudad de Cali.

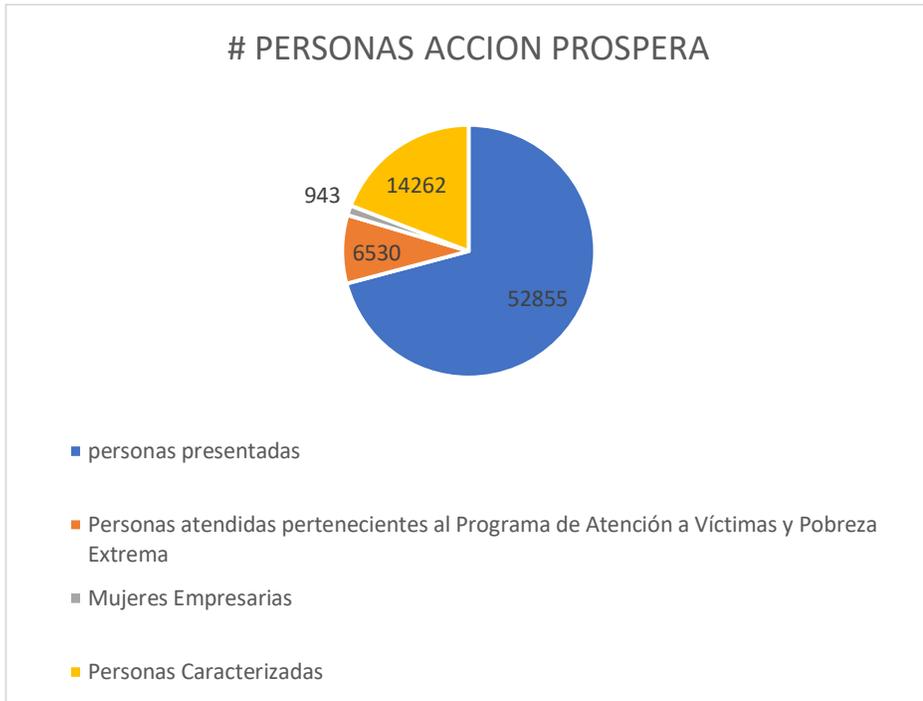
## 1.5 JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta las investigaciones sobre convivencia en la ciudad, realizadas por la Alcaldía de Cali (2004), y enfocándose principalmente en el tema de la violencia, se puede identificar que gran parte de ello surge desde el punto de vista psicológico por la falta de normas, desarrollo cognitivo o moral, y desde el punto de vista sociológico, influye el capital social que estos ciudadanos quieren poseer, al precio que sea necesario.

Ya conociendo su potencial y necesidades, el Centro de Desarrollo Empresarial y de Empleabilidad Prospera Aguablanca, inaugurado el 10 de mayo de 2013, tiene como iniciativa aportar al cambio social y económico de este distrito, sacando provecho del mejor recurso que tiene esta comunidad, el cual es su gente; dicho proyecto se crea debido a la problemática causada principalmente por la inestabilidad laboral, altos índices de violencia, poca accesibilidad a la educación emprendedora y empleos dignos. La investigación de la alcaldía informa que la falta de oportunidades de capacitación para el trabajo, es debido a la poca voluntad política del Estado, y a la falta de infraestructura física para capacitaciones.

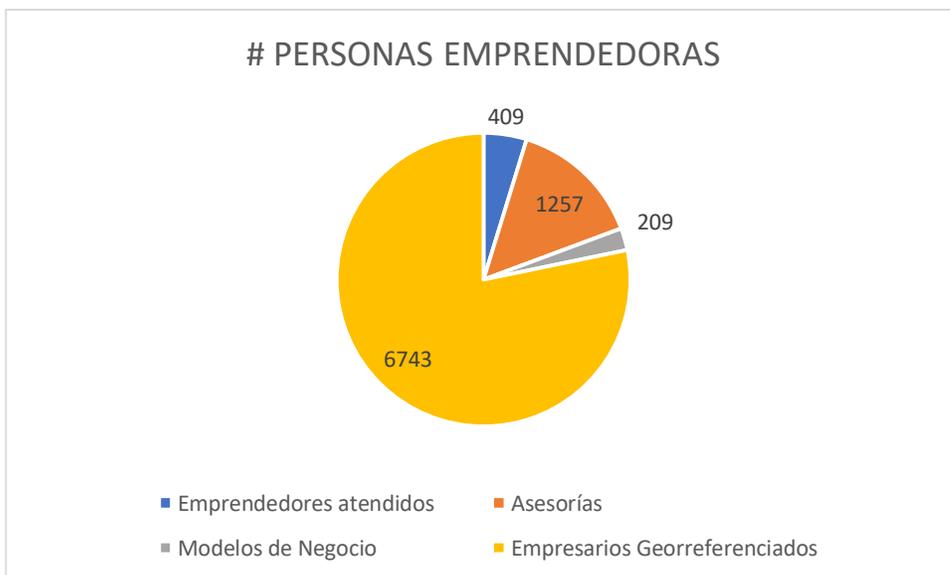
Este programa de Aguablanca Prospera, que es impulsado por la Cámara de Comercio de Cali (2015), brinda apoyo a la comunidad mediante la escucha de iniciativas, promoviendo así, el trabajo en equipo y validando los programas para el empoderamiento del proceso; fortaleciéndolos en sus capacidades y oportunidades, para que logren una mejor calidad de vida, y crecimiento social y económico. Esta iniciativa cuenta con el apoyo de la universidad Icesi, la Universidad de Occidente, la Universidad San Buenaventura, la Universidad del Valle, la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE), el Departamento de Prosperidad Social (DPS), la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas (UARIV), la Caja de compensación Comfandi y la Cámara de Comercio de Cali. A continuación, se enseñarán estadísticas del programa Prospera entre 2013 y 2015.

Figure 1 Número de personas acción prospera



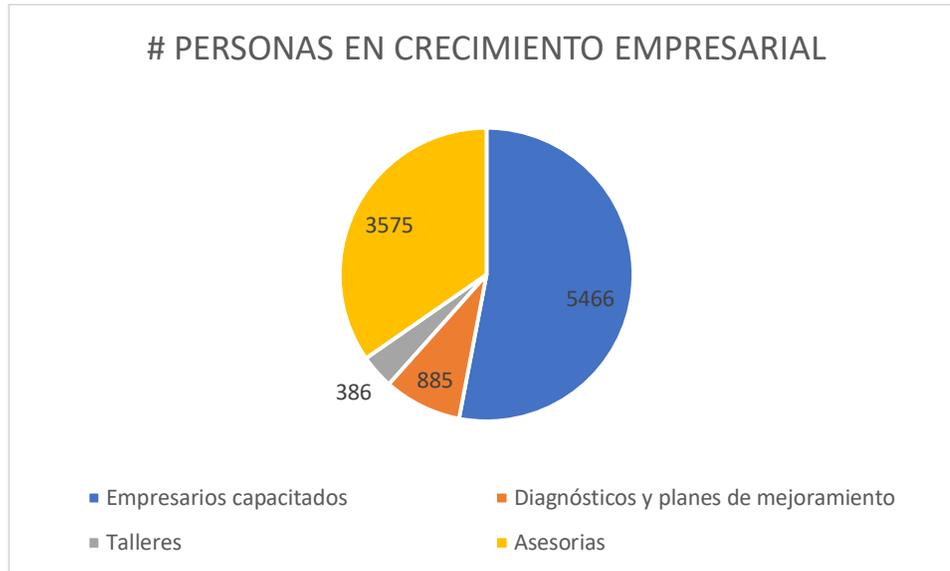
Fuente: elaboración propia

Figure 2 Número de personas emprendedoras



Fuente: elaboración propia

Figure 3 Número de personas en crecimiento empresarial



Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta el Plan de Desarrollo del 2008 y 2011, que hace la Alcaldía de Cali (2008); la comuna 13 está sobrepoblada, ya que lo estipulado es que se construyan 41,6 viviendas por hectárea, y ésta cuenta con 77,7 viviendas. Adicional a lo anterior, se indica que hay mucha similitud en cuanto a la cantidad de hombres y mujeres productivos, entiéndase como productivos, a la población que está entre los 18 y los 64 años de edad. También este plan de desarrollo muestra que, en cuestión de nivel educativo, la gran mayoría de la población realiza la primaria y el bachillerato solamente, y que las personas que deciden capacitarse en educación superior, en su gran mayoría son las mujeres, en las cuales un poco más notable la necesidad y la ejecución proyectos. Con respecto a los aspectos económicos de esta comuna, el 67,5% de empresas pertenecen al sector comercio, y de estas unidades económicas el 97,3% corresponde a Microempresas, el 2,4% a pequeñas empresas, el 0,2% a empresas mediana y el 0,1% a empresas grandes. Lo que demuestra que son barrios con gran potencial y asistencia emprendedora, ya que

tienen un buen porcentaje perteneciente al sector comercio. Por ello, se decide hacer la investigación en esta comuna.

## 1.6 MARCO TEÓRICO

Stevenson (2000) nos muestra que: *“El emprendedor arma su estrategia según la percepción de la oportunidad”*, es decir que el emprendimiento se basa en saber aprovechar las oportunidades que brindan el mercado para ofrecer un producto o servicio, que es lo que estas mujeres cabezas de hogar toman en cuenta, ya que encuentran la posibilidad de crear su microempresa para lograr los objetivos propuestos. También Varela (2006) define el proceso de transformación por medio de la noción de cambio, acción y mejoramiento, que explica básicamente el proceso que se debe tener para un proceso de emprendimiento exitoso.

Al igual que, Formichella (2004), relata el aporte teórico de Stevenson, donde dice que: *“El emprendedor acepta riesgos razonables y actúa revolucionariamente en el corto plazo”*, lo que demuestra que los emprendedores al momento de emprender, aceptan riesgos y perseveran para alcanzar sus objetivos, ya que la mayoría de emprendimientos nacen de una necesidad financiera. Así mismo, Varela (2007) define la palabra “empresario” como las personas arriesgadas capaces de aprovechar una oportunidad de comercio de manera independiente, creando valor agregado a un producto o servicio, y a su vez proporcionando una mejor economía para su hogar.

De igual forma Frederic (2014) relata como en la actualidad, tomando el caso de España, el pensamiento laboral ha cambiado, al igual que el modelo familiar, debido a que las mujeres han tomado decisiones de incorporarse más en el ámbito laboral, sin dejar de un lado las responsabilidades del hogar, provocando así que los hombres también participen en las tareas de la casa y entiendan que todos tienen la capacidad de colaborar económica y laboralmente dentro de un hogar, rompiendo ese esquema de que la mujer debe encargarse del hogar mientras el hombre se

encarga de trabajar y sustentarlo. Del mismo modo, Violeta Domínguez, coordinadora de la Unidad de Género en CAF –banco de desarrollo de América Latina explica que: *“La organización social de la economía ha estado tradicionalmente marcada por un fuerte sesgo de género y eso ha conducido a que en líneas generales muchas de las mujeres que crean empresas lo hagan motivadas por la necesidad y no por la oportunidad”*. (Domínguez, 2019).

Por lo tanto, se puede observar que cada vez las mujeres tienen más representación en el ámbito laboral, al crear empresas de manera exitosa y aclarar que ser mujer no significa ser el género débil, al contrario, demuestran como pueden ser capaces de trabajar para mejorar la economía en su hogar y a su vez encargarse de las responsabilidades domésticas.

## 1.7 MARCO CONCEPTUAL

**Demografía:** *“Estudio estadístico de una colectividad humana, referido a un determinado momento o a su evolución”* (Real Academia Española, 2014).

**Emprender:** *“Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”* (Real Academia Española, 2014).

**Emprendedoras unipersonales:** *“Se maneja solo con su negocio. Esto significa que toma todas las decisiones y, por lo tanto, el control en la gestión y en los resultados es su entera responsabilidad”* (Emprender, 2016)

**Gran empresa:** *“Una gran empresa es la que tiene un ámbito de actuación internacional. Cuenta con más de 1.000 trabajadores y su facturación se cifra en más que la centena de millones de euros”* (Intereconomía, 2011).

**Impuesto de renta:** *“Es un tributo nacional directo, de período y obligatorio para el comerciante persona natural, o persona jurídica o asimilada, y consiste en entregarle al Estado un porcentaje de sus utilidades fiscales obtenidas durante un*

*período gravable, con el fin de coadyuvar a sufragar las cargas públicas” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2013)*

**Madre cabeza de hogar:** *“Es quien tiene a cargo exclusivo la responsabilidad económica del hogar” (Legis, 2014)*

**Matricula mercantil:** *“Es el registro que deben hacer los comerciantes (personas naturales y jurídicas) y los establecimientos de comercio en las cámaras de comercio con jurisdicción en el lugar donde van a desarrollar su actividad y donde va a funcionar el establecimiento de comercio para dar cumplimiento a una de las obligaciones mercantiles dispuestas en el Código de Comercio” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018).*

**Mediana empresa:** *“Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes” (BussinessCol, 2016)*

**Microempresa:** *“Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes” (BussinessCol, 2016)*

**MiPymes:** *“Las micro, pequeñas y medianas empresas” (Dinero, 2017).*

**Pequeña empresa:** *“Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes” (BussinessCol, 2020)*

**PIB:** *“Básicamente calcula cual fue la producción en bienes y servicios que se hizo en un periodo de tiempo específico, generalmente en un trimestre o en un año, en las fronteras de un país” (Asobancaria, 2019)*

**Psicografía:** *“Busca explicar, porqué las personas se comportan y creen en la forma que lo hacen, aplicando principios de las ciencias sociales y del comportamiento” (Ortiz, 1993)*

**Psicosocial:** *“Se refiere a la conducta humana y su inserción en la sociedad, el accionar individual analizado desde los aspectos sociales” (Porporatto, 2015)*

**Sociológico:** *“Ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas”* (Real Academia Española, 2014).

## 1.8 MARCO LEGAL

Colombia se ha caracterizado últimamente por ser un país que fomenta e incentiva el emprendimiento, pues desde hace años atrás, se ha venido dando la discusión del apoyo a microempresarios y a personas que tengan ideas de negocio rentables; es así como se ven algunos programas como el fondo emprender y el Programa de Transformación Productiva (PTP), que aportan capital para la realización de los proyectos, sin embargo, esto no sería posible si no hubiera una ley que favoreciera y facilitara la aplicación de ideas de negocio.

Por ejemplo, en Colombia existe la ley 1014 de 2006, la cual tiene como objeto cosas como: Promover el espíritu emprendedor desde las instituciones educativas, siempre y cuando se adapte a la ley; Disponer de principios normativos que promuevan el emprendimiento; fomentar la cultura de emprendimiento mediante un marco institucional; crear una red de instrumentos que permitan el desarrollo de una cultura emprendedora; establecer un vínculo que comprenda todos los niveles del sistema educativo con el sistema productivo nacional; mejorar las condiciones del entorno institucional para el manejo y creación de empresas; generar competencias en igualdad de oportunidades para las MiPymes, en busca de la mejora en calidad de trabajo; promover el desarrollo económico del país, mediante la creación de empresas; brindar acompañamiento y sostenibilidad a las nuevas empresas, en un ambiente seguro y controlado (MinCiencias, 2006).

Años después vendría la ley de 1429 del 2010, la cual tiene como objeto: La formalización de empleados y empresas que se encuentran en la informalidad; la generación de empleos formales; mejorar los ingresos de las personas que se encuentran en la informalidad, desempleo y a los pequeños empresarios. Ésta norma fue creada para facilitar la creación, formalización y sostenibilidad de las

MiPymes. Esta ley fue hecha para beneficiar más que todo a las micro y pequeñas empresas nuevas; micro y pequeñas empresas que ya estén creadas; menores de 28 años; desplazados; personas en condición de discapacidad; mujeres mayores de 40 años que no hayan celebrado un contrato de trabajo en los últimos doce meses; personas que sean cabezas de hogar y que estén en nivel 1 y 2 en el Sisben, y empleados que devenguen menos de 1.5 salarios mínimos, y que aparezcan por primera vez cotizando a la seguridad social.

Vale aportar que, aquellas empresas que se sometan a esta ley, no pagan matrícula mercantil en el primer año, pagan una tarifa especial en el segundo y tercer año. Así mismo, no pagarán impuesto de renta los dos primeros años, y tendrán tarifa reducida del tercer al quinto año. (DNP, 2010).

Así como existen leyes para fomentar el emprendimiento y la formalidad, también existen algunas normativas y programas que ayudan a las microempresarias. Actualmente existe un programa que es impulsado por el ministerio de trabajo y por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el cual se llama EQUIPARES, y que consiste en una certificación que se encamina en reconocer a ciertas empresas que de una u otra manera implementen un Sistema de Gestión de Igualdad y Género (SGIG), ya que, con ello, se busca generar transformaciones culturales y cierre de brechas en su interior, como según lo indica la organización (Equipares, 2018).

Según dicha organización, el SGIG, se basa en un conjunto de procedimientos y prácticas de gestión organizacional, donde su fin es el de transformar el manejo de recursos humanos y procesos organizacionales con enfoque de género; para que éste cumpla con su objetivo principal, el cual es reducir o eliminar las brechas de género en las empresas y organizaciones colombianas. Vale aportar que Equipares surge como el cumplimiento por parte del Ministerio del Trabajo del artículo 12 de la ley 1257 del 2008 y el decreto reglamentario del sector trabajo 4463 del 2011. Los

cuales obligan al Ministerio a defender los derechos humanos de las mujeres en el mundo del trabajo (Mintrabajo, 2018).

Por otra parte, existe una ley aprobada hace muchos años por el gobierno, la cual es reconocida como la ley 1413 del 2010, y que básicamente busca incluir la economía del cuidado, que está conformada por el trabajo de hogar no remunerado en el sistema de cuentas nacionales. Dicha inclusión se utilizaría para medir la contribución de la mujer al desarrollo económico y social del país, así mismo, fungiría como base para la implementación e implementación de políticas públicas, como lo indica el (Senado, 2010).

## **1.9 MARCO CONTEXTUAL**

Según un estudio realizado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y publicado por Portafolio (2019), la proporción de mujeres que emprenden es similar a la de los hombres. El informe señala que, aunque aún existe una brecha que marcha con tendencia decreciente, y que empieza a brindarle a las mujeres un papel más representativo en el mundo empresarial, y no sólo con la obtención de cargos directivos, sino también con el desarrollo de nuevos modelos de negocio. El estudio revela que, según cifras de la Cámara de Comercio de Bogotá, el porcentaje de mujeres que son representantes legales es de 38,7%. Adicionalmente, presenta un dato alentador en el número de registros de negocios que se han hecho por parte de mujeres, el cual fue de 5.074 entre 2016 y 2018. (Portafolio, 2019)

Para los investigadores, hay varios factores que conllevaron al incremento del emprendimiento femenino, los cuales son: el empoderamiento y el apoyo que ofrece el gobierno y ciertas organizaciones, así mismo, la formación que las mujeres han obtenido en sus respectivas carreras cursadas. A todo lo anterior se suma la motivación que sienten a la hora de adentrarse al mundo empresarial, pues según lo expresado en el informe, las mujeres emprenden por buscar una mayor flexibilidad, por brindar mejor vida a su familia, por el manejo del tiempo y la

desigualdad salarial que aún se ve muy marcada. Pese a los obstáculos que se puedan presentar, se resalta una frase determinante, y que tal vez resuma lo anterior en una frase: “las mujeres emprenden porque quieren, los hombres porque lo necesitan”. (Portafolio, 2019)

Luego de haber abarcado el estudio aterrizado en Colombia, se abordará y se hará mención de un informe emitido por Red GEM España (2017), el cual muestra que, la diferencia entre géneros para el 2016, se estrechó en un 6,5%. Indicando que el 55,7% de emprendedores fueron hombres, y el 44,3% fueron mujeres. La investigación refleja que a pesar de que las mujeres españolas tengan todo el entusiasmo para emprender, no lo hacen porque quieren estar muy capacitadas para dar ese paso, pues la necesidad de tenerlo todo bajo control, les juega una mala pasada. Sin embargo, el mismo estudio indica que, las mujeres que participan en espacios y foros en los que comparten experiencias y se sienten en confianza, construyen su idea con más facilidad; para los investigadores, la generación de ecosistemas de emprendimiento elevará la tasa de mujeres empresarias. (CISE, 2017).

Frente a las motivaciones que tienen las españolas a las de algunos países, éstas suelen tener un punto de vista distinto, pues a pesar de que el porcentaje de mujeres que crean negocio por necesidad se mantuvo estable en un 25,1%, fue mayor por amplia ventaja el índice que se aventuraron por una oportunidad en el mercado, representado en más del 70%. A los datos anteriores se les añadió el de emprendedoras unipersonales, que llegó a un 10%, mientras el de mujeres que contrataron seis o más, se ubicó en un 13,4%. Para concluir, el estudio mostró como gran influencia para el empoderamiento femenino, la participación de mujeres en política y la existencia de estado de derecho. Ambos aspectos, fungieron positivamente y permitieron que se incrementara el aporte de la mujer en la economía empresarial. (CISE, 2017).

Otro caso que puede traerse a colación, es el de las mujeres peruanas, que según un reportaje de la Fundación Wise (2018) y basado en un estudio realizado por el Banco Mundial, las peruanas tienen la tasa de emprendimiento en fase temprana más alta que los hombres. Lo anterior es debido a que el Ministerio de producción fomentó e incentivó la diversificación de emprendimientos femeninos, pues hubo reportes de aperturas de negocios en sectores donde los hombres tenían bastante fuerza, sectores como: Comercio, Agropecuario, Servicios y Manufactura. Según la investigación, el impulso entre mujeres, se debió al liderazgo y el pensamiento de cambio que se implantó en ellas.

Como dato curioso y a la misma vez asociado a lo anteriormente mencionado, la edad promedio de la mujer emprendedora en Perú, es de 46 años, tal vez sea la madurez lo que permita tomar cierto liderazgo del que se hace énfasis. A pesar de las trabas que parecieran ser repetitivas en casi todos los países, se hizo resalte en el informe sobre una capacidad que tienen las mujeres peruanas, a la cual llaman: multitasking, y que es ni más ni menos que el realizar varias actividades al mismo tiempo, pues no sólo existe la dedicación al proyecto, sino que también se ocupan de tareas del hogar y de su familia. Y como es casi común con los estudios anteriores, esta investigación resalta que la motivación de estas mujeres se basa en el logro de sus objetivos, inclusive más que la misma necesidad.

## **1.10 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

Esta investigación tendrá un enfoque mixto, debido a que se utilizaran métodos de investigación tanto cualitativos, como cuantitativos.

*“La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas”* (Universidad de Colima, 2014). Por lo tanto, por medio de estadísticas se podrán constituir patrones de comportamientos de estas mujeres

emprendedoras y probar las teorías encontradas en los diferentes métodos de investigación.

Para el enfoque cualitativo, y según un informe de dicha Universidad, este proyecto *“Es inductivo, lo que implica que “utiliza la recolección de datos para finar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”* (Universidad de Colima, 2014). Así entonces, se realizarán encuestas, entrevistas e investigaciones de campo que nos permitirá resolver las preguntas planteadas al inicio del proyecto.

Por otro lado, el tipo de estudio que se llevará a cabo en este proyecto, será exploratorio, debido a que se indagará sobre los diferentes aspectos de las mujeres los cuales las han llevado a crear empresa, pues como afirma Sampieri (2010): *“Los estudios exploratorios sirven para incrementar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real”* (Ibarra, 2011).

A su vez se trata de una investigación descriptiva, porque según la web-academia Dre Learning, explica: *“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar”*, (Dre Learning, 2016). Por lo cual, en este proyecto se definirá las características demográficas y psicográficas de las mujeres emprendedoras de la comuna 13, que se han sentido motivadas para crear su propia empresa y sacarla adelante por el bienestar de su hogar. Además de lograr su independencia y demostrar lo efectivas que pueden llegar a ser cuando administran su compañía.

## 1.11 HERRAMIENTAS

### FICHA TÉCNICA ENCUESTA

Table 1 Ficha técnica encuesta

OBJETIVO GENERAL	Identificar las características demográficas y psicográficas de las microempresarias de la comuna 13 en la ciudad de Cali
MERCADO OBJETIVO	Se investigará el siguiente universo: Una muestra de la totalidad de mujeres emprendedoras de la comuna 13
TECNICA	Se usará la técnica de la encuesta directa a estas mujeres emprendedoras, como instrumento para recolectar la información, donde se establecerán respuestas de selección múltiple con única respuesta y una entrevista de 5 preguntas, la cual se le aplicará a la líder de la revista Marketing Personal.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	La encuesta se le realizará a 67 mujeres emprendedoras de la comuna 13
EJECUCION	La encuesta se aplicará entre el 26 de febrero y el 12 de marzo del año 2020.

Fuente: elaboración propia

En la investigación se decide usar como apoyo la encuesta a un tamaño de la muestra de las mujeres emprendedoras de la comuna 13, la cual se dividirá en dos ítems, demográfico y psicográfico, y una entrevista con cinco preguntas abiertas a una de las líderes de emprendimiento en la comuna 13.



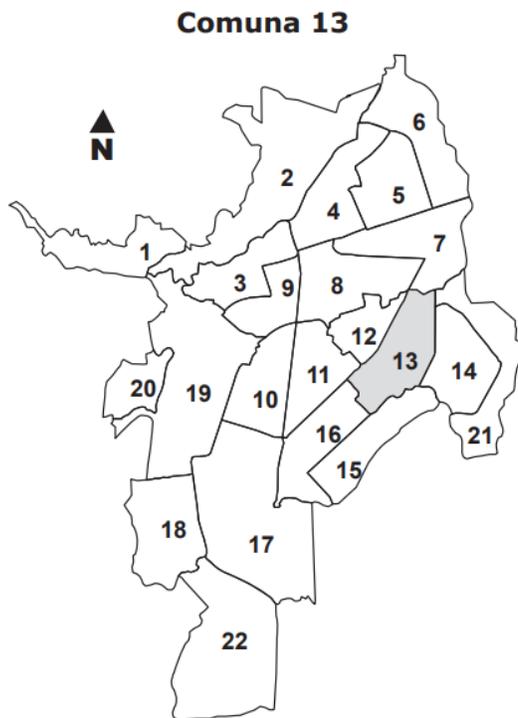
Se hace énfasis en que el mes de diciembre y enero no se tuvieron en cuenta dentro del cronograma, debido a que se cierra la universidad en su función académica, por ende, se hace una pausa en la realización del proyecto.

## **2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DE LA COMUNA 13 Y SUS MICROEMPRESARIAS.**

Colombia se caracteriza en este momento por ser un país que fomenta fuertemente el micro emprendimiento, pues con las leyes que se han venido creando para fortalecer más esta actividad, se ha visto un dinamismo en la apertura de negocios, que deja como tendencia un dato muy alentador frente a las microempresas. Una publicación del periódico El Espectador (2019), indicó que el 99,6% de todos los registros que hay en las cámaras de comercio, pertenecen a las Mipymes, sin duda alguna, un dato de mucha relevancia. Sin embargo, ese no es el único, ya que en un reciente informe que se presentó en el 2019 en el Congreso Nacional de Mipymes, se reveló que éstas representan el 96% del tejido empresarial y aportan en 40% al PIB nacional, según información del diario la Republica (2019). El mismo reportaje indica que, las microempresas generan más de 17 millones de empleos y representan un 9,8% de las exportaciones nacionales. No es raro encontrar datos de esa magnitud, pues desde hace varios años atrás, se ha venido forjando un espíritu emprendedor en los colombianos, los cuales buscan mediante la creación de empresa, no solo una diversificación de ingresos, sino, una consecución de metas propuestas.

Para validar los datos anteriormente dados, es necesario tomar como ejemplo al Valle del Cauca, pues en este departamento, ha crecido fuertemente la apertura de empresas. Según información del diario La República (2019), para el 2018 de las 104.402 empresas registradas, 28.499 eran nuevas, y del total de registradas, más del 90% eran Mipymes. Obviamente la medida ha venido en aumento; así mismo como el caso de Cali, que para el 2016 contaba con 90.962 empresas, de las cuales 81.163 eran micro empresas, clasificadas de la siguiente forma: Primario: 1.124, secundario: 14.050 y servicios: 65.898, como registra en un informe de la Cámara de Comercio de Cali (2018).

Figure 4 Mapa de Cali por comunas



Fuente: recuperado de universidad Icesi (2007)

Partiendo de lo más amplio, a lo más específico, es necesario abordar la comuna 13, la cual es la escogida para realizar la investigación, para ello, se tomará como referencia un trabajo realizado por grupo de investigación de la universidad Icesi (2007).

Para comenzar, se debe mencionar que ésta está ubicada en el distrito de Aguablanca, al suroriente de Cali. Está compuesta por 15 barrios, siete urbanizaciones y sectores:

- Los lagos
- los Robles
- Marroquín III
- Omar Torrijos

- Ricardo Balcázar
- Rodrigo Lara Bonilla
- Sector aprosocial – diamante
- Sector Laguna del pondaje
- Ulpiano Lloreda
- Villa del lago
- Villablanca
- Yira Castro
- Calipso
- Charco azul
- El Diamante
- El Poblado I
- El Poblado II
- El Pondaje
- El Vergel
- Lleras Restrepo
- Los Comuneros II

En la comuna habita un total de 184.181 personas, de los cuales, 96.809 son mujeres y 87372 son hombres, según datos recopilados de la Alcaldía de Cali (2017). Con respecto a la estratificación, en la comuna el estrato más común es el 2, ya que, el 64% de los habitantes están en él, seguido del 1, que comprende el 26% de la población, y, por último, el 3, que cuenta con la mínima parte de 10%. Para los aspectos económicos de la comuna, cabe resaltar que es un dato que se infiere a partir de datos poblacionales generales, donde el número de empresas referente a la comuna 13 es del 5.3% sobre el total de la ciudad de Cali. Así mismo, dichos datos indican que el 97,3% de esas unidades de negocio, son microempresas, mientras el 2,4% son las pequeñas y el 0,2% son medianas. Por otro lado, el 67,5% de dichas empresas, pertenece al sector comercio, el 22,7% al sector de servicios y el 9,8% a la industria. Vale aclarar,

que dicha composición es similar a la de la ciudad, según cifras de la investigación realizada por la universidad Icesi (2007).

De acuerdo al aspecto de seguridad de la comuna, se escogerán las microempresas a encuestar a conveniencia debido a que, probablemente algunos barrios no sean tan participativos como otros; debido a la dinámica socio cultural que presenta altos índices de violencia en algunos sectores de dicha comuna.

### 3. ESTUDIO DEMOGRÁFICO DE LAS MICROEMPRESARIAS DE LA COMUNA 13 DE CALI

Este capítulo presenta un estudio demográfico realizado a las Microempresarias de la comuna 13 de la ciudad de Cali, entendiéndose estudio demográfico como el: *“Estudio estadístico de una colectividad humana, referido a un determinado momento o a su evolución”* (Real Academia Española, 2014).

Estudios de población realizados por la facultad de ciencias sociales del departamento de Sociología de la Universidad Javeriana dicen que: *“El estudio de la población es un campo de conocimiento que tiene el propósito de brindar información sobre las características demográficas de las comunidades, y sus relaciones con los contextos sociales, económicos y ambientales que configuran los procesos de desarrollo local, regional y nacional”* (Universidad Javeriana, 2018).

El mismo estudio indica, que estos se emplean con el objetivo de incluir la problemática y los cambios de la población, al igual que funciona como una fuente información secundaria y ayudan a identificar la oferta y la demanda socioeconómica, para poder tener una mejor planificación sobre el área en el que se desea trabajar, la metodología usada normalmente se divide en tres:

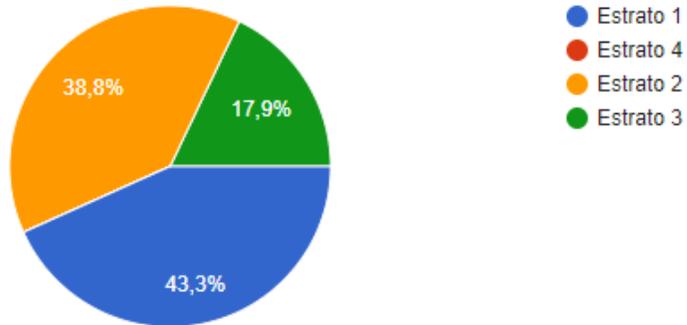
1. Se hace un enfoque histórico poblacional y su relación social para que haya un lenguaje común.
2. Se identifican los principales conceptos de datos demográficos y poblacionales.
3. Con los datos anteriores se puede hacer una relación entre población y sociedad, para el desarrollo del tema.

Por tal razón esta parte de la encuesta se enfocó en conocer los datos básicos de estas mujeres emprendedoras como lo fue su actividad comercial, el estrato de su negocio, edad, estado civil, nivel de escolaridad, número de hijos, el aporte



¿Cuál es tu estrato socioeconómico?

67 respuestas

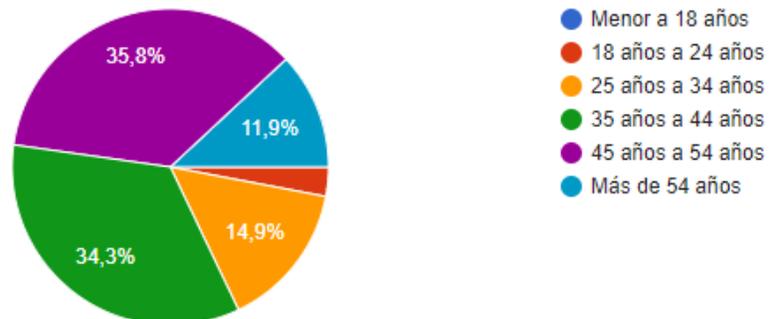


Fuente: Google Forms

La mayoría de negocios encuestados pertenecen al estrato 1 y 2, debido a que en gran medida, la zona comercial de la comuna se ubica en estas partes, más que todo por la cantidad de población a la que pueden vender o prestar un servicio, así mismo, el valor de servicios públicos y alquiler es más factible de pagar.

¿Cuál es tu edad?

67 respuestas

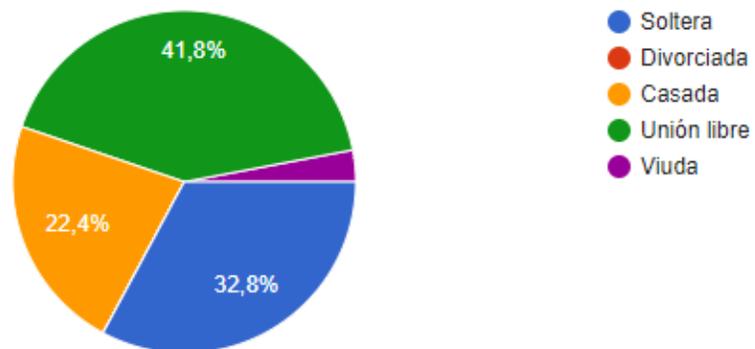


Fuente: Google Forms

Uno de los resultados que más generó impacto, fue la similitud en el porcentaje de la edad de las mujeres que son dueñas de un negocio, pues el 35,8% están entre 45 y 54 años, y el 34,3% está entre los 35 y 44 años, lo cual indica que la madurez que se consigue con el pasar del tiempo, puede ser un factor clave a la hora de montar empresa.

¿Cuál es tu estado civil?

67 respuestas

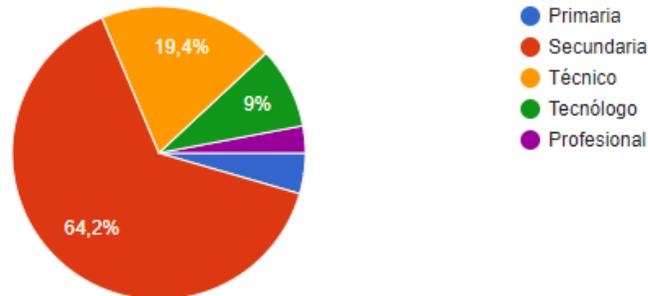


Fuente: Google Forms

Frente a el estado civil de las mujeres propietarias de microempresas, en este resultado, predominó el porcentaje de parejas que viven en unión libre, con un 41,8% se hizo a la alza frente a un 32,8% de mujeres solteras, y no muy lejos de las casadas, que tienen 22,4%; dichas cifras podrían interpretarse de la siguiente forma: el bajo porcentaje de mujeres solteras que son propietarias de un negocio, tal vez se deba a que ellas mismas tienen que costear la mayoría de gastos, mientras que las que están en casadas o en unión libre, cuentan con un apoyo económico, que les permite poder llevar a cabo algunas ideas de negocio.

¿Cuál es tu nivel escolar?

67 respuestas

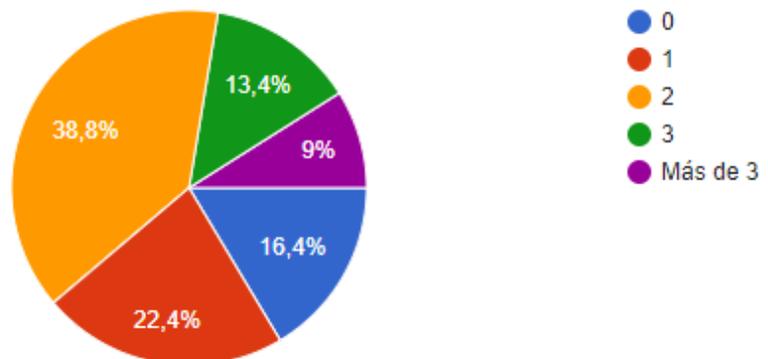


Fuente: Google Forms

Con respecto al nivel de educación recibida, se encuentra que las mujeres que solo llegaron a instancias de la secundaria, predominan ampliamente la medición, pues el porcentaje que le sigue, está bastante lejos, con un 19,4%, perteneciente a la educación técnica. Por lo tanto, se puede observar que la gran mayoría de microempresas encuestadas surgieron de forma empírica, solamente con la educación impartida por el colegio y la que hayan captado de diferentes personas.

¿Cuántos hijos tienes?

67 respuestas

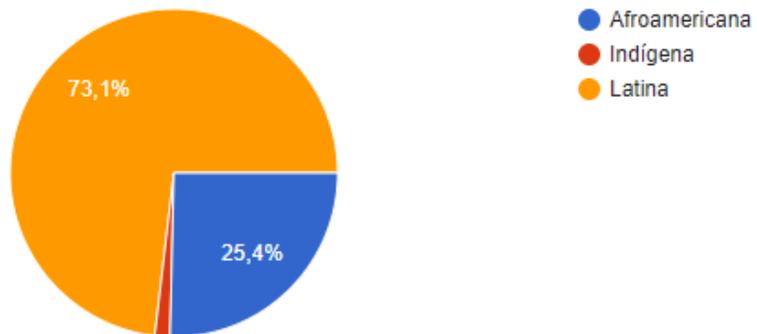


Fuente: Google Forms

Frente a este resultado, se destaca el alto porcentaje de mujeres que tienen dos hijos, el cual no está tan distante del 22,4% de mujeres que dicen tener un hijo; pero sí bastante alejado del 16,4%, perteneciente a aquellas que no tienen ninguno. Esto podría deberse a que varias de estas mujeres comprenden un hogar, que le permite enfocar la vista a tratar de recibir ingresos adicionales de los que normalmente recibían, para poder brindar un mejor futuro a sus hijos, aunque las microempresarias que no tienen hijos, también pretenden recibir más ingresos, éstas pueden aperturar negocios más, por trazarse metas.

¿Cuál de estas opciones te describiría mejor?

67 respuestas

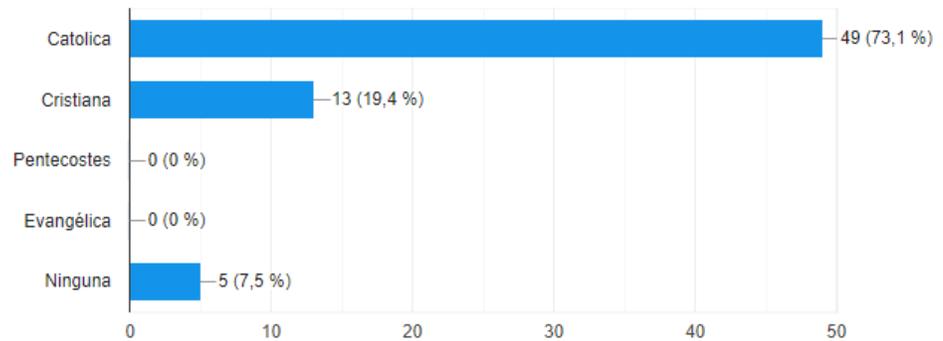


Fuente: Google Forms

El alto porcentaje de mujeres que se describen como latinas, se debe a la fuerte apropiación que tienen hacia sus raíces pertenecientes al sur del continente, la bien llamada Latinoamérica. Sin embargo, también es de resaltar una importante presencia de mujeres afro, que con un 25,4%, demuestran que también hacen parte del aporte productivo de la comuna 13 y de la ciudad como tal.

¿Pertenece a alguna religión?

67 respuestas

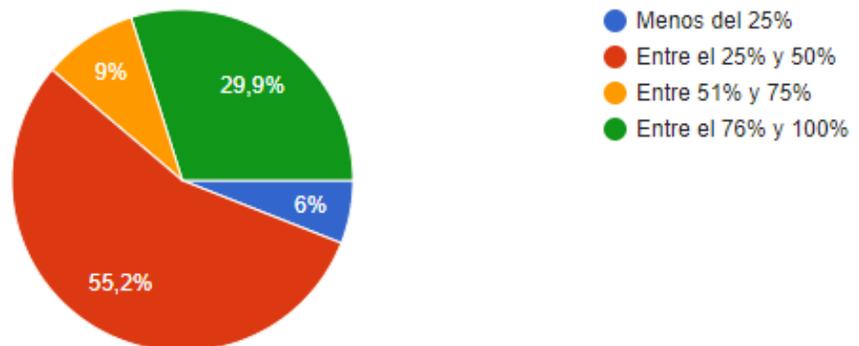


Fuente: Google Forms

Con respecto a sus creencias, puede notarse que aún existe una fuerte conexión con el catolicismo, debido a que ciertas tradiciones mantienen imperantes aún, desde hace muchos años, no obstante, se ha abierto la puerta a otros cultos, como lo es el cristianismo, y que, en este caso, marca un 19,4%, cifra importante frente al número total de encuestas realizadas.

En porcentaje, ¿cuánto es tu aporte económico en el hogar?

67 respuestas

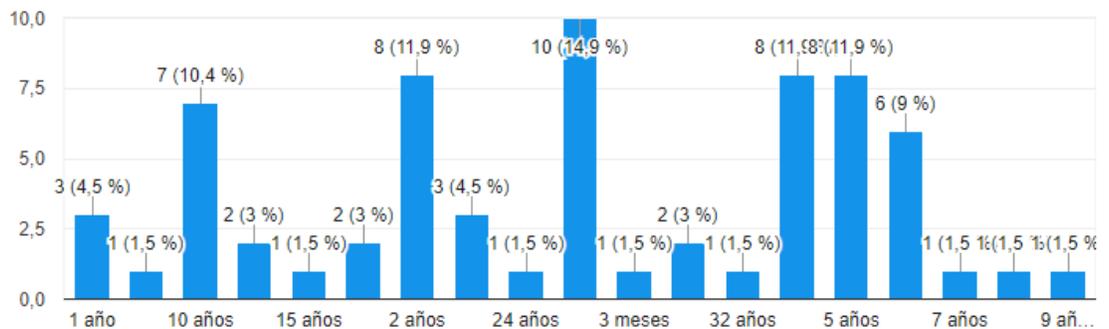


Fuente: Google Forms

Según la gráfica, en la mayoría de casos se evidenció que los aportes no llegan si mucho al 50%, pues con un 55,2%, sobrepasa la mitad de las mujeres encuestadas; ya luego se encuentra con un 29,9%, el rango entre el 76 y 100% en el hogar. Dichos valores nos pueden revelar que casi todas las mujeres que pertenecen a ese 55,2%, cuentan con un apoyo, ya sea del esposo o de los parientes, apoyo que reciben sin importar si tienen hijos o no; mientras las del 29,9%, puede comprenderse de mujeres solteras con o sin hijos, que deben costear casi todo o todo en su hogar.

¿Hace cuánto tiempo emprendiste?

67 respuestas



Fuente: Google Forms

Con los resultados anteriores, puede observarse que la mayoría de negocios entrevistados, están o pasan su quinto año desde la apertura, es un dato bastante favorable, si se tiene en cuenta que cinco años es el promedio de duración de un negocio. Por lo tanto, se puede pensar que éstos, han tenido una clientela confiable, y han sabido ubicarse en sitios estratégicos para mantener un margen de venta considerable, no obstante, la diferencia con los que están abiertos antes de los cinco años, es prudente, por lo cual, puede indicarse que posiblemente están en periodo de maduración.

### Resumen de los análisis:

Luego de observar cada análisis, se debe hacer precisión a cada uno, para brindar una mayor claridad. Tomando como base el dato que arrojó la pregunta sobre

actividad comercial, se puede hacer mención de que en la comuna 13 se mantiene la tendencia de crecimiento en los negocios que tocan la parte vanidosa del público, pues los negocios que más se encontraron al momento de aplicar la encuesta, fueron el de comercialización y fabricación de ropa, tiendas de artículos de belleza y peluquerías o salones de belleza. Es necesario aclarar este tipo de emprendimientos tienen espacio en todo tipo de estrato, pues éstos están ubicados en su mayoría en el 1 y 2, de hecho, el 82,1% de las microempresas encuestadas pertenecen a estos dos estratos. Uno de los resultados que más generó impacto, fue la similitud en el porcentaje de la edad de las mujeres que son dueñas de un negocio, pues el 35,8% están entre 45 y 54 años, y el 34,3% está entre los 35 y 44 años, lo cual indica que la madurez que se consigue con el pasar del tiempo, puede ser un factor clave a la hora de montar empresa. Por otra parte, se pudo notar que el nivel de escolaridad no fue un inconveniente a la hora de emprender, pues el 64,2% de las mujeres, sólo llegaron a secundaria, lo que refleja un alto nivel de empirismo, y que casi es alcanzada por el 19,4% de microempresarias que tienen un estudio técnico. Con respecto al cómo se sienten descritas, no hay mucha sorpresa ante la escogencia, en su mayoría a la opción de Latinas, puesto que hay un sentimiento de pertenencia ante esta clasificación, sin embargo, también hubo notoriedad de las microempresarias afro, que tienen sus negocios en la comuna 13.

Un dato que debe ser mencionado, es el del alto porcentaje de microempresarias que tienen hijos, pues tan solo un 16,4% no tienen, lo que podría indicar, que más que una necesidad, emprendieron por convicción propia. Otro reporte a tener en cuenta, es el del estado civil de las mujeres propietarias, en éste, predominó el porcentaje de parejas que viven en unión libre, con un 41,8% se hizo a la alza frente a un 32,8% de mujeres solteras; para darle un poco más de forma al análisis del dato anteriormente dado, vale la pena traer a colación la medición que se realizó al aporte económico en el hogar, pues en la mayoría de casos con las mujeres solteras, se evidenció que aportaban entre el 76 y 100% en el hogar, sin importar que tuvieran hijos o no; dicha cifra alcanzó el 29,9%, solamente rebasada por las

mujeres que en su mayoría viven en unión libre o son casadas, las cuales llegan al 55,2%, presentando aportes de entre el 25 y 50%.

Sin ánimo de dejar atrás la conexión entre ambas cifras, se debe indicar que posiblemente el creciente número de negocios abiertos por mujeres que viven en unión libre, se pueda deber a que su aporte en el hogar es mínimo, frente al que hacen las mujeres solteras, que a veces se encargan de sus gastos y los de la microempresa. Tal vez por lo anteriormente descrito, es que se evidenció en la realización de la encuesta, que los negocios encuestados, en su mayoría estaban o sobrepasaban los 5 años.

#### 4. ESTUDIO PSICOGRÁFICO DE LAS MICROEMPRESARIAS DE LA COMUNA 13

Este capítulo presenta un estudio Psicográfico realizado a las Microempresarias de la comuna 13 de la ciudad de Cali, entendiéndose estudio Psicográfico como lo que: *“Busca explicar, porqué las personas se comportan y creen en la forma que lo hacen, aplicando principios de las ciencias sociales y del comportamiento”* (Ortiz, 1993).

Un estudio psicográfico no es tan sencillo de realizar, debido a que una población que corresponde a un grupo demográfico, puede presentar rasgos totalmente diferentes, de acuerdo a varios factores o criterios. La relación demográfica no está directamente conectada con un comportamiento, como anteriormente se había tratado, ya que existe cierta variabilidad que se encarga de desmarcar ciertos perfiles o prototipos; el caso que habitualmente se presenta, y el cual está erróneo, es el comparar las actitudes de dos personas que provengan de un mismo lado. La dificultad de llevar a cabo un análisis o estudio psicográfico, más que todo podría encontrarse en la formulación de las preguntas, ya que algunas pueden parecer un poco más personales, y la reacción de los consultados ante ésta, suele ser diferente en casi todas las formulaciones, según lo afirma un artículo publicado por la Universidad Libre (2015).

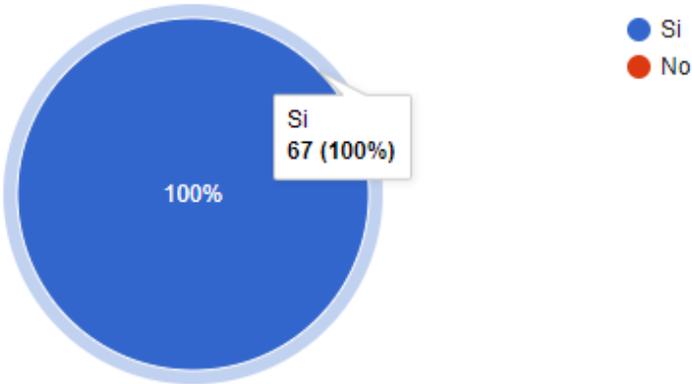
Dicho artículo afirma, que los criterios que se usan al momento de hacer un estudio Psicográfico son:

1. El estilo de vida: creencias, Valores, gustos e intereses del individuo.
2. Rasgos de personalidad: Describe su personalidad si son extrovertidos, introvertidos, impulsivos, idealistas, materialistas, etc.
3. Clase social: Medida según su puesto de trabajo, altos directivos, cargos intermedios, calificados, no calificados, desempleados, etc.

Por tal razón esta parte de la encuesta se enfocó en conocer los criterios mencionados anteriormente de estas mujeres emprendedoras como lo fue su creencia, si se considera emprendedora, si confía en sí misma, si se considera responsable, ordenada, si está satisfecha con su emprendimiento, metas pendientes, tiempo que lleva con su emprendimiento, si se considera sociable, que le gusta hacer en su tiempo de ocio y si su emprendimiento ha mejorado la salud y bienestar de su hogar, de acuerdo a lo expuesto anteriormente se presentan los resultados del estudio demográfico realizado.

¿Te sientes emprendedora?

67 respuestas

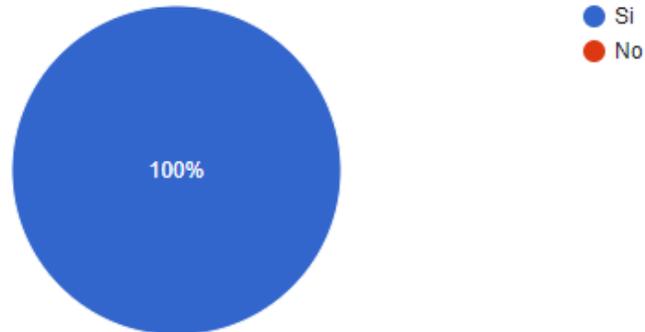


Fuente: Google Forms

Ésta, tal vez es uno de los tantos resultados que no ejercieron sorpresa alguna, debido a que cada una de las mujeres encuestadas, se sienten identificadas frente al papel de mujer emprendedora. Aunque puedan llevar poco tiempo ejerciendo dicho rol, les brinda seguridad y ansias de crecer en esta profesión.

¿Confías en ti misma?

67 respuestas

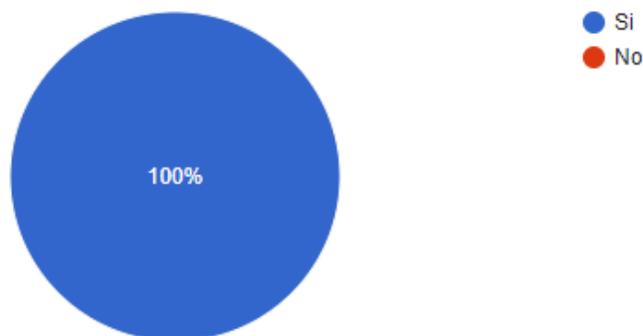


Fuente: Google Forms

Frente a este resultado, cabe analizar que estas mujeres sienten mucha seguridad en su rol como microempresarias, y tienen mucha confianza de que sus negocios mantendrán de pie. Es de resaltar que el hecho de dejar muchas cosas atrás en busca de cumplir un sueño, o de adentrarse a algo desconocido, requiere mucha confianza.

¿Te consideras responsable?

67 respuestas

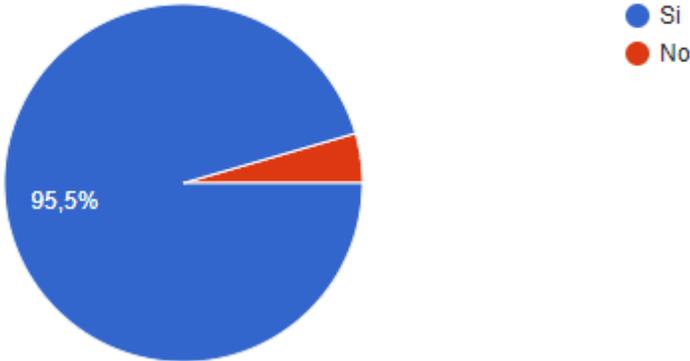


Fuente: Google Forms

Todas las microempresarias encuestadas, respondieron de forma afirmativa, porque sienten que el todavía contar con sus negocios abiertos, es un acto de responsabilidad pura, así mismo, el llevar vidas paralelas entre manejar una microempresa y manejar sus responsabilidades personales, les otorga cierta seguridad para catalogarse como mujeres responsables. Además, la responsabilidad es algo casi innato que debe ser parte de quien desee emprender.

¿Te consideras ordenada?

67 respuestas

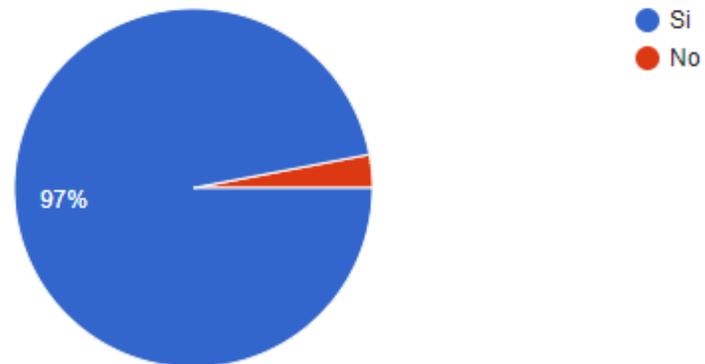


Fuente: Google Forms

Frente a esta pregunta, hubo un par de mujeres que afirmaron no ser del todo ordenadas, pues hay algunos factores que expresan que les hacen dudar sobre la plenitud de dicha condición. Sin embargo, se puede encontrar que un número altamente considerable, cree en que lleva con total control sus vidas paralelas.

## ¿Te sientes satisfecha con tu emprendimiento?

67 respuestas

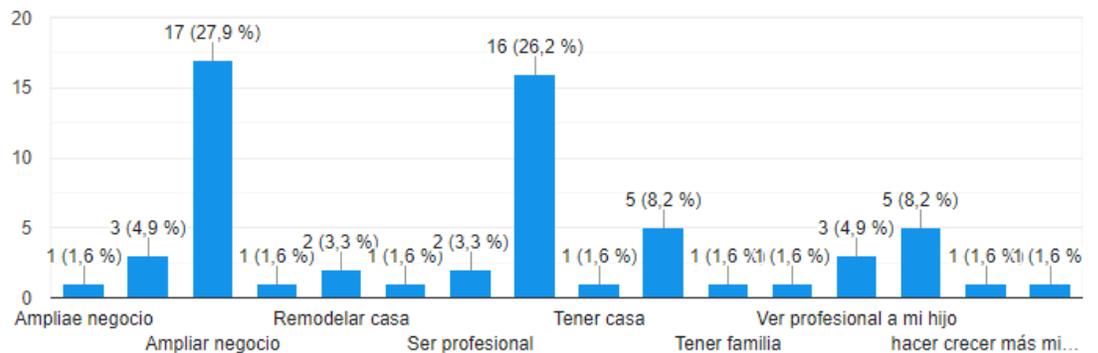


Fuente: Google Forms

Ante contar con plena satisfacción sobre el proyecto emprendido, hubo un par de microempresarias que expresaron no sentirse así, debido a que se encuentran en situaciones no muy favorables, por el hecho de no abrir el negocio que querían, no obstante, el número de mujeres que sí están satisfechas, es demasiado vasto, y torna una diferencia abismal al momento realizar la medición.

## ¿Que meta te falta por cumplir?

61 respuestas

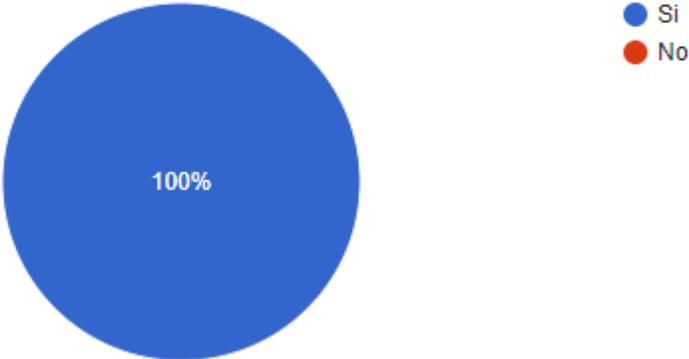


Fuente: Google Forms

Con respecto a las metas que les faltan por cumplir, es bastante notorio el deseo que sienten por la ampliación de sus microempresas, pues con 18 menciones, logró coronarse en la cúspide de metas trazadas, superando por poco a la obtención de vivienda, el cual alcanzó 17 menciones, con sus respectivos 29,5% y 27,8%. Tal vez la repetición de dicha respuesta, se basa en que ellas ven en sus negocios su sustento de vida y su seguro de retiro, y por ello desean dejarlo lo más estable posible, y como en muchas ocasiones expresaron, “hasta con dos locales”.

¿Te consideras sociable?

67 respuestas

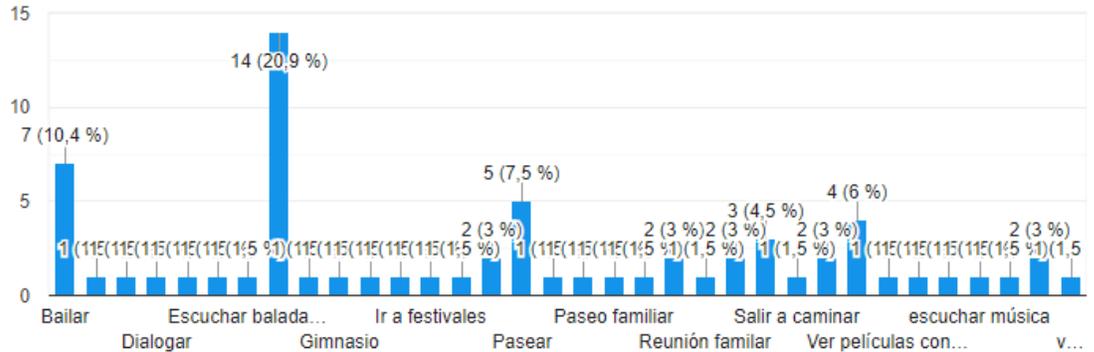


Fuente: Google Forms

Con respecto a esta pregunta, el resultado refleja que todas las microempresarias de la comuna 13, tienen un fuerte sentimiento de confianza frente a su rol de persona que se integra a la sociedad y que convive de forma sana en ella.

¿Que actividad realizas para recrearte?

67 respuestas

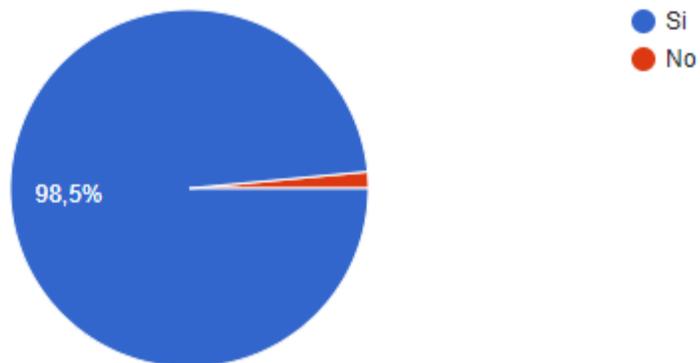


Fuente: Google Forms

La gráfica anterior enseña que, 14 mujeres de las 67 encuestadas, prefieren estar en casa con la familia, 7 de ellas prefieren bailar y a 5 les gusta pasear, por lo tanto, se puede hacer énfasis en que la mayoría de microempresarias, son mujeres que tienen su hogar ya constituido, las cuales tienen diversas preferencias a la hora de recrearse.

¿Emprender te ha ayudado a mejorar la salud y bienestar de tu hogar?

67 respuestas



Fuente: Google Forms

Frente a la anterior pregunta, se resalta que solamente un par de microempresarias expresaron que, el haber emprendido no había ayudado a que la salud y bienestar de su hogar mejorara, tal vez eso se deba a que han tenido diversas afectaciones, ya sea por los gastos a los que ha tenido que incurrir para sostener el negocio, o que el tiempo de entrega a un proyecto le parece demasiado, y corta horas que podría dedicar a la familia, no obstante, más del 90% de mujeres encuestadas, expresan que las cosas en el hogar están mejor desde que empezaron a emprender.

### **Resumen de análisis:**

La mayoría de preguntas de carácter psicográfico dieron un resultado con respuestas positivas de hasta 100%, éstas fueron: el sentirse emprendedora, la confianza en sí misma, la responsabilidad que piensa que tiene y lo sociable que cree que es; lo anterior es una muestra del nivel de convicción y de confianza que se tienen. Otras preguntas fueron respondidas negativamente solo por un par de mujeres, lo cual indica que, en su mayoría, las microempresarias encuestadas tienen plena seguridad de que son ordenadas, de que están satisfechas con su emprendimiento y de que el emprender les ha mejorado la salud y bienestar en el hogar. Con respecto a las metas que les faltan por cumplir, es bastante notorio el deseo que sienten por la ampliación de sus microempresas, pues con 18 menciones, logró coronarse en la cúspide de metas trazadas, superando por poco a la obtención de vivienda, el cual alcanzó 17 menciones, con sus respectivos 29,5% y 27,8%. Tal vez la repetición de dicha respuesta, se basa en que ellas ven en sus negocios su sustento de vida y su seguro de retiro, y por ello desean dejarlo lo más estable posible, y como en muchas ocasiones expresaron, "hasta con dos locales". Mientras tanto, y aunque una casa es un activo considerable y brinda sentimiento de seguridad, la prioridad en este momento se encuentra en sostener el negocio por el que tanto han luchado y que les está permitiendo generar ingresos y empleos.

Para finalizar, frente a las actividades que realizan para recrearse, se hace mención sobre la fuerte cantidad de microempresarias que deciden hacer actividades con su familia, lo que demuestra que la mayoría de las mujeres encuestadas, son hogareñas, y ponen como base a sus parentescos al dedicar su tiempo libre.

## 5. CONCLUSIÓN

La investigación realizada permite identificar las microempresarias de la comuna 13 y contextualizar sus características, como también identificar las características demográficas y psicográficas de ellas.

Con lo anterior podemos concluir que el emprendimiento en mujeres colombianas se da principalmente por la motivación que tenga partiendo de su necesidad, del cual su principal causa es el alto índice de desempleo, el aumento en el porcentaje de las madres cabeza de hogar y que ellas tienen mucha más capacidad de ejecución.

Razón por la cual hay programas enfocados en el apoyo económico a estas mujeres emprendedoras ya que el 17,8% de las mujeres colombianas se encuentran iniciando un proyecto de emprendimiento, la cual es muy equitativa con respecto a la de los hombres que se encuentra en un margen del 25%.

Con respecto a las características demográficas y psicográficas de las microempresarias de la comuna 13 en la ciudad de Cali, se pudo observar que la gran mayoría de las mujeres empresarias esta entre los 34 y 54 años de edad lo que se le atribuye a la madurez para enfrentar la responsabilidad de tener un negocio propio, la gran mayoría de estas emprendedoras son mujeres solteras o con una relación en unión libre, su principal meta por cumplir en común con todas las encuestadas es hacer crecer su negocio, tener nuevas sucursales o agrandarlos ya que es su fuente de sustento y no solo es beneficio para ellas y sus familias sino también para muchas otras familias ya que están ayudando a generar empleo, estas mujeres emprendedoras se caracterizan por la confianza en sí mismas, la responsabilidad que piensan que tienen y lo sociables que cree que son.

## 6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a todas estas mujeres emprendedoras el uso de la tecnología adecuadamente para que investiguen y hagan uso de los fondos en Cali que apoyan el emprendimiento para que tengan más opciones de cumplir su meta en cuanto al crecimiento o las sucursales de su negocio.
- Se sugiere que esta investigación pueda ser usada, por otras entidades de estudio de emprendimiento o por las universidades interesadas en este tema para que profundicen más sobre él y usando otras herramientas de trabajo, puedan obtener nueva información.
- Promover más ampliamente los beneficios a emprendedores que ofrecen tanto las entidades públicas como privadas para que se hagan acreedores de estas ayudas y mejoren su idea de negocio.

## 7. REFERENCIAS

- 90 Minutos. (2015). *En Cali, Jornada de inscripción para emprendimientos culturales*. Noticiero 90 Minutos. Recuperado 26 de febrero del 2020, de <https://90minutos.co/en-cali-jornada-de-inscripcion-para-emprendimientos-culturales/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2004). *Exploración de las percepciones de jóvenes, familias y agentes institucionales y comunitarios sobre la violencia en dinámicas locales de conflicto urbano en Cali*. Recuperado 26 de febrero del 2020, de [https://www.cali.gov.co/publico2/documentos/gobierno/travesia/Caracterizacion\\_de\\_violencias\\_locales.pdf](https://www.cali.gov.co/publico2/documentos/gobierno/travesia/Caracterizacion_de_violencias_locales.pdf)
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2008). *Comuna 13*. Recuperado 26 de febrero del 2020, file:///C:/Users/usuario/Downloads/13%20(2).pdf
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2017). *Comuna 13*. Recuperado 19 de febrero del 2020, de <https://www.cali.gov.co/participacion/publicaciones/135183/comuna-13/genPagdoc1598=1>
- Asobancaria. (2019). *¿Qué es el PIB y en qué lo afecta?* Recuperado 14 de marzo del 2020, de <https://www.sabermassermas.com/que-es-el-pib-y-en-que-lo-afecta/>
- Banco de desarrollo de América Latina. (2019). *Mujeres empresarias, imprescindibles para lograr una igualdad de género real*. Recuperado 26 de febrero del 2020, de <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2018/01/el-exito-empresarial-de-las-mujeres-clave-para-la-igualdad-de-genero/>

Berbesi. (2015). *CARACTERÍSTICAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS PATRONES DE CONSUMO DE ACUERDO AL ESTILO DE VIDA*. Universidad. Recuperado 15 de marzo del 2020, de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/3172-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5104-1-10-20181009.pdf>

BussinessCol. (2016). *SECCIÓN PYMES*. Recuperado 14 de marzo del 2020, de <https://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). *¿Qué es la matrícula mercantil?* Recuperado 14 de marzo del 2020, de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/Que-es-la-matricula-mercantil>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). *Impuesto de renta*. Recuperado 14 de marzo del 2020, de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11777/100000217.pdf?sequence=1>

Cámara de Comercio de Cali. (2015). *PROSPERA AGUABLANCA*. Recuperado 26 de febrero del 2020, de <https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2018/03/Metodologia-en-Accion-Prospera-Aguablanca.pdf>

Cámara de Comercio de Cali. (2018). *Balance Socioeconómico de Cali*. Recuperado 19 de febrero del 2020, de <https://www.ccc.org.co/file/2018/01/Informe-SIC.pdf>

Chiquiza, J. (2018). *“Las mujeres emprendedoras fracasan menos que los hombres”*. Diario La República. Recuperado 6 de febrero del 2020, de <https://www.larepublica.co/empresas/las-mujeres-emprendedoras-fracasan-menos-que-los-hombres-2773924>

- Departamento Administrativo nacional de Estadística [DANE]. (2019). *Principales indicadores del mercado laboral*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Recuperado 6 de febrero del 2020, de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol\\_empleo\\_oct\\_19.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_oct_19.pdf)
- Dinero. (2017). *Los retos que enfrentan las mipymes en Colombia*. Revista Dinero. Recuperado 14 de marzo del 2020, de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/los-retos-que-enfrentan-las-mipymes-en-colombia/241586>
- Dinero. (2019). *Cuatro emprendedoras colombianas dan un ejemplo de éxito*. Revista Dinero. Recuperado 6 de febrero del 2020, de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/a-que-emprendimientos-le-apuestan-las-mujeres/275166>
- Dinero. (2019). *Cali, la nueva sucursal del emprendimiento*. Revista Dinero. Recuperado 26 de febrero del 2020, de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/como-esta-el-panorama-emprendedor-en-cali/277462>
- DNP. (2010). *Ley de Formalización y Generación de Empleo*. Departamento Nacional de Planeación. Recuperado 12 de febrero del 2020, de <https://www.dnp.gov.co/politicas-de-estado/ley-formalizacion-y-generacion%20de-empleo/Paginas/ley-de-formalizacion-y-generacion-de-empleo.aspx>
- Dobler, G. (2016). *Consejos para un emprendedor unipersonal*. Emprende 3.0. Recuperado 14 de marzo del 2020, de <http://emprend3.com/consejos-para-un-emprendedor-unipersonal/>

Dre Learning. (2016). *DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN A REALIZAR: BÁSICAMENTE EXPLORATORIA, DESCRIPTIVA, CORRELACIONAL O EXPLICATIVA*. Recuperado de 26 de febrero del 2020, de [http://www.dre-learning.com/download/cursos/mdli/parte\\_4.htm](http://www.dre-learning.com/download/cursos/mdli/parte_4.htm)

El Espectador. (2019). *“Mujeres están logrando consolidar sus emprendimientos”*. Diario El Espectador. Recuperado 6 de febrero del 2020, de <https://www.elespectador.com/liderazgo/sostenibilidad/mujeres-estan-logrando-consolidar-sus-emprendimientos-articulo-884017>

El Espectador. (2019). *Creación de empresas creció 9,7 % en el primer trimestre de 2019*. Diario El Espectador. Recuperado 19 de febrero del 2020, de <https://www.elespectador.com/economia/creacion-de-empresas-crecio-97-en-el-primer-trimestre-de-2019-articulo-852115>

El Tiempo. (2017). *Los retos del emprendimiento femenino y las claves para superarlos*. Periódico El Tiempo. Recuperado 6 de febrero del 2020, de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/colombia-4-0-obstaculos-del-emprendimiento-femenino-133666>

El Tiempo. (2019). *Aumenta porcentaje de mujeres cabeza de hogar en Colombia*. Periódico el Tiempo. Recuperado 6 de febrero del 2020, de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/mujeres-cabeza-de-hogar-yason-4-de-cada-10-384530>

Equipares. (2018). *SELLO DE EQUIDAD LABORAL EQUIPARES*. Recuperado 12 de febrero del 2020, de <http://www.equipares.org/>

- Formichella, M. (2004). *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Recuperado 26 de febrero del 2020, de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- GEM. (2017). *Mujeres emprendedoras: una fuerza que crece en todo el mundo*. Red Gem España. Recuperado 12 de febrero del 2020, de <http://www.gem-spain.com/mujeres-emprendedoras-una-fuerza-que-crece-en-todo-el-mundo/>
- González, X. (2019). *Más de 4.400 empresas conforman los siete cluster del Valle del Cauca*. Diario La República. Recuperado 19 de febrero del 2020, de <https://www.larepublica.co/especiales/especial-valle-junio-2019/mas-de-4400-empresas-conforman-los-siete-cluster-del-valle-del-cauca-2873276>
- Ibarra, C. (2011). *Tipos de investigación: Exploratoria, Descriptiva, Explicativa, Correlacional*. Metodología de la Investigación. Recuperado 26 de febrero del 2020, de <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- Icesi. (2019). *Caracterización socioeconómica de la comuna 13*. Universidad Icesi. Recuperado 19 de febrero del 2020, de [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/65179/1/comuna\\_trece.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/65179/1/comuna_trece.pdf)
- Intereconomía. (2011). *¿Qué es una Gran Empresa?* Recuperado 14 de marzo del 2020, de <https://intereconomia.com/noticia/que-una-gran-empresa-20111216-20111216-0000/>

- Jaramillo, A. (2016). *Estudio de la población*. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado 14 de marzo del 2020, de [https://www.javeriana.edu.co/blogs/jaramilloangela/files/EstPob\\_Isem16.pdf](https://www.javeriana.edu.co/blogs/jaramilloangela/files/EstPob_Isem16.pdf)
- Laguna, M. (2016). *Desarrollo, feminismo y género: cinco teorías y una canción desesperada desde el Sur*. Recuperado 26 de febrero del 2020, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322016000200006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322016000200006)
- Legis. (2014). *Conceptos de madre y mujer cabeza de familia deben integrarse armónicamente: Corte Suprema*. Recuperado 14 de marzo del 2020, de <https://www.ambitojuridico.com/noticias/laboral/laboral-y-seguridad-social/conceptos-de-madre-y-mujer-cabeza-de-familia-deben>
- Minciencias. (2006). *LEY 1014 DE 2006*. Ministerio de Ciencias. Recuperado 12 de febrero del 2020, de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Mintrabajo. (2018). *Equidad Laboral con Enfoque de Género*. Ministerio de Trabajo. Recuperado 12 de febrero del 2020, de <http://www.mintrabajo.gov.co/el-ministerio/grupo-interno-de-trabajo-para-las-victimas-y-la-equidad-laboral-con-enfoque-de-genero/equidad-laboral-con-enfoque-de-genero>
- Monterrosa, H. (2019). *Mipymes representan 96% del tejido empresarial y aportan 40% al PIB*. Diario La República. Recuperado 19 de febrero del 2020, de <https://www.larepublica.co/economia/mipymes-representan-96-del-tejido-empresarial-y-aportan-40-al-pib-2903247>
- Ortiz, A. (1993). *PSICOGRAFÍA: LA NUEVA VISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Periódico El Tiempo. Recuperado 14 de marzo del 2020, de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-236479>

- Porporatto, M. (2015). *PSICOSOCIAL. QUE SIGNIFICADO*. Recuperado 14 de marzo del 2020, de <https://quesignificado.com/psicosocial/>
- Portafolio. (2019). *Las mujeres emprenden porque quieren, los hombres porque lo necesitan*. Revista Portafolio. Recuperado 12 febrero del 2020, de <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/radiografia-de-la-mujer-colombiana-en-el-emprendimiento-527234>
- RAE. (2014). *demografía*. Real Academia Española. Recuperado 12 febrero del 2020, de <https://dle.rae.es/demograf%C3%ADa>
- RAE. (2014). *emprender*. Real Academia Española. Recuperado 12 febrero del 2020, de <https://dle.rae.es/emprender?m=form>
- RAE. (2014). *sociológico, ca*. Real Academia Española. Recuperado 12 febrero del 2020, de <https://dle.rae.es/sociol%C3%B3gico>
- Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA]. (2019). *ConvDetalleNacional*. Servicio Nacional de Aprendizaje. Recuperado 6 febrero del 2020, de <http://www.fondoemprender.com/SitePages/ConvDetalleNacional.aspx?ConvCode=74>
- Senado. (2010). *LEY 1413 DE 2010*. Recuperado 12 de febrero del 2020, de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1413\\_2010.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1413_2010.html)
- Senado. (2019). *En Colombia aumenta brecha laboral entre hombres y mujeres*. Recuperado 6 de febrero del 2020, de <http://www.senado.gov.co/index.php/prensa/lista-de-noticias/380-en-colombia-aumenta-brecha-laboral-entre-hombres-y-mujeres>
- Universidad de Colima. (2015). *Investigación cuantitativa, cualitativa y mixta*. Recuperado 26 de febrero del 2020, de <https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php>

- Universidad Javeriana (2018). Estudios de Población. Recuperado 26 de febrero del 2020,  
[https://www.javeriana.edu.co/blogs/jaramilloangela/files/EstPob\\_Ilse18.pdf](https://www.javeriana.edu.co/blogs/jaramilloangela/files/EstPob_Ilse18.pdf)
- Varela, R. (2005). *Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias*. Universidad Icesi. Recuperado 26 de febrero del 2020, de  
<https://pdfs.semanticscholar.org/14eb/d08a23dec4baf8a5c4581f8b871c44522c03.pdf>
- Varela, R. (2009). *Cultura Empresarial Forjadora del Crecimiento económico*. Universidad Icesi. Recuperado 26 de febrero del 2020, de  
<https://es.slideshare.net/EmprendedoresCADE/rodrigo-varela-cultura-empresarial-forjadora-del-crecimiento-economico-2415561>
- Velasquez, J. (2009). *EL EMPRENDIMIENTO EN LA TEORIA ECONOMICA*. Recuperado 26 de febrero del 2020, de  
[https://www.researchgate.net/publication/297816205\\_EL\\_EMPRENDIMIENTO\\_EN\\_LA\\_TEORIA\\_ECONOMICA](https://www.researchgate.net/publication/297816205_EL_EMPRENDIMIENTO_EN_LA_TEORIA_ECONOMICA)
- Wiese. (2018). *¿Cuál es la situación de las mujeres emprendedoras del Perú y el mundo?* Fundación Wiese. Recuperado 12 de febrero del 2020, de  
<https://www.fundacionwiese.org/blog/es/cual-es-la-situacion-de-las-mujeres-emprendedoras-en-el-peru-y-el-mundo/>

## 8. ANEXOS

### CARACTERIZACIÓN DE MICROEMPRESARIOS DE LA COMUNA 13 DE CALI

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Usted ha sido invitado a participar en una investigación de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, sobre las características demográficas y psicográficas de las mujeres microempresarias de la comuna 13, en donde se indagarán las historias, fortalezas y debilidades de las mujeres que actualmente tienen su microempresa.

Este estudio será realizado por la docente María Fernanda González en compañía de los estudiantes integrados al semillero SIGAEM, Leidy Oriana Delgado, Diana Marcela González, Brayan Stiven Duque.

El propósito de este estudio es describir y conocer las características demográficas y psicográficas de las mujeres microempresarias en la comuna 13 de Cali.

Para tal efecto, se va a aplicar una encuesta y una entrevista que durara aproximadamente 10 minutos. Le informamos que el procedimiento de obtención de la información no representa ningún riesgo para su salud física o mental. Su participación es voluntaria y no incurrirá en ningún gasto. También debe tener en cuenta que la información que usted suministre es confidencial y solo será utilizada para fines académicos. Tiene derecho a aceptar o no aceptar que se le aplique la encuesta y la entrevista. En el momento que usted lo decida puede dejar de responder las preguntas que considere. Entendido esto, puede aceptar participar de este estudio.

Los investigadores a cargo de la investigación le informaremos de los resultados de la misma y su nombre no será dado a conocer bajo ningún motivo. También debe tener en cuenta que este estudio no perjudica su integridad física y mental y en cambio los resultados traerán múltiples beneficios y aportes a los propietarios de establecimientos comerciales de la comuna 13 de Cali.

Cualquier duda o sugerencia puede llamar a María Fernanda González, al celular 3176459511 o al Departamento de Investigaciones de la Universidad teléfono 5552767 Ext. 143.

Se le ha explicado los beneficios y riesgos del estudio, así como también el derecho de retirarse de la investigación en cualquier momento que usted lo desee. Por la participación en este estudio no recibirá ninguna compensación económica.



Puede tener la seguridad de que no se le identificará y que se mantendrá la confidencialidad de la información relacionada con su privacidad, durante la investigación y en la publicación de los resultados.

Los datos obtenidos en este estudio, eventualmente, podrán ser usados para otros fines investigativos (futuros estudios), previa aprobación del Comité de investigación de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

### CONSENTIMIENTO Y FIRMAS

El (la) encuestador(a) me ha explicado de forma satisfactoria que es, como se hace y para qué sirve esta investigación. También se me han explicado y he comprendido por qué y para que la están realizando. Estoy de acuerdo en no recibir beneficio monetario por parte de los investigadores.

He comprendido todo lo anterior perfectamente y por lo tanto doy consentimiento para el estudio.

NOMBRE	CEDULA	TELEFONO	CORREO	FIRMA
EVELYN CARDONA H.	114158172	3166344536	evelynrardon113@hotmail.com	EVELYN C.
Alba E Borja ch	67004575	3195581846		Alba E Borja
María del Pilar Ramirez	31932842	3168869754	fabri-6865@hotmail.com	María del Pilar Ramirez
Paola Andrea Rivas	37522029	3146967362		Paola Andrea Rivas
Fabiola Pérez Gómez	31886816	3005625504		Fabiola Pérez Gómez
Jaqueline El	66882314	316232671		Jaqueline El
ERIKAMARIA LAZARONA P	29125.032	3147639245	erikamaria7527@hotmail.com	ERIKAMARIA LAZARONA P
Maria Isabel Quintero	25020.652	3168066831		Maria Isabel Quintero
Ana Agudelo	31989971	6833451		Ana Agudelo
Diana Collazos	31.571.688	316854412		Diana Collazos
Flor Sanchez	34.32.5811	3114269565		FLOR SANCHEZ
Rosa Maria Idrobo	25.705.920	3113669021		Rosa Maria Idrobo
Ligia Maria Peña	25.370.901	3235943999		Ligia Maria Peña
Darly Luz Mosquera	1130.662046	3157647320		Darly Luz Mosquera
Andrea Cruz	66979289	315788060		Andrea Cruz
Franca Aristizabal	13476593	3022463783		Franca Aristizabal
Julian andrea s.	114397057	3104853128		Julian andrea s.
Franco F. Botavista	2901775	3135170779		Franco F. Botavista
Nohalia	4860573	3113003098		Nohalia
Mariela Ochoa	29.222.905	313667043		Mariela Ochoa
Rosa Ascencio	111574047	3042669536		Rosa Ascencio

NOMBRE	CEDULA	TELEFONO	CORREO	FIRMA
Yolanda Zelaya Erazo	27182511	3217679889		Yolanda Zelaya Erazo
Mabel Daniela Martinez		3217783138		Mabel Daniela Martinez
Maria Stella Hurtado	31898588	3168852724		Maria Stella Hurtado
Maricela Rosales		3122673121		Maricela Rosales
Rosa Huven		3106000482		Rosa Huven
Bertriz Conza R	112905164	3207353615		Bertriz Conza R
Jenny Norcunda	118286730	3128376142		Jenny Norcunda
Angela Aldana		3213216957		Angela Aldana
Yancyly Puque		3776744716		Yancyly Puque
Andriana Margarita	1.127.343.892	3178157312		Andriana Margarita
Maria Feliana Ospina	66.863.555	3163790437		Maria Feliana Ospina
Katherine Vega	1.143.125.982	3168147911		Katherine Vega
Maritza Collazos	66.383625	3157668651		Maritza Collazos
Clara Ines Lozada	31.358.544	55788694		Clara Ines Lozada
Martha Lucia Gonzalez	67.002.230	3207788783		Martha Lucia Gonzalez
Ruby Consuelo Herrera	31.257.609	3216418547		Ruby Consuelo Herrera
Marcela Collazos		3104049350		Marcela Collazos
Marisol Quintana		4445531		Marisol Quintana
Aleida Tamayo		3156579854		Aleida Tamayo
Marcela Fernandez		3165774785		Marcela Fernandez
Jennifer Andrade		3113556012		Jennifer Andrade
Rebeca Patricia		3176663482		Rebeca Patricia
ANA MARIA POSADA		3155777612		ANA MARIA POSADA
PAOLA SANCHEZ		3043304889		PAOLA SANCHEZ
Olga Gallego		3116101552		Olga Gallego
Andrea Cifuentes		3147798368		Andrea Cifuentes
Thosana Angulo		3153682353		Thosana Angulo
Nubia Yara		3178095855		Nubia Yara
Annie LOBOA		3153339778		Annie LOBOA
claudia chavez	1143.250325	3117387096		claudia chavez
DIANA LONDINO	1144.125.208	3185312610		DIANA LONDINO
Alejandra Cortes		3168724052		Alejandra Cortes
Monica A. Gonzalez H.	3153990618			Monica A. Gonzalez H.
Fanny alan	31.257.610	3183428677		Fanny alan
Claudia Ramirez	66.979.809	3043743496		Claudia Ramirez
Laura Escobar	1144128375	3104260319		Laura Escobar
Claudia Azosta		3104557728		Claudia Azosta
Lina Barragan	1142.325608	3187993471		Lina Barragan

NOMBRE	CEDULA	TELEFONO	CORREO	FIRMA
Natalia Orellana		3184257318		<i>Natalia Orellana</i>
Paola Arango		316447207		<i>Paola Arango</i>
Verónica Rodríguez		3174472169		<i>V. Rodríguez</i>
Lina Florez		3057052740		<i>L. Florez</i>
MARIBEL LÓPEZ		3172389893		<i>Maribel López</i>
Olga Cecilia Cobo		3157662000		<i>Olga Cecilia Cobo</i>
Paola Hernández		3164985551		<i>Paola Hernández</i>
Viviana Carabelli		3214036594		<i>Viviana Carabelli</i>

### ENTREVISTA A LIDER COMUNA 13

La siguiente entrevista, hecha a la líder Jacqueline de Marketing Personal de la comuna 13, se transcribió de manera textual, de acuerdo a las respuestas de la misma.

1. Bueno, ¿cuéntanos un poco la historia de tu camino para ser líder?

Mi camino para ser líder, pues empecé desde abajo, o sea empecé siendo líder, llevo en Marketing 18 años, 1 año como líder y 17 como Gerente de Zona, como todo pues toco pasar por las blancas, por las verdes y las maduras, pero igual con mucha perseverancia, cuando uno quiere las cosas le llegan, las cumple.

2. ¿Porque decidiste ser líder?

Porque me gusta, me gusta o sea relacionarme con la gente, eh hh enseñar, compartir, me gusta mucho.

3. ¿Cómo te has sentido siendo líder aquí en esta revista?

Bien, bien, la verdad que estoy muy agradecida con la empresa porque pues aquí he cumplido muchos de mis sueños.

4. ¿Cómo cuáles?

Como darles universidad a mis 4 hijos, comprar casa, carro y viajar, he cumplido muchos sueños.

5. ¿Y porque esa fue la mejor opción?

Pues la verdad, si hablamos de 18 años atrás el trabajo era muy difícil y acá me dieron la oportunidad pues no en ese entonces no tenía todavía culminado mi bachiller y acá me dieron la oportunidad de ser gerente y pues acá también logre realizar, terminar mis estudios y todo.

6. ¿Qué obstáculos se le presentaron para iniciar como líder y como los pudo superar?

Mmmmm obstáculos que no tenía transporte, no tenía transporte entonces a raíz de eso pues siempre me quedaba muy difícil, pero pues con lo mismo que gane acá, empecé a ganar acá con eso compre mi transporte, obstáculos que de pronto yo venía de un pueblo y me mandrón para acá para la ciudad, no conocía, las direcciones eran difíciles, bueno me tocaba voltear mucho, tenía mi bebe chiquitico de un añito y eso eran muchas falencias que tenía en el momento, pero igual las supere.

7. ¿Cree que esos obstáculos tuvieron alguna relación con la ideología que hace excluir mucho en ocasiones el género femenino, o sea como el machismo, crees que algunos de esos obstáculos...?

Mmmmmm si, a veces sí, porque pues a veces hay hombres que piensan que la mujer debe estar en la casa y ellos son los que trabajan, pero pues igual yo pienso que uno debe de superar todo eso.

Listo. ¡Muchísimas gracias!