

Caracterización del Perfil de la Mujer Emprendedora en el Municipio de Silvania, Cundinamarca.

Characterization of the Profile of the Entrepreneurial Woman of the Municipality of Silvania

Caractérisation du Profil de la Femme Entrepreneur de la Municipalité de Silvania

Caracterização do Perfil da Mulher Empreendedora do Município da Silvânia.

Luz Merly Ferla Silva¹ - Claudia Milena Rodríguez Moscoso² - Olga Liliana Gutiérrez Castaño³

Fecha de recepción: 02 de diciembre de 2019

Fecha de aprobación: 23 de junio de 2020

Resumen

El estudio refiere a una investigación aplicada en el municipio de Silvania, cuyo objetivo fue determinar las características sociales, económicas y culturales que definen la mujer emprendedora en el municipio de Silvania, departamento de Cundinamarca; a partir de una muestra aleatoria de 50 mujeres, quienes, a la fecha del estudio, contaban con negocio, unas formalizado y otras sin gestionar su Registro Único Tributario –RUT-. El instrumento

aplicado de base fue la entrevista acompañada de una encuesta diseñada, para las microempresarias de la zona urbana del municipio, generando un enfoque descriptivo y a la vez, con un acercamiento exploratorio, dado que no se evidenciaron estudios al respecto. Entre los resultados encontrados, se refleja el desconocimiento que tienen las mujeres microempresarias en relación con los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento y por otro lado, la importancia y motivación a la hora de

¹ Semillerista grupo TEMCON- Universidad de Cundinamarca, Contadora Pública. Correo lferla@ucundinamarca.edu.co. ORCID: 0000-0003-4073-6357.

² Semillerista grupo TEMCON-Universidad de Cundinamarca, Contadora Pública. Correo claudiamrodriguez@ucundinamarca.edu.co. ORCID: 0000-0003-2624-7581.

³ Docente investigadora. Líder Grupo TEMCON- Universidad de Cundinamarca. olgutierrez@ucundinamarca.edu.co ORCID: 0000-0002-4433-7217.

Para citar este artículo:
Ferla- Silva, L. M.,
Rodríguez- Moscoso, C. M.
& Gutiérrez- Castaño, O. L.
(2020). "Caracterización del
perfil de la mujer
empreendedora del municipio
de Silvania". *In Vestigium
Ire*. Vol. 14-1, pp. 27-40.

obtener formación hacia el fortalecimiento de estrategias sostenibles para sus negocios.

Palabras Claves: emprendimiento femenino, caracterización social y económica, perfil emprendedor, Sylvania.

Abstract

The study refers to an applied research in the municipality of Sylvania, whose objective was to determine the social, economic and cultural characteristics that define the enterprising woman in the municipality of Sylvania, department of Cundinamarca; from a random sample of 50 women, who, at the date of the study, had a business, some formalized and others without managing their Unique Tax Registration -RUT-. The basic instrument used was an interview accompanied by a survey designed for microentrepreneurs in the urban area of the municipality, generating a descriptive approach and at the same time, with an exploratory approach, since no studies were made on the subject. Among the results found, it is reflected the lack of knowledge that women microentrepreneurs have in relation to government programs to support entrepreneurship and on the other hand, the importance and motivation to obtain training to strengthen sustainable strategies for their businesses.

Keywords: female entrepreneurship, social and economic characterization, entrepreneurial profile, Sylvania.

Résumé

L'étude fait référence à une recherche

appliquée dans la municipalité de Sylvania, dont l'objectif était de déterminer les caractéristiques sociales, économiques et culturelles qui définissent la femme entreprenante dans la municipalité de Sylvania, département de Cundinamarca ; à partir d'un échantillon aléatoire de 50 femmes, qui, à la date de l'étude, avaient une entreprise, certaines formalisées et d'autres sans gérer leur enregistrement fiscal unique -RUT-. L'instrument de base utilisé a été un entretien accompagné d'une enquête destinée aux microentrepreneurs de la zone urbaine de la municipalité, générant une approche descriptive et en même temps, avec une approche exploratoire, puisqu'aucune étude n'a été faite sur le sujet. Parmi les résultats constatés, on note le manque de connaissance des femmes microentrepreneurs par rapport aux programmes gouvernementaux de soutien à l'entrepreneuriat et d'autre part, l'importance et la motivation à obtenir une formation pour renforcer les stratégies durables de leurs entreprises.

Mots clés : entrepreneuriat féminin, caractérisation sociale et économique, profil entrepreneurial, Sylvania.

Resumo

O estudo se refere a uma pesquisa aplicada no município de Sylvania, cujo objetivo era determinar as características sociais, econômicas e culturais que definem a mulher empreendedora no município de Sylvania, departamento de Cundinamarca; de uma amostra aleatória de 50 mulheres, que, à data do estudo, tinham um negócio, umas formalizadas e outras sem gerir o seu



Registro Fiscal Único -RUT-. O instrumento básico utilizado foi uma entrevista acompanhada de um inquérito concebido para microempresários na área urbana do município, gerando uma abordagem descritiva e, ao mesmo tempo, com uma abordagem exploratória, uma vez que não foram feitos estudos sobre o assunto. Entre os resultados encontrados, se reflecte a falta de conhecimento que as microempresárias têm em relação aos programas governamentais de apoio ao empreendedorismo e, por outro lado, a importância e motivação para obter formação para reforçar estratégias sustentáveis para as suas empresas.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino, caracterização social e económica, perfil empresarial, Silvânia

Introducción

Durante las últimas décadas, el empoderamiento de la mujer se ha reflejado en todos los aspectos de la sociedad, dada las circunstancias, se ha visto abocada a ser autosuficiente, en su responsabilidad a impulsar el desarrollo de su hogar, superarse a sí misma y por ende, ser un miembro activo de la sociedad y la economía. Se considera que uno de los grandes factores que promueven el emprendimiento, es la motivación (Marulanda & Morales, 2016); es ahí donde juegan un papel importante las entidades estatales y las diversas organizaciones que fomentan y apoyan el emprendimiento, no sólo con ayudas económicas sino con capacitación, para que la mujer cuente con diferentes herramientas que la hagan participante de los procesos de desarrollo.

Hay ciudades en Colombia que son conscientes del tema y han comenzado a desarrollar planes y programas para el fomento del emprendimiento femenino.

Interpretando a Saavedra & Camarena (2015), la mujer aún es discriminada en aspectos culturales, sociales y económicos; en ocasiones, el ámbito familiar pareciera ser un factor adverso al momento de emprender, ya que los hijos se convierten en una obligación impostergable, creando un dilema al momento de decidir, si dedican tiempo a su hogar ó se toman el tiempo para mejorar su proyecto de vida, hacia la consolidación de un emprendimiento sostenible. Es parte de la crisis de roles que envuelven el concepto de mujer en el contexto social.

Hernández (2019), define cinco factores que influyen en el emprendimiento femenino referidos al *acceso a la educación, la consecución de experiencia laboral, crecimiento en el sector de los servicios, la necesidad de proveer recursos y por último, los cambios que ha sufrido la familia en la actualidad*. La mujer se ha empoderado de tal manera que es consciente de la necesidad de formarse en diferentes aspectos y campos de la vida, ser dueña y responsable de sus decisiones; esto se ve reflejado en su crecimiento laboral y profesional, posibilitando oportunidades de ir más allá de su papel de madres y esposas abnegadas, elementos cambiantes en la perspectiva de género, como consecuencia de los cambios culturales y de la necesidad de abolir las diferencias en relación con los hombres.

Rodríguez (2015), realiza una fuerte crítica al concepto de hombre económico y promueve una economía feminista; según su análisis es la mujer quien ha logrado avanzar en muchos niveles, convirtiéndose en un referente de la economía actual. En la historia reciente, la mujer ha sido impulsada a enfrentar nuevos retos y como de costumbre, ha ido más allá de sus funciones asignadas, aún con un muy bajo reconocimiento social.

A pesar de que el acceso al crédito para las mujeres en temas de emprendimiento se ha ido posicionando en el mercado financiero, aún existen desventajas en relación con el monto o un producto financiero establecido desde la perspectiva de género y la inclusividad.

Ferber & Nelson (2004), cuestionan la definición de economía desde tiempos remotos donde las grandes teorías económicas fueron concebidas de forma machista, se incluyó como un todo al hombre dejando de lado a la mujer, como actor clave del desarrollo, intentando justificar tal exclusión a la ausencia de formación matemática en las mujeres, entre muchos otros falsos argumentos.

Para Davico (2004), durante los últimos años, diversas organizaciones y países, han promovido el microcrédito para las mujeres en condición de pobreza; estos dineros son destinados a proyectos de autoempleo que generen un ingreso; la principal ventaja es que al empoderar a la mujer, ésta inicia un proceso emancipatorio en la creación de oportunidades para la autogeneración sostenible, momento durante el cual, los roles de familia deben intercambiarse y

adaptarse a la nueva dinámica de la mujer de hogar, ahora con mayor responsabilidad en su crecimiento profesional, laboral y empresarial.

Durante los años sesenta y setenta, se consideraba que el papel de la mujer en la economía debía ser pasivo; dirigido a la maternidad, la alimentación y la familia y quien aportaba al desarrollo de las economías debían ser los hombres (Sánchez, 2006), situación que progresivamente se fue debilitando ante la inserción en nuevos campos, aunque aún tímidamente por parte de las mujeres.

En relación con el acceso al microcrédito, se considera aún con restricciones para quienes quieren acceder para generar sostenibilidad financiera, como una respuesta a la pobreza, a partir del emprendimiento pero la realidad del crédito, es que éste va dirigido a personas con capacidades financiera excepcional, donde una persona de bajos recursos no puede acceder al microcrédito, lo cual imposibilita al momento de desarrollar una actividad productiva convirtiendo este factor en un desestímulo para quienes deciden que desde el emprendimiento pueden alejarse de la pobreza (Velásquez, 2007).

Como lo plantean Henríquez, Mosquera, & Arias (2010), la creación de empresa en Colombia, desde la mirada femenina y masculina, colocan del lado de las escasas oportunidades a las mujeres y siendo conscientes de ello, son ellas quienes, padeciendo las grandes necesidades, deben decidir optar por emprendimientos para generar sus propios recursos, tomando en



cuenta la falta de grandes oportunidades en el mercado. De la misma manera, sucede en las redes sociales de mujeres, cuando al momento de ofertar vacantes para áreas como seguridad, automotores, servicios inmobiliarios, seguros, éstas son menos visitadas (Ruiz, Camelo, & Coduras, 2012).

A pesar de ello, una de las actividades con mayor campo de desarrollo para las mujeres, hacia la gestión del emprendimiento, está en el turismo, subsector que les ha permitido desarrollar una interacción social dinámica en el desarrollo comunicacional con otras culturas, aspecto que les ha servido para entender el papel que deben jugar en la sociedad actual (Mendoza & Chapulín, 2015).

Desde el marco de la responsabilidad social, el emprendimiento debe considerarse como una oportunidad para el desarrollo de propuestas que visibilicen su capacidad para desarrollarse y ejercer liderazgo y mucho más cuando se trata de emprendimientos femeninos (Robles, Velásquez, Gutiérrez & González, 2014). En ese mismo sentido, el emprendimiento se convierte en una oportunidad para la generación de nuevas oportunidades, con base en ideas que construyan y dejen su manifiesto en la transformación social (Castellanos, Rivas & Gálvez, 2019).

Marco metodológico

El estudio tiene una perspectiva exploratoria, con naturaleza descriptiva, dado que no existen muchos trabajos publicados en bases de datos que relacionan temas de participación de la mujer en el desarrollo del emprendimiento y la productividad en la Provincia del Sumapaz, enfocado en el concepto de género.

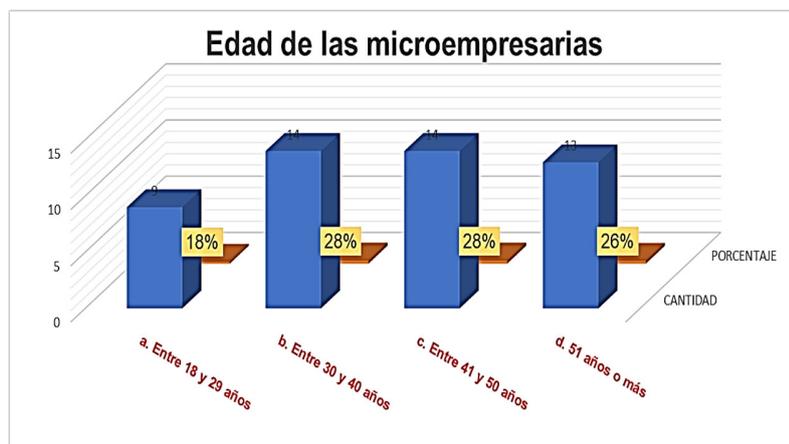
Sin embargo, la pretensión del mismo, más allá de abordar la filosofía feminista como tema central, sí es significativo, aprehender experiencias y revisión literaria que posibilite entender el empoderamiento de la mujer, como elemento que desarrolla la búsqueda de oportunidades con equidad de género. El instrumento de apoyo se dio a través de la entrevista personalizada, con base en una encuesta diseñada para el caso, donde se pretende hacer una aproximación a la caracterización de las mujeres que emprenden ideas de negocios y se convierten progresivamente en microempresarias, a pesar de su rol doméstico que las involucra en el hacer de madre y esposa. La muestra fue de 50 mujeres que cumplieran con requisito de ser propietarias y/o administradoras de negocios, en el municipio de Sylvania, departamento de Cundinamarca.

Resultados

A pesar de que son cada vez más las mujeres jóvenes que desean emprender, en el municipio de Silvania, las emprendedoras están concentradas entre los 30 y 50 años;

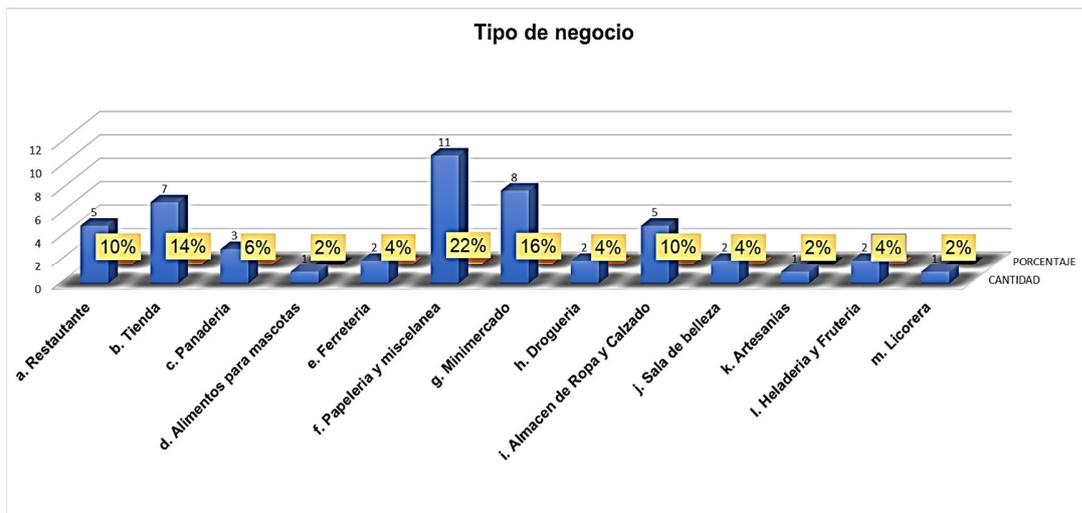
son mujeres que, en su mayoría, ya tienen un proyecto de vida claro y unas metas fijadas, lo que las hace más constantes en sus actividades.

Gráfico No. 01 Condición etaria en el emprendimiento femenino



Fuente: Autores

Gráfico No. 02 Tipo de negocio con mayor actividad en el municipio liderado por mujeres

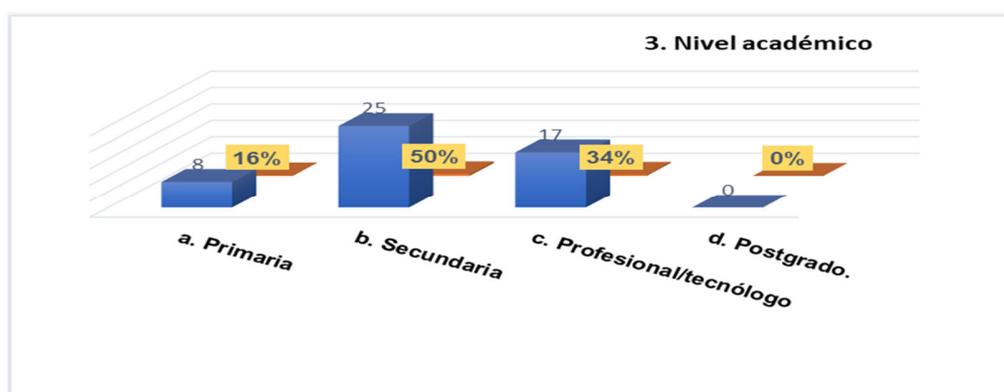


Fuente: Autores

Aunque la vocación del municipio de Sylvania es agrícola y pecuario, en contraste con su perfil económico, se evidencia que la mayoría de las microempresas femeninas, corresponde al sector comercio y servicios,

referidos en mayor proporción a los minimercados y tiendas de barrio (30%); los misceláneos y papelería (22%), almacenes de ropa y calzado (10%) y restaurantes (10%).

Gráfico No. 03 Nivel académico de las microempresarias

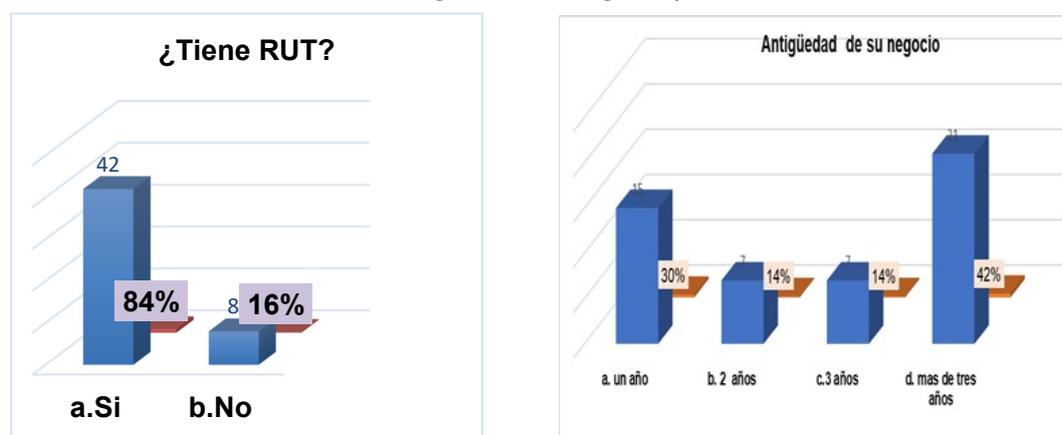


Fuente: Autores

Las emprendedoras del municipio de Sylvania, en su mayoría (84%), han cursado su nivel de secundaria de las cuales, el 34% han cursado y/o terminado un nivel profesional,

mientras que 16 de cada 100 mujeres, han cursado estudios de primaria. Aspectos que fortalecen la capacidad de administración de sus negocios.

Gráfico No. 04 Antigüedad del negocio y formulación desde el RUT

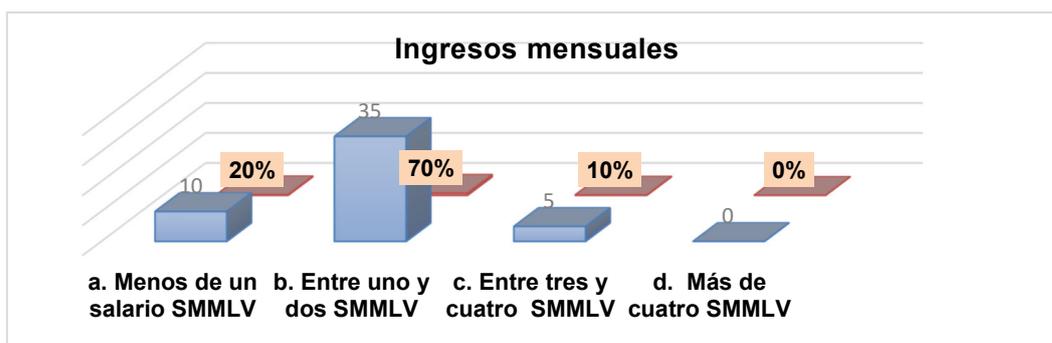


Fuente: autores

En relación con la antigüedad de los negocios, la mayoría de emprendedoras productivas, la mayoría de las mujeres, han constituido sus microempresas hace tres

años, mientras que, el 30% lo tiene hace un año. De estas pequeñas empresas el 84% cuenta con formalización a través del RUT.

Gráfico No. 05 Nivel de ingresos mensuales de sus negocios

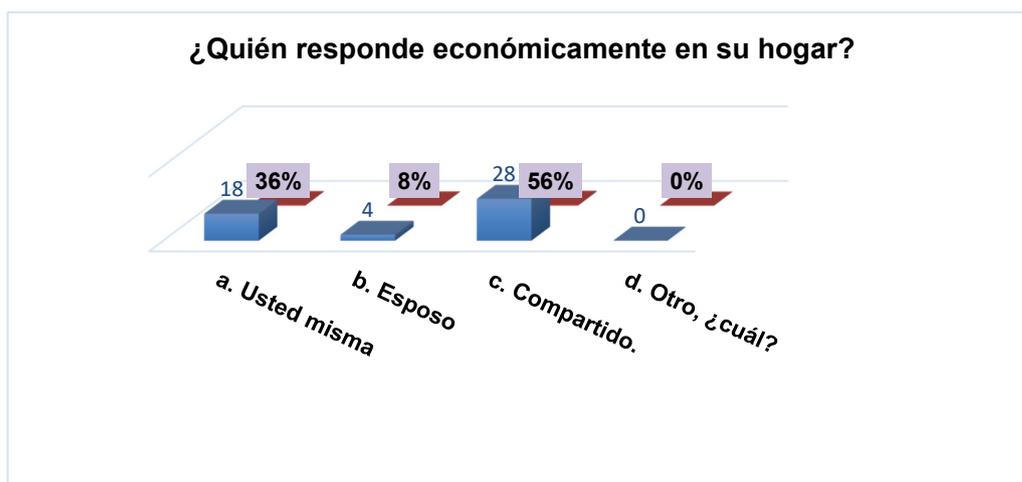


Fuente: Autores

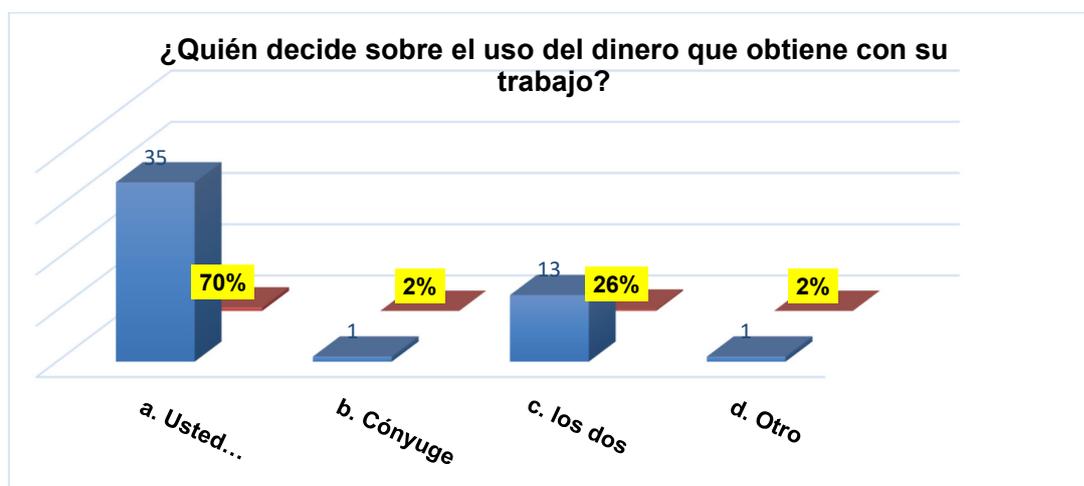
Los ingresos constituyen la base para determinar la sostenibilidad de las pequeñas empresas, en este caso, la gran mayoría de los negocios tienen una generación de uno y

dos salarios mínimos, de los cuales, se descuenta los gastos fijos y la destinación a la reinversión. Para el 20% los ingresos están por debajo de un salario mínimo.

Gráfico No. 06 Comportamiento de las decisiones financieras en el interior del hogar



Fuente: Autores



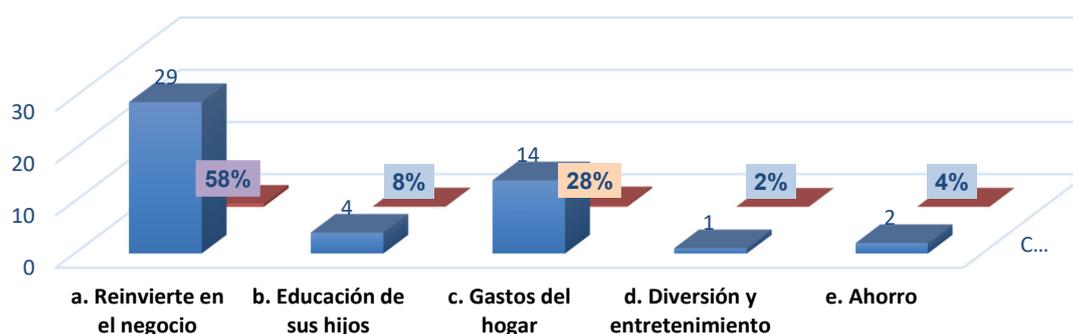
Fuente: Autores

Las responsabilidades económicas de los hogares de las microempresarias, son en su mayoría (56%), asumidas por la pareja de compañeros o esposos, en diferentes proporciones, mientras que 36 de cada 100

mujeres, han tenido que asumir solas, la situación económica de su hogar. En tanto que el 70% de las mujeres, son quienes toman las decisiones económicas y financieras en su hogar.

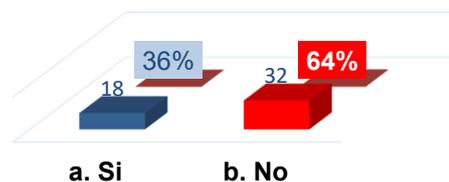
Gráfico No. 07 Uso del dinero generado en el negocio y acceso al crédito formal

A qué dedica sus ganancias en mayor proporción



Fuente: Autores

¿Considera que es sencillo acceder al sistema financiero nacional? (créditos bancarios)



Fuente: Autores

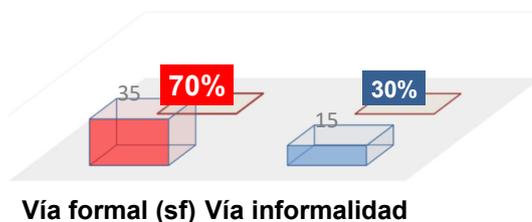
Parte de la sostenibilidad de sus negocios en el tiempo, es que estas microempresarias, que representan el 58%, reinvierten la mayor parte de sus utilidades, en la reposición de inventarios y demás aspectos de inversión en el negocio, lo cual les permite, mantener sus stock al día y el 28% de las microempresarias lo dedican a los gastos del hogar, aspecto que indicaría que 28 de cada 100 mujeres han desarrollado emprendimientos por una necesidad prioritaria de resolver necesidades básicas insatisfechas, más allá de tener un rol adicional al de madres, situación que podría colocar en riesgo la permanencia del mismo, dado que no habría una dedicación suficiente para reinvertir en la microempresa; situación contraria a quienes sí, deciden invertir en mayor grado en su negocio.

Un tema neurálgico lo constituye para el total de las emprendedoras y es al momento de aplicar al ahorro, como quiera que no se evidencia aplicación a un producto financiero que les permita ser depositario de sus excedentes, aunque podría considerarse la inversión que hacen en sus negocios, como una posibilidad de ahorro para dar sostenibilidad a las pequeñas empresas. Aspecto que no conecta a las mujeres con el sistema financiero para el acceso a fuentes de financiación y fortalecimiento del tejido empresarial; además de tomar en cuenta los mínimos ingresos que estas personas perciben. De ahí que para el 64% de la población de emprendedoras, siguen existiendo barreras para el acceso a la formalización de un crédito que potencie sus fuentes financieras y económicas obtenidas en las pequeñas empresas



Gráfico No. 08 Uso del dinero generado en el negocio y acceso al crédito formal

Si usted ha acudido al crédito, las fuentes de acceso han sido:



Fuente: Autores

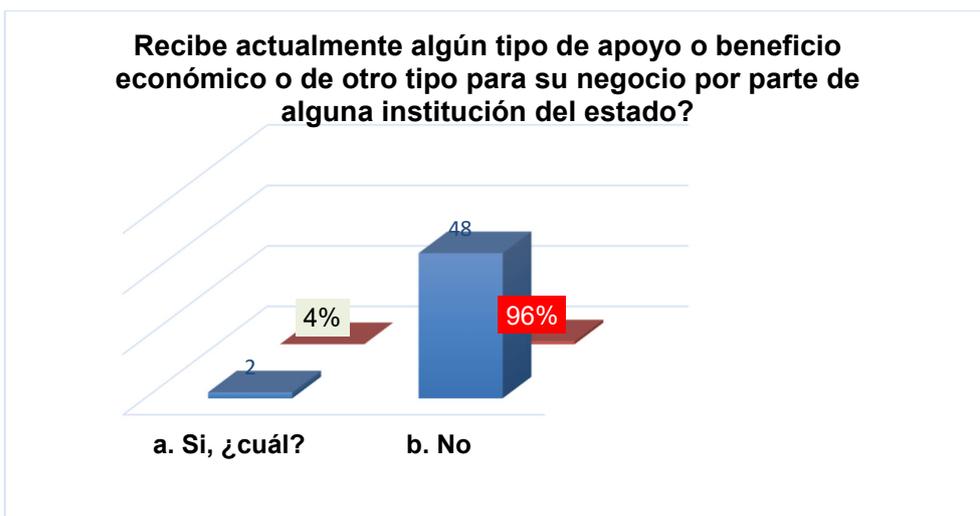
Como complemento del análisis anterior, el 100% de las mujeres emprendedoras, han acudido alguna vez al crédito, el 70% lo ha realizado por el sistema financiero, a través de cooperativas y bancos y el 30% ha acudido a préstamos por fuera de lo formal, es decir, con familiares y “pagadiario” (gota a gota).

Un aspecto crítico, toda vez que, por un lado, no se reconoce al sistema financiero, como una posibilidad cercana para mejorar en sus emprendimientos y por el otro, las alternativas no formales que muchas de ellas utilizan, refieren a préstamos que pueden ir más allá de la usura y lo cual les impide el inicio de una vida crediticia en el mercado financiero.

Gráfico No. 09 Acceso a programas de apoyo al emprendimiento



Fuente: Autores



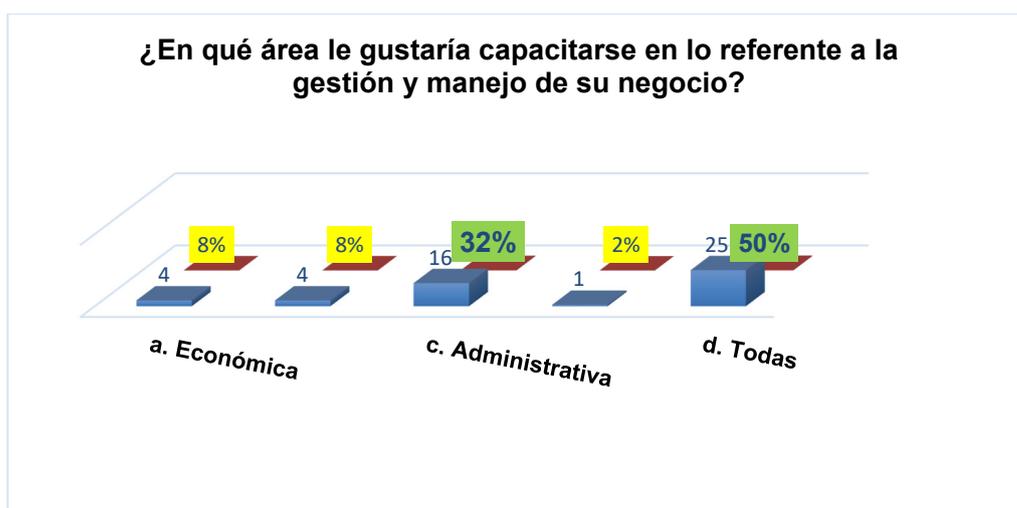
Fuente: Autores

Las mujeres de Sylvania, desconocen los programas que pueda brindar su municipio, en relación con apoyo a los emprendimientos. En este sentido, se hace necesario posibilitar estrategias de comunicación por parte de la administración municipal, generando una cobertura de participación en los programas de desarrollo económico con equidad de género y mayor aún, en tiempos de crisis, cuando la problemática de salud pública, obliga a confinar y cerrar negocios por largos

periodos de tiempo.

En relación con el apoyo o beneficio económico de programas gubernamentales, tan sólo el 4% han tenido algún apoyo en programas para el emprendimiento. Un indicador por debajo de las oportunidades y cobertura que se espera en programas con un importante flujo de recursos, traducidos en capital semillas, que podrían estar recibiendo las mujeres de Sylvania, tomando en cuenta que una gran mayoría, mantienen sus microempresas hace tres años

Gráfico No. 10 Intención de las emprendedoras en áreas de capacitación



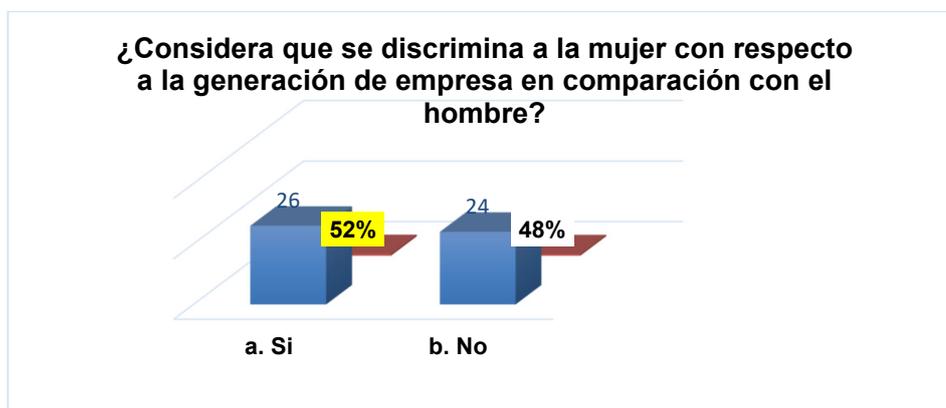
Fuente: autores

En cuanto respecta a la capacitación para la gestión empresarial, las mujeres del municipio de Sylvania (50%), consideran que es necesario prepararse en todas las áreas

que requieran mejorar en la estructura de sus negocios, con un énfasis dirigido a la cultura administrativa y la gestión en la planeación.



Gráfico No. 11 Percepción en cuanto a la discriminación de género



Fuente: autores

Una ligera mayoría de las mujeres emprendedoras (52%), considera que, aún se discrimina en Colombia, a la hora de apoyar el emprendimiento de las mujeres en contraste con los hombres.

Conclusiones

Aún, son visibles las brechas sociales, económicas y culturales por las cuales atraviesan las mujeres, sin embargo, su espíritu emprendedor, que muchas ocasiones, nace por una necesidad de sostener un hogar, dada su condición de madre cabeza de familia, en más del 30% en Colombia, también se ha generado por vocación de liberación, autonomía e independencia financiera y económica.

A pesar de que no cuentan con un apoyo visible desde lo gubernamental, dado que desconocen los distintos programas que financian el emprendimiento, así como el acceso restringido que tienen al crédito formal, dado el trámite y la tasa de interés, son microempresarias que aportan significativamente al crecimiento y desarrollo del municipio de Silvania.

En relación con el ahorro, se presenta un déficit económico para que las mujeres emprendedoras, destinen parte de sus excedentes, ya que el vivir el día a día en el gasto doméstico y el mantener sus pequeños negocios con un stock mínimo para no decaer en la competencia, las obliga a aplazar una posibilidad de ahorrar para su futuro.

Se hace necesaria la tarea, por parte del gobierno local, el diseño e implementación de estrategias de divulgación, en relación con los programas que subsidian el emprendimiento productivo en las mujeres, especialmente, quienes presentan una condición de alta vulnerabilidad económica y social, con el fin de mantener la sostenibilidad como organizaciones, como empresas y como familias.

Referencias Bibliográficas

Castellanos, Rivas & Gálvez, 2019. La formación de emprendedores sociales desde algunos programas de Contaduría Pública. Revista In

- Vestigium Ire. 2018, Vol. 12, No. 1. pp. 165-185. Universidad Santo Tomás, sede Tunja. En [http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1696/1544]
- Cheston, S., & Kuhn, L. (2001). Empoderamiento de la mujer a través de las microfinanzas.
- Campaña de la Cumbre del Microcrédito (IMF- ONG).
- Davico, G. (2004). <http://csoc.usal.edu.ar/IDICSO>. Obtenido de <http://csoc.usal.edu.ar/IDICSO>: <https://racimo.usal.edu.ar/id/eprint/86>
- Ferber, M. A., & Nelson, J. A. (2004). Más allá del hombre económico. España: Ediciones Cátedra.
- Henríquez, D. M., Mosquera, S. C., & Arias, S. A. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. Economía Gestión y Desarrollo, Cali -Colombia, 61-77.
- Hernández, B. W. (2019). Género en el Perú: Nuevos enfoques, miradas interdisciplinarias. Perú: Fondo editorial universidad de Lima.
- Marulanda, V. Á., & Morales, G. S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. Rev. Escuela de Administración de Negocios. No. 81, 12- 28.
- Mendoza, O. M., & Chapulín, C. J. (2015). Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en bahías de Huatulco, Oaxaca - México. Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 24, 316 – 335.
- Moreno, Z. H., Moreno, M. R., & Santa Ana, E. M. (2016). Las Universidades públicas autónomas mexicanas: Licenciatura en ingeniería y su relación con el fomento académico de ser emprendedor. In Vestigium Ire, 108-138.
- Robles, Velásquez, Gutiérrez & González, 2014. Revista In Vestigium Ire. 2015, Vol. 8, No. 1. pp. 18-34. Universidad Santo Tomás, sede Tunja. En [http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/999]
- Rodríguez, E. C. (2015). Economía feminista del cuidado. Nueva Sociedad N° 256, 30-44
- Ruiz, N. J., Camelo, O. C., & Coduras, M. A. (2012). Mujer y desafío emprendedor en España. Características y determinantes. Economía industrial, ISSN 0422-2784, N° 383, 13- 22.
- Saavedra, G. M., & Camarena, A. M. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. Criterio Libre, 129-152.
- Sánchez, C. R. (2006). Emprendimiento femenino. Pobreza cualitativa y microfinanzas, 83-103. Velásquez, J. (2007). El microcrédito: Sostenibilidad financiera vs. impacto sobre la pobreza. Dialnet, 139p

