

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1428>

Empoderamiento de mujeres emprendedoras, actoras en la economía del Valle del Cauca, Colombia

Empowerment of entrepreneurial women, actors in the economy of Valle del Cauca, Colombia

María de Lourdes Amador Martínez

lamador@itesa.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-8963-6264>

Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo
Hidalgo – México

Noreidy Ibe Saldarriaga Hernández

noreidy06@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-3356-3674>

Corporación Universitaria Minuto de Dios. Campus: Buga Facultad: Uniminuto
Bogotá – Colombia

Luz Adriana Franco Azcarate

lusa1116@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-1532-566X>

Corporación Universitaria Minuto de Dios. Campus: Buga Facultad: Uniminuto
Bogotá – Colombia

Johana Chamorro Valenzuela

johana.114@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0001-6916-5298>

Corporación Universitaria Minuto de Dios. Campus: Buga Facultad: Uniminuto
Bogotá – Colombia

Karen Andrea Vasquez Andrade

karen.vasquez-an@uniminuto.edu.co

<https://orcid.org/0009-0008-5509-8531>

Corporación Universitaria Minuto de Dios. Campus: Buga Facultad: Uniminuto
Bogotá – Colombia

Artículo recibido: 18 de noviembre de 2023. Aceptado para publicación: 04 de diciembre de 2023.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

El empoderamiento de una mujer emprendedora es vital para que el éxito de su negocio se lleve a cabo, razón por la cual el presente trabajo tuvo como objetivo analizar el nivel de empoderamiento de las mujeres emprendedoras del valle de Cauca, mediante metodología de tipo cuantitativo con un alcance descriptivo de corte transversal, se aplicó de igual manera una encuesta de 34 preguntas a 51 mujeres abarcando diferentes dimensiones relacionadas con empoderamiento, igualdad de género, entre otros. Dentro de los resultados principales se destaca que a nivel general las encuestadas manifiestan que ante la ley hay igualdad de género, y no detectan impedimentos relacionados con el liderazgo. También se muestran las experiencias vividas por las mujeres, el apoyo que han recibido, las condiciones sociales que han enfrentado y la resiliencia en sus vidas. Parte del


análisis realizado muestra que experiencias y la capacidad individual cumple funciones de empoderamiento potencializando sus unidades de negocio, impactando de manera positiva en la economía regional. Se concluye que las mujeres son un elemento importante dentro de los nichos de mercado y la economía del Valle del Cauca, puesto que desde diferentes contextos permiten generar procesos de valor en la economía regional y nacional.

Palabras clave: empoderamiento, economía, mujeres y emprendimiento

Abstract

The empowerment of a female entrepreneur is vital for the success of her business to be carried out, which is why the objective of this work was to analyze the level of empowerment of female entrepreneurs in the Cauca Valley, using a quantitative methodology with A cross-sectional descriptive scope, a survey of 34 questions was also applied to 51 women covering different dimensions related to empowerment, gender equality, among others. Among the main results, it stands out that at a general level the respondents state that before the law there is gender equality, and they do not detect impediments related to leadership. The experiences lived by the women, the support they have received, the social conditions they have faced and the resilience in their lives are also shown. Part of the analysis carried out shows that experiences and individual capacity fulfill empowerment functions, potentiating their business units, positively impacting the regional economy. It is concluded that women are an important element within the market niches and economy of Valle del Cauca, since from different contexts they allow value processes to be generated in the regional and national economy.

Keywords: empowerment, economy, women and entrepreneurship

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Como citar: Amador Martínez, M. de L., Saldarriaga Hernández, N. I., Franco Azcarate, L. A., Chamorro Valenzuela, J., Vasquez Andrade, K. A. (2023). Empoderamiento de mujeres emprendedoras, actoras en la economía del Valle del Cauca, Colombia. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(6), 123 – 139. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1428>

INTRODUCCIÓN

Según ONU MUJERES (2015) se brindan oportunidades en los procesos de educación y capacitación para mujeres que desean emprender, principalmente en el desarrollo de modalidades de negocio o creación de unidades productivas desde las propias capacitaciones, con características de liderazgo empresarial, autogestión de unidades de negocios, capacitación en entornos de gestión financiera o gestión de recursos.

Por su parte, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2014) indica que, en cuanto al mundo laboral, en el año 2013 identificaron la relación entre hombres con empleo y población, la cual se ubicó en un 72,2 %, a diferencia de las mujeres con un porcentaje del 47,1 %. Para el año 2022 según las cifras de la OIT (2023) la brecha social y laboral en el mundo tuvo un impacto negativo, debido a los efectos post pandemia, recordando que los años de afectación más críticos fueron el 2019 y 2020, a pesar de los procesos de reestructuración y reactivación económica en los años posteriores existe una desaceleración de la tasa de empleo. La problemática principal se asociaba a las condiciones y estragos posteriores a la inflación del empleo en los procesos de recuperación económica. Esto afectó significativamente las condiciones bajo las cuales hombres y mujeres podían acceder a los empleos. De igual manera la OIT (2023) manifiesta que la desigualdad en la paridad laboral según el género no pudo superar la brecha anteriormente puesta en años anteriores, dando como resultado un decaimiento de 1.9 puntos porcentuales por debajo del año 2019, es decir que en el 2022 las cifras de desempleo afectaron sustancialmente la recuperación en el caso de las mujeres su reincorporación a la vida laboral.

Estas circunstancias invitan a reflexionar sobre las condiciones bajo las cuales deben de enfrentarse las mujeres diariamente, puesto que, por las distintas circunstancias, entre las cuales se encuentran los procesos económicos, culturales y sociales, han marginado en cierta medida a las mujeres en cuestiones laborales y principalmente en la superficialidad de la inclusión laboral en campos más elaborados del mercado del trabajo.

A razón de lo anterior, McKinsey & Company (2014) mencionan que, al incrementar las oportunidades laborales para las mujeres en cargos de liderazgo, las empresas logran un mayor beneficio, evidenciándose un alto desempeño y eficacia organizacional, siendo así el empoderamiento económico de la mujer una gran oportunidad para crear empresa.

Por otra parte, de acuerdo con lo dicho anteriormente por la ONU (2022) Colombia se ha convertido en una de las generaciones de mujeres más educadas durante la última década, con un 54,4 % de mujeres que actualmente se gradúan de la universidad, sin embargo, no se reflejan en la misma proporción en oportunidades o puestos laborales.

Un ejemplo de lo anterior es que antes de la pandemia las mujeres en la economía ya eran diferente al de los hombres: la participación en el mercado laboral era 20 puntos porcentuales más baja, la brecha salarial era 17,5 puntos porcentuales más alta y la tasa de desempleo era 5,1 puntos porcentuales más alta. Las mujeres dedican el doble de tiempo que los hombres al trabajo doméstico y de cuidados no remunerados (OIT, 2022).

Igualmente, las últimas mediciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, (DANE) (2020) se menciona que “las mujeres dedican un promedio de 7 horas y 46 minutos al día en actividades de cuidado no remunerados, frente a las 3 horas y 6 minutos de los hombres” (p. 3).

En este sentido, para Confecámaras (2023) “durante el año 2022 se crearon en Colombia 310.731 nuevas empresas, 1% más que en el año 2021.

Se registró un crecimiento del 3,1% en creación de sociedades con respecto al año anterior.

El 62,5% de las empresas creadas por personas naturales son emprendimientos liderados por mujeres” (pár. 4). De igual manera, “los sectores que más generaron empleo fueron: comercio y reparación de vehículos; alojamiento y servicios de comida e industria manufacturera” (pár. 6).

Cabe resaltar que es el 62,5% de estas empresas el resultado de las empresas naturales creadas por mujeres líderes, lo que evidencia el apoyo por parte de Cámara de Comercio al emprendimiento femenino trayendo consigo efectos positivos para la población femenina (Confecámaras, 2023).

Por lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

Pregunta de Investigación

¿Cuál es el nivel del empoderamiento de las mujeres emprendedoras del Valle del Cauca?

Por lo anterior el objetivo de la investigación es analizar el nivel de empoderamiento de las mujeres emprendedoras del Valle del Cauca, mediante métodos cuantitativos para generar estrategias que eleven su participación.

DESARROLLO

Empoderamiento

Los autores, Silvestre, y Escuero (2014) resaltan que el empoderamiento es la capacidad que tienen las mujeres de tomar sus propias decisiones, es la fuerza que les permite llevar a cabo los deseos de sus propios proyectos a realidades con una alta autoestima. Así mismo hace referencia al poder desde dentro, como la fortaleza espiritual que permanece en el interior de cada persona, lo considera como el primer escalón hacia el camino del empoderamiento, de cómo la toma de conciencia aumenta la autoestima y la confianza en sí mismas para tomar el control de sus propias vidas.

En las definiciones de empoderamiento se encuentra la de la autora León (2001), donde señala que el término de empoderamiento sobresale por la palabra “poder” debido a que este se trata de un proceso de superación acompañado de un desarrollo de capacidades con gran poder mental y físico para llegar a una independencia y estabilidad financiera, sin dejar de lado que estas actividades lleven a logros o fracasos y ahí está en no dejarse derrotar con constancia seguir en el camino de una estabilidad económica. Reconociendo que cada inicio de la actividad que se vaya a emprender debe ir complementado con el empoderamiento para hacerlo realidad, todo esto gracias a contextos y procesos locales de las vivencias y necesidades de la cotidianidad quienes son las que dan las ideas y hace volver un sueño individual en un medio global de desarrollo de servicio y a la vez de crecimiento propio.

Emprendimiento

El concepto de emprendimiento va sujeto al arte de creación y pasión por lo que hace y lo que crea, el arte de emprender es la habilidad de ver en cada necesidad una oportunidad para crecer y desarrollar proyectos que liberen estratos socioeconómicos para hacer un mejor lugar de instancia y así destacar la parte empresarial oculta que lleva cada emprendedor para aprovechar el mar de oportunidades en las que se encuentra, que con dedicación y amor por la labor a realizar sitúe a estos emprendedores a un mejor estatus económico sin dar pie a pensar y dejarlo solo en la idea de lo que pudo haber pasado sino llevarlo a una realidad; con un sentido de pertenencia de su actividad a liderar (Hidalgo, 2014).

Algunos autores concuerdan que el emprendimiento se relaciona de manera directa con las condiciones de los individuos para ejercer cambios significativos en un mundo en constante transformación, dichos cambios abarcan principalmente la manera de cómo actúan sobre aspectos económicos y circunstanciales del mundo del mercado. Sin embargo, existen otros autores que mencionan lo siguiente:

"Las teorías del emprendimiento buscan explicar los procesos cognitivos, sociales y económicos que subyacen al fenómeno emprendedor, analizando los factores individuales, contextuales y organizacionales que influyen en la creación y éxito de los nuevos negocios" (Shane & Venkataraman, 2000, p. 218).

"Las teorías del empoderamiento buscan comprender los procesos individuales y colectivos mediante los cuales las personas adquieren la capacidad de tomar decisiones, acceder a recursos y ejercer influencia sobre su entorno, promoviendo así su participación y la transformación de las estructuras sociales" (Zimmerman, 1995, p. 570).

Por su parte, los autores Garzón (2005); Krauss, Frese, Friedrich y Unger (2005); Moriano et al., (2009)., entre otros, concuerdan que los emprendedores tienen ciertas características como por ejemplo: Prioridad y espíritu empresarial por el proyecto interno, creatividad e innovación, disciplina, constancia, autonomía, liderazgo y capacidad de trabajar en equipo, orientación al cambio y a los diferentes riesgos que se puedan presentar en el camino. Estas características limitan en gran medida los aspectos más relevantes del desarrollo del emprendedor, también se tiene que aclarar que existen elementos importantes dentro de las características de los emprendedores y son los contextos de desarrollo individuales y colectivos, estos también son un factor que recientemente se ha venido estudiando debido a la significación para el nacimiento del emprendimiento. Algunos autores también mencionan que en aspectos con condiciones particulares o precarizadas se generan elementos importantes del desarrollo que impregnan en cierta medida el desarrollo del emprendedor, obligándolo a pensarse soluciones con mayores niveles de complejidad y mayores niveles de eficacia para impactar de manera positiva en el mercado empresarial. Las ideas que desarrollan los emprendedores están regularmente cargadas de aspectos que no resultan ser tan evidentes, brindando la capacidad de lectura del contexto donde las oportunidades se pueden brindar a mediano y largo plazo.

En la consulta de investigaciones sobre el tema de empoderamiento de las mujeres emprendedoras, se tienen los siguientes aportes:

A nivel internacional se encontraron los siguientes documentos. los autores Alvarado, Morales y Ortiz (2021) presentan un artículo de investigación realizado en España, con la finalidad de medir la relación que existe entre emprendimiento y empoderamiento femenino, identificando que para realizar la investigación utilizaron un experimento de laboratorio donde participaron 204 mujeres, el estudio fue longitudinal debido a que se llevó a cabo desde el 2017 hasta el 2018, entre los resultados más significativos identificaron que, el empoderamiento femenino tiene un efecto positivo en las oportunidades económicas y por lo tanto ayuda a generar emprendimiento.

De igual manera, la ONU Mujeres (2022) en su documento titulado "Fortalecimiento de la empresarialidad de las mujeres para su posicionamiento en la economía centroamericana" (p.1), cuyo objetivo principal se orientó a una autonomía económica de mujeres emprendedoras de las regiones de Trifinio a través de un fortalecimiento de sus negocios y de un mayor acceso a mercados locales, regionales y nacionales. En este sentido se implementó un método interventivo mixto en donde se plantean acciones para el mejoramiento de las condiciones de emprendimiento de dichas mujeres en el país de Guatemala. Dentro de los resultados más relevantes se destaca los procesos de resiliencia económica pos-pandemia, redes de mercado o enlaces comerciales para mujeres, empoderamiento

femenino, disminución de la brecha de género, fortalecimiento del ecosistema local o economía ambiental amigable entre otros procesos de capacitación que recibieron estas mujeres, brindando nuevas oportunidades de expansión de sus unidades productivas.

Por su parte, a nivel nacional Perilla, Ruíz y Peña (2021) realizaron un artículo de investigación donde su objetivo tuvo como propósito, estudiar los casos de emprendimiento femenino y los aspectos que dirigen al empoderamiento económico, el estudio que realizaron fue de enfoque mixto, debido a que utilizaron una ficha de caracterización con el fin de obtener información sobre las condiciones sociodemográficas, así mismo, realizaron entrevistas para conocer sus acciones emprendedoras, como resultados más destacables evidenciaron que el emprendimiento en las mujeres se soporta en el conocimiento adquirido a lo largo de los años, la sostenibilidad y el sentido de pertenencia.

Por su parte, la autora Castiblanco (2022) menciona en su estudio denominado “El empoderamiento femenino como estrategia para la igualdad de género. Un análisis multidimensional” (p.1) el objetivo de este estudio se centró en un análisis del empoderamiento de la mujer colombiana para el logro de igualdad y equidad de género mediatizado por índices de empoderamiento de la mujer. El método de investigación fue de corte cualitativo, mediante el análisis de la legislación vigente sobre equidad de género y empoderamiento como herramienta para la igualdad y equidad en el territorio nacional. Los resultados principales giraron en torno a procesos reflexivos que permitieran generar procesos reflexivos de la igualdad de género, basada en principios constitucionales en Colombia, mostrando las condiciones normativas actuales de la mujer en la sociedad.

Por otra parte, a nivel local la gobernadora Clara Luz Roldan elogió el trabajo de Casa de la mujer empoderada de Buga (CAME) para promover a las mujeres en la región del Valle del Cauca y reiteró su compromiso con el empoderamiento de las mujeres.

“Es importante para esta administración que continuemos nuestros esfuerzos para empoderar a las mujeres en 42 ciudades, utilizar el espacio para impulsar sus negocios, crear más empleos y contribuir a su formación académica”, dijo la mandataria de La Casa de Mujeres Empoderadas es responsable de la Secretaría de Mujeres, Igualdad de Género y Diversidad de Género del valle del cauca, Margarita Ramírez Leiton, directora de CAME Buga, menciona que “A través de nuestra Casa de Empoderamiento de la Mujer en Buga y nuestras acciones descentralizadas, hemos logrado llegar a 6.000 mujeres que han sido beneficiarias de Rincón Valluno, ferias gastronómicas, ludotecas, fiestas, nuestros programas solidarios, talleres de manualidades y todas las actividades educativas encaminadas a seguir construyendo un camino hacia la igualdad de género” Roldan (2022, par.1).

METODOLOGÍA

En esta investigación, se abordó el tema del empoderamiento femenino en el contexto del emprendimiento en el Valle del Cauca. El objetivo principal fue analizar el nivel de empoderamiento de las mujeres emprendedoras en la región, centrándose en aspectos como su participación en el ámbito empresarial, toma de decisiones y oportunidades económicas.

Diseño de investigación: Para recopilar datos del empoderamiento femenino en el emprendimiento del Valle del Cauca, se utilizó un diseño de investigación cuantitativo basado en encuestas, se tomó como modelo la elaborada por Hernández y García (2008), con un total de 34 preguntas.

Este enfoque permitió obtener información directa y cuantificable de mujeres emprendedoras en la región. de igual manera el alcance de investigación fue de corte descriptivo de naturaleza transversal.

Población y muestra: La población objetivo de esta investigación fueron mujeres emprendedoras activas en el Valle del Cauca. Dado que no era posible encuestar a todas las mujeres emprendedoras

de la región participaron en el estudio, se invitó a participar a diferentes mujeres de los municipios del Valle del Cauca, mediante contactos por redes sociales. De igual manera, el tipo de muestreo más adecuado para las encuestas destinadas a medir el empoderamiento femenino en el emprendimiento es el "muestreo no probabilístico" (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El muestreo no probabilístico implica que la selección de la muestra no se realiza de forma aleatoria, lo que significa que no todas las mujeres emprendedoras de la población tienen la misma probabilidad de ser incluidas en la muestra (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Para este estudio se contó con la participación voluntaria de 51 mujeres emprendedoras a nivel del Valle del Cauca, el muestreo como se especificó fue por conveniencia.

Instrumento: La encuesta se diseñó específicamente para medir diferentes aspectos del empoderamiento femenino en el emprendimiento. El cuestionario incluyó preguntas estructuradas y escalas de medición para evaluar el nivel de empoderamiento en áreas como acceso a financiamiento, participación en la toma de decisiones, liderazgo empresarial y conciliación entre trabajo y vida personal.

Luego, se procedió a la recolección de datos, que se realizó a través de una combinación de encuestas vía electrónica y entrevistas presenciales con mujeres emprendedoras en diferentes ciudades del Valle del Cauca.

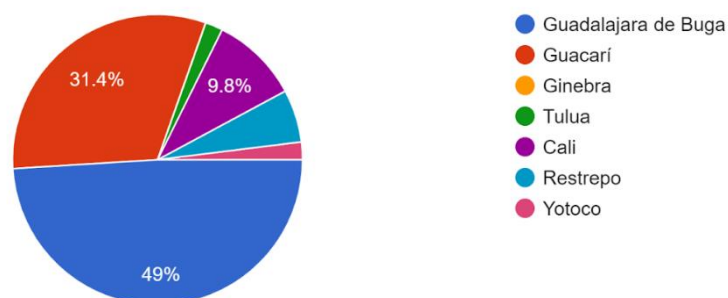
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para dar respuesta a la pregunta central de esta investigación de cuál es el nivel del empoderamiento de las mujeres emprendedoras del Valle del Cauca. Por consiguiente, se aplicó el instrumento de la encuesta semiestructurada que constó de 34 preguntas a 51 mujeres emprendedoras de la región, encontrándose los siguientes resultados:

Gráfico 1

Lugar de procedencia

Lugar de Procedencia
51 respuestas



Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

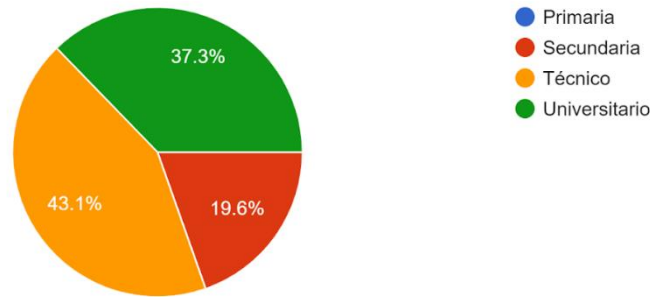
Según las respuestas de las encuestadas se evidencia que un 49% son de la ciudad de Guadalajara de Buga, 31.4% pertenecen al municipio de Guacarí, un 9.8% son de la ciudad de Santiago de Cali, 5.9% habitan en el municipio de Restrepo, y por último 2% correspondientes a las ciudades de Tuluá y Yotoco. Se evidencia que existe una heterogeneidad en cuanto al lugar de procedencia, permitiendo

determinar que la mayor concentración de población femenina encuestada fue la ciudad de Guadalajara de Buga.

Gráfico 2

Nivel educativo

Nivel educativo
51 respuestas



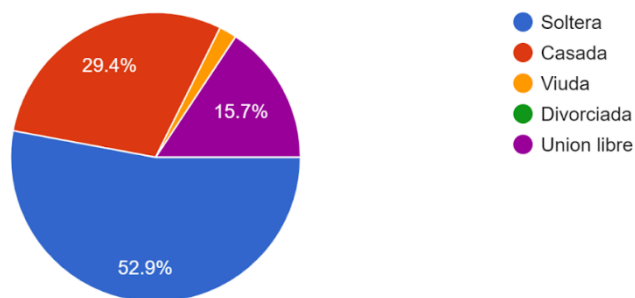
Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

Se analizó que el mayor porcentaje obtenido para un nivel educativo de formación técnica con un 43.1%, seguido del nivel universitario con un 37.3% y finalmente el menor porcentaje de 19.6% para el nivel de secundaria.

Gráfico 3

Estado civil

Estado Civil
51 respuestas



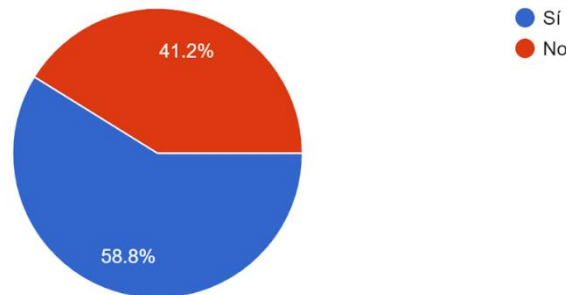
Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

En cuanto al estado civil, se evidencia el mayor puntaje para las mujeres solteras que deciden emprender con un 52.9%, seguido de las mujeres casadas con un 29.4%, las mujeres en unión libre con un 15.7% y con el menor porcentaje para las mujeres viudas con un 2%.

Gráfico 4

Número de hijos

Tiene hijos
51 respuestas



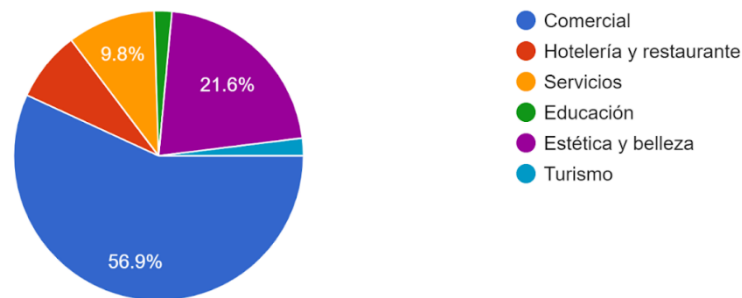
Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

Se evidencia en mayoría mujeres con hijos que deciden emprender con un 58.8% y un 41.2% de mujeres que no tienen hijos.

Gráfico 5

Sector económico de emprendimiento

Sector económico de su emprendimiento
51 respuestas



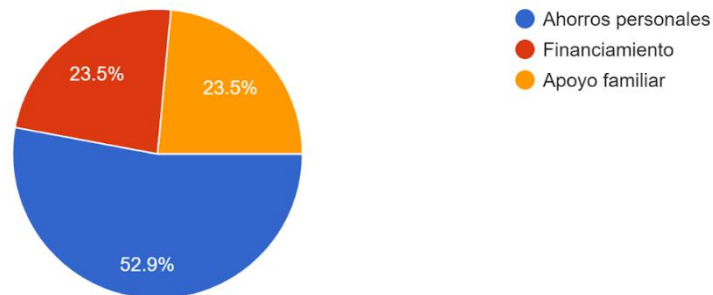
Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

En cuanto al sector económico, se observa que la mayoría de los emprendimientos que realizan las mujeres se enfocan en el área comercial con un 56.9%, seguido de estética y belleza con un 21.6%, también un 9.8% en servicios, hotelería y restaurante un 7.8%, y dentro de los que tuvieron el menor puntaje del 2% se encuentran el emprendimiento en turismo y educación. El sector comercial según la visión de las encuestadas brinda mejores oportunidades de crecimiento que otros sectores, sin embargo, no se excluyen los demás sectores económicos en donde la participación femenina de la muestra tiene influencia.

Gráfico 6

Recursos para inicio del emprendimiento

Recursos que utilizaste para iniciar tu emprendimiento
51 respuestas



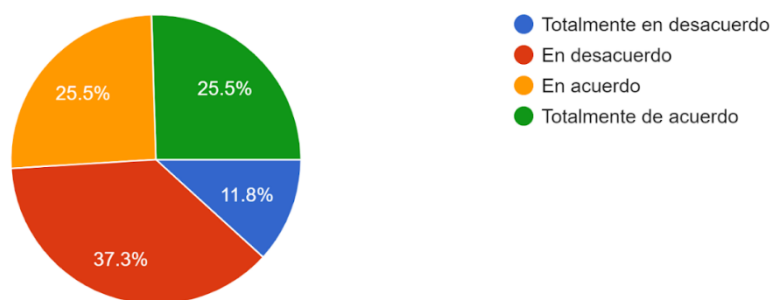
Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

Podemos analizar que, en cuanto a los recursos obtenidos por las mujeres, para desarrollar su emprendimiento son los ahorros personales, siendo éste el mayor puntaje con un 52.9%, se evidencia por igualdad con un 23.5% las mujeres que optan por recursos de financiamiento y apoyo familiar.

Gráfico 7

Igualdad de derechos en los puestos de poder y liderazgo

3.- Las mujeres gozan de los mismos derechos que los hombres para obtener puestos de poder y liderazgo
51 respuestas



Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

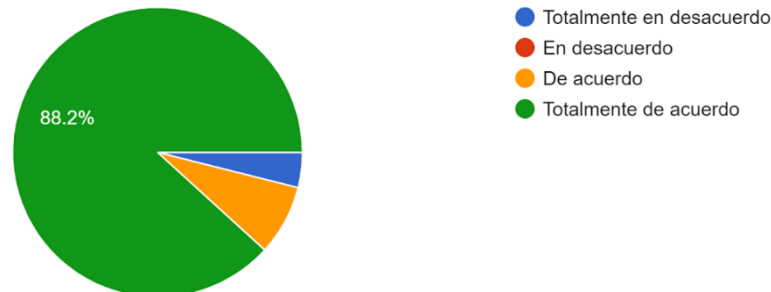
En cuanto a que las mujeres gozan de los mismos derechos que los hombres para obtener puestos de poder y liderazgo, se evidencia el mayor puntaje para las mujeres que están en desacuerdo con un 37.3%, así mismo un 25.5% de mujeres están en acuerdo y totalmente de acuerdo y con menor porcentaje para las mujeres que están totalmente en desacuerdo con un 11.8%.

Gráfico 8

Capacidad de las mujeres para ocupar puestos de poder

6.- Las mujeres tenemos la capacidad para ocupar puestos de poder y liderazgo

51 respuestas



Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

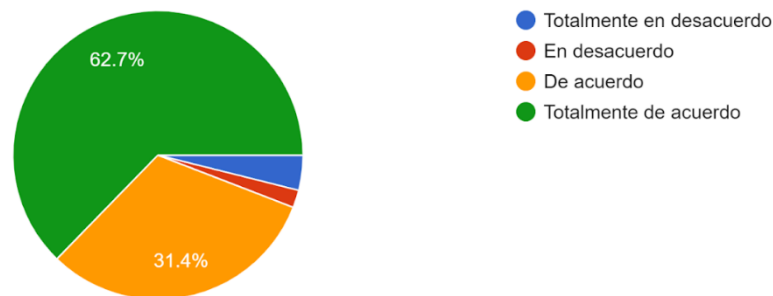
En cuanto a que mujeres tenemos la capacidad para ocupar puestos de poder y liderazgo, se observa un mayor puntaje para las mujeres que están totalmente de acuerdo, confiando en sus capacidades de liderazgo con un 88.2%, un 7.8% están de acuerdo y con un menor puntaje de 3.9% de mujeres están totalmente en desacuerdo.

Gráfico 9

Las buenas líderes son perseverantes

8.- Las buenas líderes son perseverantes

51 respuestas



Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

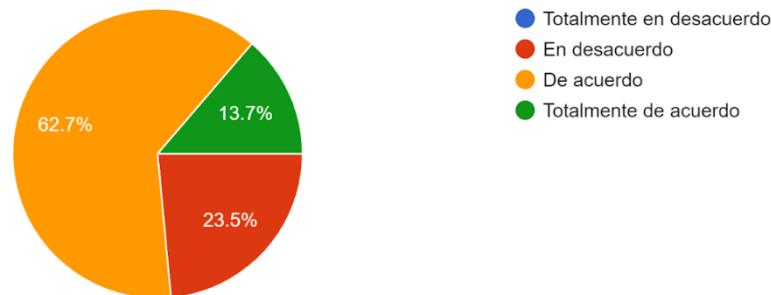
Se evidencia en cuanto a que las buenas líderes son perseverantes, se observa un mayor puntaje para las mujeres que están totalmente de acuerdo con un 62.7%, seguido de un 31.4% de mujeres que están de acuerdo, un 3.9% está totalmente en desacuerdo y con un menor puntaje del 2% para las que están en desacuerdo. Una característica de las lideresas es la perseverancia, así se logra evidenciar en las encuestadas, puesto que son conscientes de los limitantes dentro del mundo del mercado laboral y principalmente en la lucha constante por alcanzar sus metas personales.

Gráfico 10

Contar con conocimientos para participar en procesos políticos

12.- Es necesario que las mujeres tengan conocimientos para que la mujer participe en procesos políticos

51 respuestas



Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

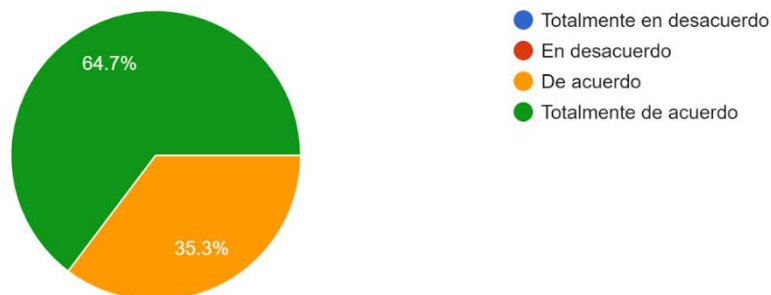
En cuanto a que es necesario que las mujeres tengan conocimientos para que la mujer participe en procesos políticos, se observa un mayor puntaje para las mujeres que están totalmente de acuerdo con un 62.7%, seguido de un 13.7% de mujeres que están totalmente de acuerdo y con un menor puntaje del 23.5% para las que están en desacuerdo.

Gráfico 11

Responsabilidad en las decisiones

21.- Yo tomo las decisiones importantes para mi vida

51 respuestas



Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

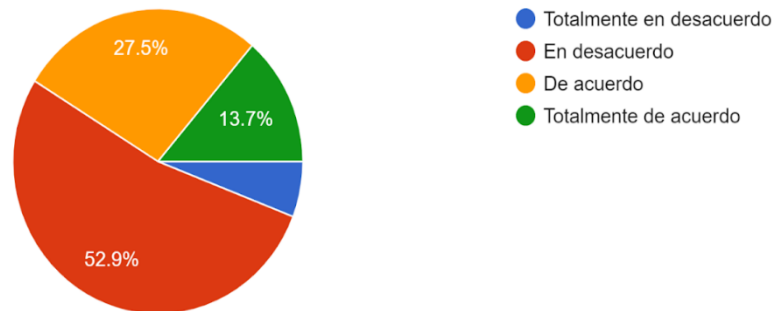
En cuanto a que cada una toma las decisiones importantes para su vida, se observa un mayor puntaje para las mujeres que están totalmente de acuerdo con un 64.7%, seguido de un 35.3% de mujeres que están de acuerdo en tomar sus propias decisiones.

Gráfico 12

Toma de oportunidades

30.- Las mujeres y los hombres tenemos las mismas oportunidades para acceder a todo tipo de empleos

51 respuestas



Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

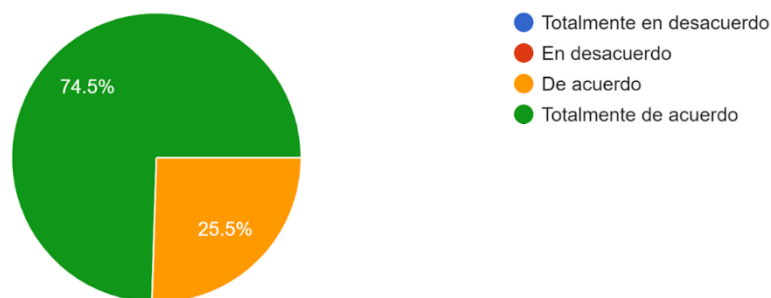
En cuanto a que las mujeres y los hombres tienen las mismas oportunidades para acceder a todo tipo de empleos, se observa un mayor puntaje para las mujeres que están en desacuerdo con un 52.9%, seguido de un 27.5% de mujeres que están de acuerdo, un 13.7% están totalmente de acuerdo y con un menor puntaje del 5.9% para las mujeres que están totalmente en desacuerdo.

Gráfico 13

Importancia de los ingresos en las mujeres

32.- Creo que es importante que las mujeres tengan ingresos económicos propios

51 respuestas



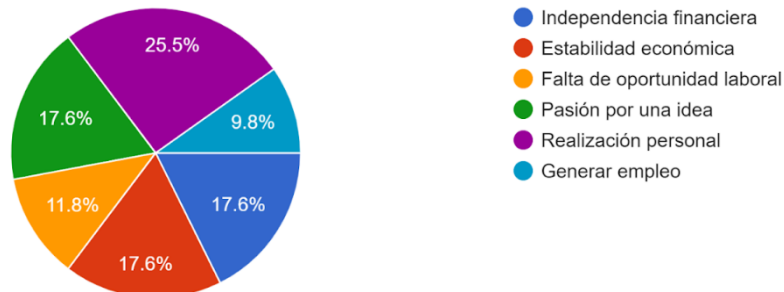
Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

En cuanto a que es importante que las mujeres tengan ingresos económicos propios, se observa un mayor puntaje para las mujeres que están totalmente de acuerdo en tener una independencia económica con un 74.5%, seguido de un 25.5% de mujeres que están de acuerdo.

Gráfico 14

Motivo por el cual las mujeres decidieron emprender

34.- Cuál fue tu principal motivación para emprender
51 respuestas



Fuente: Encuesta realizada en la plataforma Google Forms (2023).

Finalmente, en cuanto a cuál fue la principal motivación que las llevó a emprender, evidenciamos que hay similitudes en las respuestas obtenidas, con un mayor porcentaje de 25.5% para las mujeres motivadas a emprender para lograr su realización personal, un 17.6% por igual a las mujeres cuya motivación fue pasión por una idea, independencia financiera y estabilidad económica, y con un menor puntaje de 9.8% para las mujeres que su motivación fue la de generar empleo.

El empoderamiento femenino ha tenido diferentes momentos a lo largo y ancho del mundo generando impactos positivos en la sociedad, principalmente en la comunidad femenina, en este sentido este estudio pretende mostrar las situaciones y experiencias de las mujeres del Valle del Cauca quienes tomaron la decisión de emprender, en conjunto con todas sus características e historias de vida.

A razón de lo anterior, según la información recolectada de las mujeres entrevistadas, se destaca que en la mayoría de los casos de emprendimiento de estas mujeres se recurren a capital recolectado por ellas mismas, también mencionan que el apoyo familiar fue una constante principal para decidir emprender, aunado la situación económica y circunstancias personales que las impulsaron a crear empresa en Colombia. Del mismo modo, la constante de las emprendedoras en el país está ligada principalmente a los contextos de desarrollo y la disponibilidad en el sentido de oportunidades que tengan para generar procesos que potencialicen sus ideas de negocio. En este sentido, se resaltan en los resultados los elementos de empoderamiento, puesto que al tener las mismas condiciones que los hombres en parte se coartan por las condiciones sociales de sus entornos. Si bien es cierto que no existe delimitación ante la ley para emprender y mucho menos para procesos de empoderamiento, también lo es que el contexto juega un papel importante en el nivel de éxito o fracaso de las unidades de negocio que las mujeres puedan tener.

De igual manera, se muestra que el nivel de empoderamiento de estas mujeres empresarias, está por encima de la media estándar a nivel general, dando como resultado que progresivamente sus negocios y participación en el mercado sea considerable. Esto se muestra en el nivel de influencia que tienen en los nichos de mercado los cuales abordaron las entrevistadas liderando el sector comercio. Dadas las circunstancias que se han presentado para las encuestadas se muestran diferentes facetas individuales en las que destacan la capacidad de prever las necesidades en los nichos de mercado, impactando de manera positiva en el mercado comercial y gestionando los recursos necesarios para

hacer crecer sus unidades de negocio. La lectura constante que realizan estas mujeres les permite generar estrategias que suman elementos importantes dentro de sus propios emprendimientos, esto favorece no solo sus negocios, sino su propia capacidad de adaptarse a los cambios y responder de manera eficaz y eficiente a un mercado cada vez más aversivo.

Por último, las capacidades demostradas por parte de las encuestadas solo generan en ellas mismas un proceso de crecimiento personal que impacta en su vida laboral y comercial, dando como resultado un crecimiento a niveles exponenciales, que en últimas instancias favorecerá su núcleo familiar y sus capacidades de adaptarse a los cambios.

CONCLUSIÓN

Las economías globales han generado cambios significativos en la manera de vivir de los seres humanos, puesto que se han venido generando fenómenos sociales relacionados con el trabajo y el mercado que propician que diferentes grupos sociales decidan incursionar en estos contextos con diferentes propuestas que funcionan en la medida que abren brechas que incluyen el género, la condición social, el nivel educativo entre otros. De igual manera, las mujeres han venido incursionando desde hace algunas décadas en el ambiente del crecimiento económico teniendo un proceso de participación cada vez más importante. Por lo tanto, esta investigación se centró en el empoderamiento de mujeres emprendedoras como actoras principales en la economía del Valle del Cauca - Colombia llegando a las siguientes conclusiones.

Con relación a los retos y desafíos encontrados por parte de las mujeres emprendedoras en el Valle del Cauca se expone que parte de los procesos vividos forjaron la capacidad de entender y comprender el contexto de acción en el cual se desenvuelven estas mujeres. Parte de la capacidad de resiliencia desarrollada por estas mujeres se desarrolló en aspectos personales y contextuales. Así mismo, el apoyo del círculo familiar es determinante en estas mujeres, puesto que potencializa sus capacidades de empoderamiento, así como su capacidad de generar cambios significativos en la sociedad u contextos inmediatos.

Ahora bien, el nivel de emprendimiento en el Valle del Cauca va en aumento, puesto que en gran medida son más mujeres las que se suman a las filas del empoderamiento en la región. En este sentido, las encuestadas han demostrado que parte del incentivo que las moviliza a ingresar al mundo del mercado y la empresarialidad está delimitado por voluntad propia y por alcanzar procesos de independencia financiera y en varios casos también se muestra por mejorar las condiciones económicas de sus familias.

En relación a las estrategias que se pueden implementar para potencializar su empoderamiento, en primera instancia mejorar las capacidades individuales tanto de gestión y crecimiento personal para potencializar la creencia en sí mismas y generar procesos de cambio positivo que se evidencian en la vida diaria de cada una de ellas; otra estrategia que se recomienda se relacionan con los procesos de capacitación real y puntual sobre sus unidades de negocio direccionada por profesionales que les permitan potencializar sus unidades de negocios generando emprendimiento que destaque por sus características de innovación y desarrollo en sus contextos de influencia; otra estrategia es la creación de gremios asociados por nichos de mercado que permita la puesta en marcha de planes de acción de crecimiento en conjunto generando procesos de competencia sana en cada uno de los municipios y sus alrededores destacando principalmente las características de cada unidad de negocio, esto brinda una pauta única y diferente que potencialice el desarrollo de cada negocio.

REFERENCIAS

Alvarado, E., Morales, D., & Ortiz, J. (2021). Emprendimiento de nanoempresas en el empoderamiento de mujeres neolonesas. *Revista mexicana de sociología*, 83(4), 863-895. Epub 13 de diciembre de 2021. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032021000400863&lng=es&tlng=es.

Ávila, A., Cheyne, J. y Guzmán, M. (2019). *Innovación pedagógica: el arte de emprender*. Bogotá D.C. Colombia, Editorial Universidad del Rosario. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uniminuto/117723?page=18>.

Castiblanco, S. (2022). El empoderamiento femenino como estrategia para la igualdad de género. Un análisis multidimensional. *Documentos de política*. No. 16. ISSN 2538-9491. 1-42. Recuperado de: <https://cider.uniandes.edu.co/sites/default/files/img/Boletines/2022/marzo-2022/Documento%20Suelen%20Castiblanco%20f.pdf>

Confecámaras (2023). Más de 310 mil empresas se crearon en Colombia en el 2022. Confecámaras, Bogotá, Colombia. Consultado el 24 julio de 2023. Recurso virtual disponible en: <https://confecamaras.org.co/noticias/865-mas-de-310-mil-en-empresas-se-crearon-en-colombia-en-2022#:~:text=Más%20de%20310%20mil%20en,en%20Colombia%20en%202022%20-%20Confecámaras>

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.

Grimaldi-Puyana, M. (2020). *Innovación docente en ciencias de la actividad física y el deporte: emprendimiento y empoderamiento para la gestión y dirección de eventos en la actividad física, el deporte de ocio y recreación*. Madrid, Dykinson. <https://elibro.net/es/ereader/uniminuto/129593?page=274>.

Johnson, L. (2015). El empoderamiento y la autonomía de las mujeres. *Journal of Women's Empowerment*, 10(3), 101-120.

Organización Internacional del Trabajo (2014). *Tendencias Mundiales del Empleo 2014: ¿Hacia una recuperación sin creación de empleos?* p. 19. Consultado aquí el 23 de enero de 2015: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_233953.pdf

ONU Mujeres (s.f). *La situación de las mujeres en Colombia*. ONU mujeres en Latinoamérica y el Caribe. Recurso virtual disponible en: <https://colombia.unwomen.org/es/onu-mujeres-en-colombia/las-mujeres-en-colombia>

ONU Mujeres (2022). *Fortalecimiento de la empresarialidad de las mujeres para su posicionamiento en la economía centroamericana*. ONU Mujeres – Programa MELYT y Alterna. 1-68. Recurso virtual disponible en: <https://lac.unwomen.org/sites/default/files/2022-02/Fortalecimiento%20de%20la%20empresarialidad%20de%20las%20mujeres%20v02.pdf>

Perilla Ruíz, L., Ruíz Sánchez, M. del C., & Peña Ulloa, L. G. Y. (2022). Emprendimiento femenino para lograr el empoderamiento económico. *Desarrollo Gerencial*, 14(2), 1–28. <https://doi.org/10.17081/dege.14.2.5252>

Silvestre, M. y Escudero, E. (2014). *El empoderamiento de las mujeres como estrategia de intervención social*. Bilbao, Spain: Publicaciones de la Universidad de Deusto. <https://elibro.net/es/ereader/uniminuto/42743?page=35.36>

Silva, C. y Martínez, M.(2004). Empoderamiento: Proceso, Nivel y Contexto. *Psykhe* (Santiago), 13(2), 29-39. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22282004000200003>

Smith, J. (2010). El proceso de empoderamiento: Teoría y aplicaciones. *Revista de Psicología Social*, 25(1), 78-95.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Zimmerman, M. A. (1995). Psychological Empowerment: Issues and Illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 569-579. Disponible en <https://link.springer.com/article/10.1007/BF02506983>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](#) 