

Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá

*Informal entrepreneurship and gender: Characteristics
of peddlers in Bogotá*

*Empreendedorismo informal e gênero: uma
caracterização dos vendedores ambulantes em Bogotá*

Suelen Emilia Castiblanco Moreno¹

Universidad de la Salle
secastiblanco@unisalle.edu.co

Recibido: 18-04-17

Aprobado: 02-11-17

¹ Magister en Estudios Interdisciplinarios en Desarrollo.

Resumen

La vinculación de las mujeres al mercado laboral es un elemento central en su proceso de empoderamiento, y el emprendimiento es una herramienta clave para el logro de este objetivo. Sin embargo, se estima que solo un cuarto de los emprendedores en América Latina crea emprendimientos que mejoren sus condiciones de vida (Corporación Andina de Fomento, 2013). En ese sentido, este estudio tuvo por objeto caracterizar socio-demográficamente la población emprendedora informal y la relación entre estas características y el género del emprendedor. Con tal fin, se siguió una estrategia metodológica mixta (correlacional no causal y de análisis de contenido) a partir de los datos recogidos de una muestra de 586 individuos. Los resultados muestran que los individuos inician este tipo de actividades ante las restricciones existentes en el mercado laboral formal y que las disparidades entre hombres y mujeres que existen en el mercado formal se trasladan a los mercados informales.

Palabras clave: mercado de trabajo; empleo de las mujeres; participación de los trabajadores.

Abstract

The participation of women in the labor market is a fundamental element in their empowerment process, and entrepreneurship is a key tool to accomplish this objective. However, it is estimated that only a quarter of entrepreneurs in Latin America create ventures that improve their living conditions (Corporación Andina de Fomento, 2013). The purpose of this study was a socio-demographic characterization of both informal entrepreneurial population and the relationship among these characteristics and the gender of the entrepreneur. To this end, a mixed methodological strategy (non-causal correlation and content analysis) was followed from the data collected from a sample of 586 individuals. The results show that individuals initiate this type of activities to address the existing restrictions in the formal labor markets; and that the existing disparities between men and women in the formal labor market are transferred to the informal ones.

Key Words: labor markets; women employment; workers participation.

Resumo

A vinculação das mulheres no mercado de trabalho é um elemento central no seu processo de empoderamento, e o empreendedorismo é uma ferramenta chave para atingir esse objetivo. No entanto, estima-se que apenas um quarto dos empreendedores da América Latina criam empreendimentos que melhorem suas condições de vida (Corporación Andina de Fomento, 2013). Nesse sentido, este estudo tem como objetivo caracterizar demográficamente a população empreendedora informal e a relação entre essas características e o gênero do empreendedor. Para este fim, utilizou-se uma estratégia metodológica correlacional não causal mista e uma análise de conteúdo com base em dados coletados de uma amostra de 586 indivíduos. Os resultados mostram que os indivíduos iniciam esse tipo de atividade devido as restrições existentes no mercado de trabalho formal e que as disparidades entre homens e mulheres que existem no mercado formal são transferidas para os mercados informais.

Palavras-chave: mercado de trabalho; emprego de mulheres; participação de trabalhadores.



Este trabajo está bajo la licencia Creative Commons Attribution 3.0

¿Cómo citar este artículo? / How to quote this article?

Castiblanco-Moreno, S. E. Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá. *Sociedad y Economía*, (34), 211-228. <https://www.doi.org/10.25100/sye.v0i34.6479>

1. Introducción

La informalidad laboral es uno de los mayores desafíos de los países en situación de desarrollo; esta problemática involucra temas que van desde los riesgos a los que se exponen los trabajadores para conseguir un ingreso mínimo, hasta las elevadas presiones sobre los sistemas de seguridad social debido a los miles de individuos que no aportan a salud y pensión.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas –DANE– de Colombia estimó que en el trimestre móvil septiembre-noviembre de 2017, en las 13 ciudades principales 47,4% de la población ocupada trabajaba de manera informal y lo mismo sucedía con 48,5% en otras 23 ciudades². Si bien esta cifra ha tenido un comportamiento decreciente desde el 2009, cuando estas cifras eran de 52,1% y 53,4% respectivamente, la situación no parece dar muestras de una mejora significativa. Además, aun cuando el 93,4% de la población registró tener acceso a seguridad social en salud, solo 48,3% aportó al régimen contributivo y 36,6% a pensión (DANE, 2018).

En este marco, el autoempleo o emprendimiento ha cobrado importancia como estrategia de generación de ingresos para personas que, por razones de tiempos, baja cualificación o poca experiencia, entre otros, enfrentan problemas de vinculación a los mercados laborales formales. Así, por ejemplo, el Banco Interamericano de Desarrollo cuenta con un Centro de Emprendimiento orientado a brindar ayuda a emprendedores nacientes para crear sus propios negocios, centrándose en “la persona más que en una idea de negocios” (Vicens y Grullon, 2011, p. 3).

Otra muestra del papel creciente del emprendimiento, en este caso en Colombia, es su presencia en las universidades y colegios. A partir de la Ley 1014 de 2006, se hizo obligatorio que

los colegios cuenten con una cátedra de emprendimiento o emprendimiento, y en el 2016, 112 universidades del país se habían sumado a la red REUNE, iniciativa de la Asociación Colombiana de Universidades –ASCUN– para “potenciar las industrias creativas alrededor de las tecnologías de la comunicación y la información” (ASCUN, 2016).

El ejemplo anterior pone de manifiesto la apuesta del país por constituir emprendimientos formales que permitan luchar contra la informalidad laboral. Sin embargo, el panorama actual dista de ser el planeado. En Colombia, la tasa de supervivencia de nuevas empresas es baja: 61% en tres años, y 42,9% en cinco años (Red de Cámaras de Comercio - Confecámaras, 2017). Sumado a esto, el emprendimiento informal ha tenido un crecimiento exponencial; el DANE (2018) estima que, de la totalidad de empleados informales, el 61,4% de los trabajadores informales son trabajadores por cuenta propia, que se desempeñan de forma mayoritaria en el sector de comercio, hoteles y restaurantes. En otras palabras, y en concordancia con lo planteado por la Corporación Andina de Fomento (CAF, 2013), el emprendimiento en Colombia está más cerca de la precariedad de la informalidad que de la estabilidad de la formalidad.

También es importante resaltar que, para el caso colombiano, 49% de las mujeres ocupadas son trabajadoras informales (DANE, 2018), lo que repercute en empleos de menor calidad, irregulares, en muchos casos invisibilizados, y que las convierten en los agentes más débiles en los mercados de trabajo. Así, en la medida en que las experiencias y conocimientos de las mujeres han sido denigrados, sus actividades empresariales son valoradas como menos exitosas o son marginalizadas (Chant y Pedwell, 2008).

Es en este escenario que se hace pertinente entender las características de este tipo de emprendimiento, conocer con mayor profundidad la población que desarrolla este tipo de actividad productiva, sus razones, perspectivas de crecimiento, entre otras. Solo ampliando la información disponible será posible diseñar

2 Se utiliza la medición de la informalidad según tamaño de empresa (hasta cinco trabajadores).

políticas que cumplan con el propósito de una vinculación exitosa a los mercados laborales. Así, el estudio busca aportar a la caracterización de la población emprendedora informal, en la forma de emprendedores de subsistencia o vendedores ambulantes en la ciudad de Bogotá, adicionando un factor importante, que es el análisis diferencial entre hombres y mujeres. El documento se divide en cuatro apartados, el primero presenta una revisión de literatura sobre emprendimiento, género e informalidad, el segundo describe la metodología que se siguió en el estudio, el tercero presenta los resultados del trabajo de campo, y el cuarto plasma las conclusiones y áreas futuras de trabajo.

2. Emprendimiento, género e informalidad

Las investigaciones sobre los perfiles de las emprendedoras, así como las características diferenciales entre sus actividades productivas con respecto a las de los hombres, se han consolidado como uno de los campos académicos de mayor crecimiento en los estudios sobre emprendimiento y género.

Respecto a los perfiles de las mujeres emprendedoras en América Latina, Heller (2010) encontró que, en su mayoría, las emprendedoras comienzan sus actividades con el propósito de aplicar sus conocimientos o generar sus propios ingresos, al tiempo que cuentan con mayor flexibilidad horaria para hacer compatibles su trabajo y familia.

En este mismo sentido, las mujeres emprendedoras tienen niveles de formación académica más altos que la media, su rango de edad se concentra entre los 31 y 45 años, sus emprendimientos obedecen más a necesidad que a vocación y trabajan con mayor frecuencia en los sectores de comercio, hoteles y restaurantes, y servicios. Frente a este último elemento, es importante mencionar que las empresarias tienden a concentrarse en el sector minorista y con asociación con actividades consideradas como femeninas, y en muchos casos, estas actividades se convierten en alternativas para quienes no

pueden vincularse a actividades formales (Buendía-Martínez y Carrasco, 2013; Heller, 2010).

Los hallazgos de Heller (2010) coinciden con lo que han identificado otros estudios de la región. Guerrero, Canibe, Armentero, López y Reyna (2013) en un estudio con emprendedoras en la ciudad de Torreón, México, encontró que la mayor parte de las mujeres son casadas, con dependientes económicos, tienen carreras profesionales y poca experiencia profesional. Estudios en Argentina (Rábago, D'Annunzio y Monserrat, s.f), Chile (Amorós y Pizarro, 2006; Coronado, 2014), España (Olaz y Ortiz, 2015), Emiratos Árabes Unidos (Kargwell, 2012) y Japón (Leung, 2009) encuentran características similares a las mencionadas en las emprendedoras.

Para el caso colombiano, existen pocos trabajos que presenten los perfiles de las mujeres emprendedoras (Arango y Pineda, 2012; Daza, Sánchez y Sandoval, 2010; Escobar y Villa, 2016). Resalta el trabajo de Pineda (2014) que realiza una caracterización de las mujeres emprendedoras en Bogotá del sector de la belleza, y encuentra que, adicional a las características anteriores, las mujeres se ven relegadas a las tareas con menores ganancias, y sus emprendimientos se realizan en un contexto de alta informalidad, segmentación y competencia.

Ahora bien, en cuanto a las características diferenciales entre los emprendimientos de hombres y mujeres, la evidencia empírica no es concluyente. A finales del siglo XX, Fisher, Reuber y Dyke (1993) afirmaban que algunos hallazgos guardaban relación con las teorías feministas liberales, que consideran que todos los seres humanos son iguales; lo cual lleva a explicar las diferencias observadas entre hombres y mujeres debido a la falta de acceso de las mujeres a oportunidades que les permitan desarrollar de forma plena sus potencialidades. Pero, las autoras también señalan que es posible encontrar evidencia que se articula con las teorías feministas sociales que afirman que hay diferencias entre hombres y mujeres desde los primeros momentos de la vida y que estas divergencias moldean

su visión del mundo y cada uno de los aspectos de sus vidas.

Esta aparente contradicción ha empezado a ser mejor comprendida a partir de la mayor cantidad de trabajos en la materia. Así, por ejemplo, los hallazgos empíricos muestran un trato diferencial a hombres y mujeres por su sexo en cuanto a la elección de las actividades empresariales (Kargwell, 2012; Little, 2016; Parvin, Rahman y Jia, 2012), la diversificación de los productos (Arango y Pineda, 2012; Little, 2016), la toma de decisiones administrativas (Arango y Pineda, 2012; Franck, 2012; Little, 2016; Malach, Lerner y Schwartz, 2010; Parvin, Rahman y Jia, 2012), y la administración del tiempo (Clancy, 2007; Kabeisi, 2010; Leung, 2011).

Sin embargo, estas diferencias no parecen trasladarse al desempeño y éxito de los negocios administrados por hombres y mujeres. Por el contrario, las distinciones percibidas son producto de sesgos dentro de la literatura sobre emprendimiento que sugiere una superioridad de las “actitudes y comportamientos masculinos”, y una debilidad propia de las mujeres (Carter, Marlow y Bennett, 2012; Langowitz y Minnitti, 2007; Marlow y McAdam, 2013).

Incluso, más allá del éxito empresarial medido en términos de indicadores financieros, Hanson (2009), a partir de sus estudios con datos de Botswana, Perú y Estados Unidos, encontró que las mujeres generan cambios individuales así como en la sociedad a través de sus emprendimientos. Estos cambios se concentran en la transformación de las ideas preconcebidas sobre el género, la medición del éxito empresarial en términos del bienestar colectivo y la mentoría a otras mujeres empresarias.

2.1 Informalidad y género

La relación entre informalidad y género no es casual o irrelevante. De hecho, es la expresión de las condiciones desiguales en las que las mujeres entran al trabajo remunerado. La desigualdad horizontal en el retorno de la educación y la mayor flexibilidad de estos empleos, que permite

compatibilizar mejor el empleo y las tareas reproductivas a su cargo, son solo dos de los factores que explican la alta participación de mujeres en empleos informales (Arango y Pineda, 2012; Espino, 2012).

El trabajo por cuenta propia como componente importante de la informalidad, les permite a las mujeres evadir características propias de la segmentación laboral como el “techo de cristal” y el “suelo pegajoso”³. No obstante, en la mayoría de casos se basa en las destrezas y habilidades adquiridas a través de la socialización de género, es decir del aprendizaje de tareas definidas tradicionalmente como “femeninas”, lo que termina por consolidar el círculo de la división sexual del trabajo y la segmentación (Arango, 2011; Little, 2009).

Además, los emprendimientos de las trabajadoras por cuenta propia tienden a responder a factores de “presión”⁴, como la carencia de ingresos, la insatisfacción con trabajos anteriores, las dificultades para encontrar un trabajo o la necesidad de horarios flexibles; emprendimientos que la evidencia empírica ha demostrado son más débiles (Agencia de Cooperación Internacional Sueca para el Desarrollo, citada por Espino, 2005).

Aun cuando los numerosos trabajos y esfuerzos de organismos internacionales (CEPAL, 2008; Heller, 2010; Maruani, 2002; Pineda, 2005; 2013) por comprender y eliminar las condiciones de desventaja en las que las mujeres entran a los mercados de trabajo y evaluar los impactos negativos de este fenómeno en el desarrollo y crecimiento económico de los países, la

3 “Alude a las fuerzas que atan a las mujeres a la base de la pirámide económica debido a la sobrecarga de trabajo doméstico y de cuidados, así como las responsabilidades y cargas afectivas y emocionales que en el ámbito doméstico recaen de manera predominante sobre las mujeres, dificultando o impidiendo el desarrollo de una carrera laboral” (Espino, 2012, p. 235).

4 Contrario a los factores de empuje, entre los que se cuentan el afán de independencia, el deseo de realización personal, el impulso empresarial, la búsqueda de ingreso adicional o independencia financiera (Duchéneaut, citado por Espino, 2005).

situación no da signos de mejoría. Por ejemplo, para el caso colombiano, Pineda y Acosta (2009) muestran que los hombres ganan en promedio 1,2 veces más que las mujeres con igual nivel de educación, presentan mayores variaciones porcentuales en los salarios promedios mensuales en cada decil de ingresos⁵ y son menos sensibles (como empleados informales) a las variaciones negativas en los ingresos mensuales.

La solución para la segregación de las mujeres, no solo en los mercados de trabajo sino en otras esferas privadas y públicas donde actúan, está estrechamente relacionada con su liderazgo en la lucha por estas demandas, su reconocimiento de las causas de las situaciones de subordinación a las que se enfrentan y la comprensión de la importancia que tienen sus exigencias en las configuraciones de poder entre los sexos. Es aquí donde reside la importancia capital del empoderamiento de las mujeres (Ramani, Thutupalli, Medovarszki, Chattopadhyay, & Ravichandran, 2013; Ghebregiorgis, Mehreteab, & Hailemariam, 2015).

3. Metodología

Esta investigación siguió una metodología mixta exploratoria y descriptiva. De acuerdo con Pérez y Herrera (2011) los estudios exploratorios son útiles cuando hay poca información disponible sobre el fenómeno a estudiar, y se desea identificar las variables de interés y las relaciones entre las mismas. Por su parte, los estudios descriptivos permiten caracterizar poblaciones o fenómenos, establecer relaciones entre

5 Este hecho es particularmente llamativo. En el decil 2 los salarios mensuales de los hombres (en el periodo 2001-2008) experimentaron una variación de 46,1% frente a una de 41,7% en el caso de las mujeres, lo que implica una diferencia de 4,4%; entre tanto, en el decil más alto, la variación de los hombres es de 34,6% y la de las mujeres de 28,1%, una diferencia de 6,5%. Ante el supuesto de que un mayor salario está relacionado con mayores niveles de educación y experiencia, y que hombres y mujeres trabajan el mismo número de horas, estos datos sugerirían el llamado “techo de cristal”, las mujeres tienen menores ingresos dado que no importa si su calificación es igual a la de sus contrapartes hombres, los trabajos directivos (y mejor remunerados) son tradicionalmente para ellos.

categorías y variables, y sentar las bases para trabajos de orden correlacional o explicativo.

De acuerdo con el DANE (2018), el mayor componente de la informalidad laboral en las 13 ciudades y áreas metropolitanas son los trabajadores por cuenta propia con una participación de 59,8%. Asimismo, el sector de comercio, hoteles y restaurantes cuenta con la mayor proporción de trabajadores informales con 65%. Finalmente, 97,2% de las personas que trabajan en quioscos y casetas y 82,34% de quienes trabajan en sitios descubiertos en la calle son trabajadores informales.

Aun cuando los trabajadores por cuenta propia informales son un grupo poblacional con una amplia participación en el mercado laboral, la información disponible es bastante limitada debido, sobre todo, a su alta movilidad espacial y falta de confianza en las instituciones gubernamentales. Para el caso de Bogotá, se han realizado caracterizaciones socio-demográficas de los vendedores ambulantes de la zona céntrica (Camacho, 2005), de la localidad de Chapinero (Rincón y Soler, 2015) y de los vendedores pertenecientes al “Registro de vendedores informales” de la ciudad de Bogotá, que para el 2016, según el Instituto Para la Economía Social sumaban 50.038 individuos (IPES, 2016).

En el 2016, Bogotá contribuyó con 25,7% del producto interno bruto –PIB– (DANE, 2017a) y con 38,8% a la distribución porcentual de la población ocupada (DANE, 2017b), lo que la convierte en la ciudad más importante del país. Sin embargo, para el último trimestre del 2017, la tasa de informalidad en la ciudad fue de 42,5%, lo que la ubica ligeramente por debajo de la proporción nacional del 47,4% (DANE, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, este trabajo se centró en realizar una caracterización socio-demográfica de los vendedores ambulantes en Bogotá (emprendedores informales). Con tal fin, se partió de una muestra de 44.365 vendedores registrados en el IPES en el 2014. Es importante mencionar, que adicional a la información del IPES, este estudio se centró en

identificar las características diferenciales de los emprendimientos de hombres y mujeres.

Con este propósito, se construyó un instrumento con dos secciones. La primera indagó por las características socio-demográficas de los vendedores y está compuesta por nueve preguntas. La segunda sección tiene seis preguntas que permitieron recoger información sobre la actividad empresarial y las principales características descritas en la literatura como diferenciales entre hombres y mujeres (aversión al riesgo, número de horas y días trabajados, razones para emprender, etc.).

Para la recolección de la información, se utilizó una técnica de muestreo aleatorio simple en las 21 localidades de la ciudad, con una mayor representación de aquellas áreas donde más trabajadores estuvieran registrados. Siguiendo la definición de la CAF (2013), se encuestaron personas entre los 18 y 64 años, que hubiesen estado trabajando en el mismo lugar durante al menos tres meses antes de la recolección de los datos⁶.

Respondieron la encuesta 295 mujeres y 285 hombres, de manera presencial durante un periodo de seis meses, en el lugar de trabajo de los vendedores. La información se procesó en el software Statistical Package for the Social Science. V. 24[®].

De forma adicional, tres hombres y tres mujeres participaron en una entrevista durante los meses de agosto y noviembre de 2014. Para su selección se utilizó un muestreo intencional con base en los criterios descritos para la aplicación de las encuestas. Esta información fue procesada en el software Atlas Ti[®], utilizando una codificación abierta, axial y selectiva. En la sección de resultados, se presentan algunos testimonios

de los entrevistados que permiten ampliar los hallazgos de los análisis estadísticos que se presentan.

4. Resultados y análisis de resultados

4.1 Caracterización demográfica

Guzmán y Rodríguez (2008), Franck (2012) y Kargwell (2012) encontraron en sus trabajos sobre caracterización de las mujeres emprendedoras que en su mayoría eran mujeres jóvenes, con niveles de educación superiores a la media de la población general y con experiencias laborales previas.

En el caso de los emprendedores de subsistencia en Bogotá, los resultados muestran que el mayor porcentaje de emprendedores hombres y mujeres se encuentra en el rango de 35 a 44 años con 27,37% y 27,12% de participación en el total, respectivamente; 41,40% de los hombres y 37,63% de las mujeres cuentan con educación básica secundaria (educación básica). Otras variables de caracterización poblacional incluidas en este trabajo son lugar de nacimiento y nivel de ingresos del hogar. En la tabla 1 se presentan las frecuencias relativas de estas variables.

De acuerdo con la CAF (2013), los emprendimientos en América Latina se caracterizan cada vez más por pertenecer a personas que ante la falta de oportunidades laborales en el sector formal deciden abrir negocios que generan bajos ingresos y adicionalmente les impiden acumular capacidades laborales, lo que les dificulta migrar hacia el sector formal con el paso del tiempo. De acuerdo con esta entidad, los trabajadores por cuenta propia se parecen más a los asalariados informales que a los formales o empleadores medianos y grandes, son en su mayoría mujeres, tienen menos nivel educativo, habitan en viviendas de baja calidad, se dedican menos a la industria y más al comercio y tienen menor inclusión financiera. Los hallazgos en esta sección del trabajo replican para el caso bogotano el escenario descrito.

6 De acuerdo con la legislación colombiana, todos los participantes firmaron un consentimiento informado. El propósito de las encuestas fue explicado por escrito y de forma oral. De forma adicional, la investigación se desarrolló bajo la Ley 1581 de 2012 que establece que "La información será procesada de acuerdo con los principios de legalidad, finalidad, veracidad, transparencia, acceso, circulación restringida, seguridad y confidencialidad" (Art. 4, Ley 1581/2012).

Tabla 1. Principales características socio-demográficas de los vendedores ambulantes de Bogotá

	Hombres (%)	Mujeres (%)
Edad		
Menor de 18 años		
19 - 24 años	1,75	2,03
25 - 34 años	7,37	7,12
35 - 44 años	20,00	21,69
45 - 54 años	27,37	27,12
55 - 64 años	25,61	24,07
Mayor de 64 años	12,28	15,59
Nivel de estudios		
Ninguno	5,61	2,37
Básica primaria	7,02	8,81
Básica primaria	31,58	37,63
Secundaria media	41,40	37,63
Secundaria completa académica	10,18	9,15
Secundaria completa técnica	6,32	4,75
Universitario	2,81	2,03
Posgradual	0,70	0,00
Lugar de nacimiento		
Bogotá	48,1	42,03
Capital de departamento	17,9	21,69
Ciudad intermedia	13,7	11,19
Pueblo o zona rural	19,6	24,07
Insular	0,35	1,02
Fuera del país	0,35	0,00
Estado civil		
En unión libre	42,46	35,59
Casada (o)	28,07	25,08
Viuda (o)	3,86	3,39
Separada (o)	5,614	12,88
Divorciada (o)	2,456	1,36
Soltera (o)	17,54	21,69
Principal contribuyente económico		
Entrevistada (o)	75,79	53,56
Pareja	14,74	33,56
Hijos > 18 años	1,05	2,71
Hijos < 18 años	0,35	1,02
Madre/padre	5,96	6,10
Suegra/suegro	0,00	0,00
Yerno/nuera	0,35	0,34
Otros	1,75	2,71
Nivel de Ingresos		
Menos de 1 SMMLV*	32,28	35,59
Entre 1 y 2 SMMLV	59,30	60,34
Entre 3 y 4 SMMLV	8,07	4,07
Más de 5 SMMLV	0,35	0,00

* Salario mínimo mensual legal vigente. En el 2014, año en el que se realizó el trabajo de campo, el SMMLV para Colombia era \$616.000. Este valor, atendiendo al valor promedio de la tasa representativa del mercado para el año de referencia (2.000,33) equivale a USD\$307,94.

Fuente: Elaboración propia con base en la información recopilada en el trabajo de campo.

4.2 Características diferenciales entre hombres y mujeres

Espino (2012) menciona que la participación laboral está correlacionada de forma positiva con el salario de mercado y negativa con el salario de reserva (o valor asignado al ocio o al tiempo en el hogar); en ese sentido, mayores ingresos familiares aumentarían el salario de reserva y disminuirían el salario de mercado. Las diferencias entre hombres y mujeres y su participación en el mercado laboral como emprendedores de subsistencia están determinadas por estas valoraciones.

Sin embargo, la mayor proporción de emprendedoras de subsistencia tienen pareja, lo que puede discutirse desde dos opciones: por un lado, puede que la división del trabajo dentro de los hogares esté cambiando, lo que implicaría que las mujeres ahora tienen más espacios y posibilidades de vincularse a los mercados laborales; por otro lado, puede que las decisiones de ingresar al mercado laboral estén determinadas por la necesidad de complementar los ingresos de los hogares (Espino, 2012). Los hallazgos soportan más la segunda explicación que la primera.

4.2.1 Caracterización de la actividad emprendedora

En este trabajo se indagó acerca de 10 características asociadas a la actividad emprendedora: actividad (sector), razones para iniciar el negocio, aversión al riesgo, aportes, duración de la actividad, continuidad en el trabajo de no ser necesarios los ingresos que provienen de él, horas de trabajo al día, días de trabajo a la semana, razones por las que se eligieron los productos que se venden y razones para no tomar un trabajo en el sector formal.

La tabla 2 muestra los resultados detallados de la caracterización de la actividad productiva de los emprendedores de subsistencia. En cuanto al tipo de actividad se encontró que el mayor porcentaje de la

población se dedica a la venta de alimentos, en el caso de los procesados (productos empaquetados, cigarrillos, jugos, etc.) con una participación de 34,74% de los hombres y 35,93% de las mujeres, y sin proceso industrial con participaciones de 17,89% y 20,68% respectivamente. En cuanto a la duración en la actividad, 84,21% de los hombres y 82,03% de las mujeres llevan trabajando más de 12 meses, y 73,33% de los hombres y 74,58% de las mujeres continuarían en su trabajo aun cuando no fuera “necesario” que lo hicieran.

Las características socio-demográficas de los emprendedores tienen fuerte incidencia en sus actividades productivas. De acuerdo con la CAF (2013), solo 25% de las microempresas de América Latina tienen la capacidad de convertirse en empresas medianas y grandes, y crear efectos multiplicadores en la economía; el restante 75% son emprendimientos de subsistencia. La baja capacitación e ingresos de los emprendedores hacen que sus negocios usen poco las tecnologías, no generen puestos de trabajo y, en contravía con la definición del emprendedor schumpeteriano, no creen nuevos productos o procesos. Asimismo, los “beneficios” monetarios de no pertenecer al sector formal (no pago de impuestos, entre otros) sumados a los no monetarios (flexibilidad horaria, etc.) son fuertes estímulos para permanecer en la informalidad, con salarios más cercanos a los de trabajadores asalariados informales que a los de independientes formales⁷.

7 Siguiendo a la CAF (2013, p. 117) las razones que promueven la existencia de emprendimientos de subsistencia pueden clasificarse en tres grandes grupos: “1. La escasez de demanda de trabajo de parte de las firmas medianas y grandes (que limitaría las oportunidades de trabajo asalariado) y su relación con la baja empleabilidad de muchos de los actuales microemprendedores; 2. Ciertas “fallas” del Estado que incrementan los incentivos para crear microempresas informales (posibilidades de evasión y los efectos de algunas formas de protección social); y 3. La conexión entre la segregación social y la falta de visibilidad de oportunidades laborales mejores que el autoempleo.

Tabla 2. Caracterización actividad productiva hombres y mujeres

	Hombres (%)	Mujeres (%)
Actividad productiva		
Productos agrícolas no procesados	14,39	11,86
Alimentos sin proceso industrial	17,89	20,68
Alimentos procesados	34,74	35,93
Hilados, tejidos, ropa y calzado	16,49	17,29
Artículos para el hogar e infantiles	4,91	4,75
Libros, folletos e impresos	6,32	5,76
Otros	5,26	3,73
Inicio actividad productiva		
Dificultad para encontrar trabajo	48,42	47,46
Generación de ingresos adicionales	11,58	13,90
Más ingresos que como empleado	17,19	13,56
Motivos de salud	7,72	5,76
Razones familiares	7,02	13,56
Aportes actividad productiva		
Menos de la mitad	16,49	19,66
Por partes iguales	25,26	34,58
Más de la mitad	25,96	19,66
Total	32,28	26,10
Aversión al riesgo		
Emplearse con un salario fijo con ingresos algo menores a los actuales	5,26	5,42
Emplearse con un salario fijo mucho menor a los ingresos actuales pero con parafiscales	23,86	26,78
Continuar en la misma actividad con un ingreso inestable pero algo mayor al actual	43,51	46,78
Arriesgar en una nueva actividad con ingreso posiblemente mayor al actual	27,37	21,02
Continuidad en el trabajo		
Sí	73,33	74,58
No	26,67	25,42
Tiempo en la actividad productiva		
Entre 3 y 12 meses	15,79	17,97
Entre 12 y 36 meses	28,07	27,80
Entre 37 y 120 meses	30,18	25,42
Más de 120 meses	25,96	28,81
Horas trabajo al día		
1 a 4 horas	1,05	2,38
5 a 8 horas	35,79	45,58
9 a 12 horas	50,18	43,20
Más de 12 horas	12,98	8,84
Días de trabajo a la semana		
1 - 2	0,36	0,68
3 - 4	1,43	3,39
5 - 6	56,07	51,53
7	42,14	44,41
Elección productos que vende		
Experiencia previa	25,96	17,63
Herencia familiar	11,58	12,88
Posibilidad de mayores ganancias	24,21	28,81
Parecido con las labores domésticas	3,51	4,07
Oportunidad	28,77	29,49
Otra	5,96	7,12
Razones para no tomar un trabajo en el sector formal		
Edad	21,13	20,14
Falta de competencia	24,30	23,89
Obligaciones familiares/restricciones	12,32	24,23
Peores condiciones laborales	28,52	21,50
Otra	13,73	10,24

Fuente: Elaboración propia con base en la información recopilada en el trabajo de campo.

4.2.2 Diferencias entre mujeres y hombres emprendedores de subsistencia

En relación con las diferencias entre emprendedores hombres y mujeres y su relación con la actividad productiva, Kargwell (2012) encontró diferencias en cuanto a la aversión al riesgo (las mujeres tienen niveles mayores de aversión al riesgo) y las motivaciones para iniciar el negocio; en ese sentido sus hallazgos muestran que las motivaciones para emprender están mayoritariamente relacionadas con sus deseos de obtener ingresos adicionales y las restricciones familiares de las que son sujeto. Por su parte, Parvin *et al.* (2012) hallaron diferencias en los sectores en los que se inscriben las actividades productivas de hombres y mujeres; así, los hombres usualmente se dedican a labores de reparación y otras actividades relacionadas con la tecnología, mientras que las mujeres trabajan en áreas relativas a la asistencia social, el cuidado y la fabricación de alimentos y artesanías.

A partir de la información recolectada, se utilizó una prueba Chi cuadrado para establecer asociaciones más allá de lo esperado entre el sexo del emprendedor y las diferentes características socio-demográficas y de la actividad productiva. Así, se encontraron asociaciones entre el sexo del emprendedor y: estado civil, inicio de la actividad productiva, principal aportante de ingresos, aportes para el hogar resultado de la actividad

productiva, promedio de horas al día y razones para tomar un trabajo en el sector formal (tabla 3).

En primer lugar, el 75,79% de los hombres son la fuente más importante de ingresos en el hogar frente al 53,56% de las mujeres que lo son; asimismo, solo 14,74% de los hombres afirmaron que su pareja es la principal aportante de ingresos en contraste con 33,56% de las mujeres.

En segundo lugar, los hombres señalaron con mayor frecuencia que aportan el total (32,28% versus 26,10% mujeres) y más de la mitad (25,96% versus 19,66% mujeres) de los ingresos del hogar; entre tanto, las mujeres afirmaron en su mayoría que aportan por partes iguales (34,58% versus 25,26% hombres) y menos de la mitad (19,66% versus 16,49% hombres). La respuesta más común entre los hombres fue aportar el total de los ingresos del hogar; en el caso de las mujeres la respuesta más frecuente fue el aporte por partes iguales.

En tercer lugar, las mujeres trabajan menos horas al día que sus contrapartes hombres; su participación es superior en los rangos de trabajo menos de 4 horas (2,38% versus 1,05% de los hombres) y entre 5 y 8 horas (45,58% versus 35,79% de los hombres); entre tanto, más hombres que mujeres afirman trabajar entre 9 y 12 horas (50,18% versus 43,20%) y más de 12 horas (12,98% versus 8,84%).

Tabla 3. Prueba Chi cuadrado para asociaciones entre sexo del emprendedor y características socio-demográficas y de la actividad productiva seleccionadas

Asociación	Valor	Significancia
Sexo * actividad productiva	2,24	,896
Sexo * edad	5,39	,494
Sexo * lugar de nacimiento	6,21	,286
Sexo * estado civil	12,74	,026**
Sexo * principal aportante de ingresos	35,86	,000*
Sexo * nivel de estudios	5,87	,437
Sexo * razón inicio de actividad productiva	9,82	,080***
Sexo * aportes originados por la actividad productiva	9,42	,024**
Sexo * nivel de ingresos del hogar	5,37	,146
Sexo * tiempo en la actividad productiva	2,01	,569
Sexo * promedio de horas al día	2,02	,000*
Sexo * aversión al riesgo	3,26	,353
Sexo * continuidad en el trabajo	,11	,733
Sexo * razón para elegir los productos que vende	6,43	,266
Sexo * razón para no tomar un empleo en el sector formal	15,83	,007**

*p < 0,01; **p < 0,05; ***p < 0,10

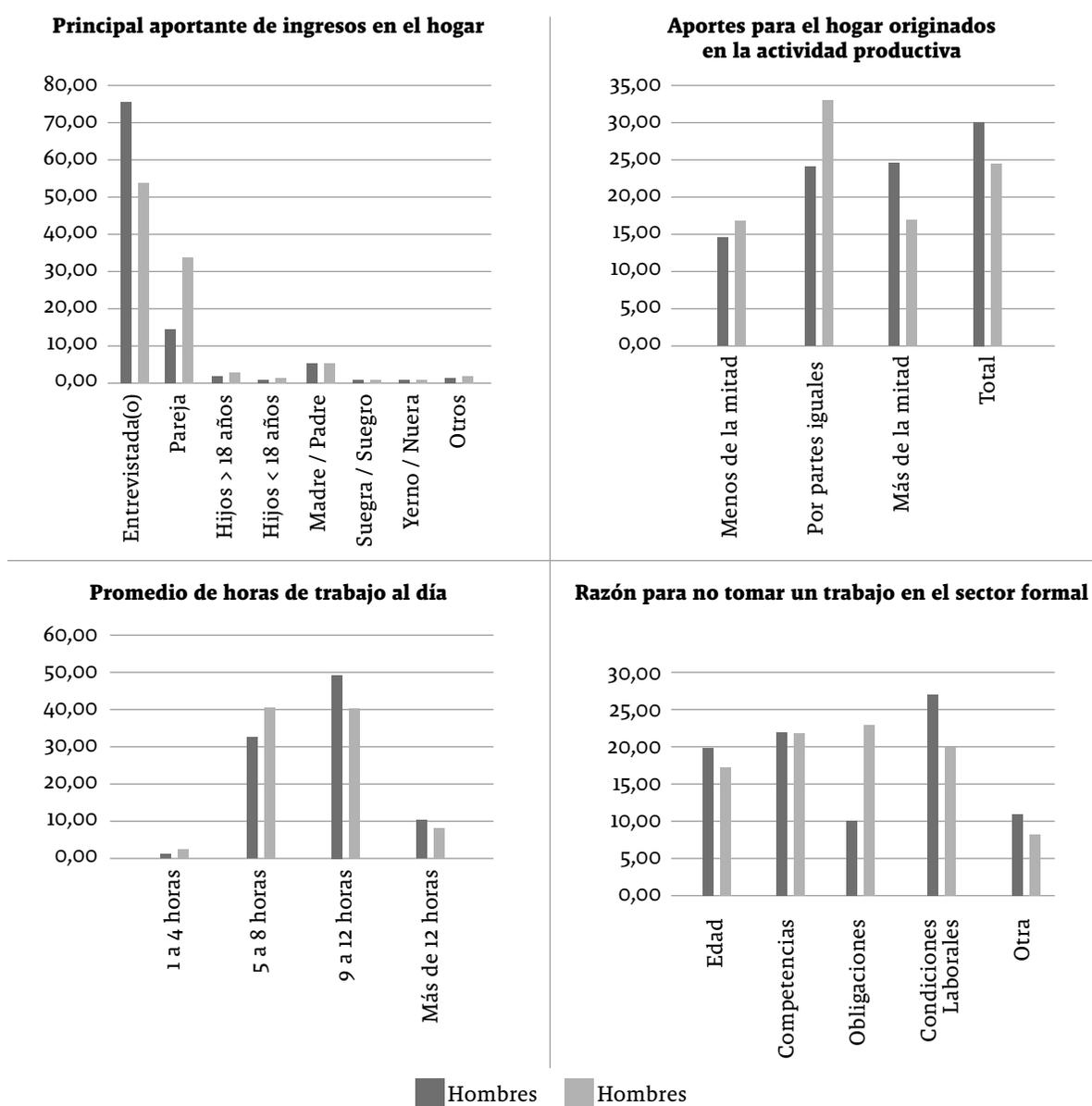
Fuente: Elaboración propia con base en la información recopilada en el trabajo de campo.

Finalmente, en el caso de las mujeres su principal razón para iniciar la actividad productiva fueron las obligaciones familiares o restricciones de su pareja (24,23%), ítem que para los hombres ocupó el último lugar en su lista de causas (12,32%). En el caso de los hombres, la razón primordial para no tomar un empleo en el sector formal fueron las malas

condiciones laborales (menores salarios, horarios más rígidos) a las que se enfrentarían (28,52%), para las mujeres esa causal fue la tercera más seleccionada (21,50%) (figura 1).

La inserción al mercado laboral de las mujeres, a pesar de los avances significativos en la

Figura 1. Diferencias entre hombres y mujeres según características de la actividad productiva seleccionada



Fuente: Elaboración propia con base en la información recopilada en el trabajo de campo.

materia, aún se caracteriza por condiciones de gran desigualdad principalmente en los ingresos laborales. Atal *et al.* (2009, citados por Espino, 2012, p. 217), señalan que para una muestra de 18 países latinoamericanos los hombres ganan entre 10% y 17% más que las mujeres ante iguales tareas, edades y nivel educativo. Este trato diferencial tiene su base en las dinámicas inherentes a los símbolos culturales, conceptos normativos, relaciones e identidades subjetivas que constituyen el género (Scott, 1996). En este sentido, este sistema relacional se traslada a todas las formas de participación en el mercado laboral, las diferencias encontradas entre hombres y mujeres emprendedoras frente a su actividad productiva son una manifestación del sistema.

En el caso de las emprendedoras de subsistencia, la evidencia indica que las mujeres solo son mayores aportantes de ingresos en casos de ausencia de pareja; 45,76% de las mujeres declararon aportar el total o más de la mitad de los ingresos de hogar, valor que coincide de manera cercana con 39,32% de ellas que de acuerdo con su estado civil no tienen pareja estable. Esta situación puede ser indicador de una continuidad en la percepción de los hombres como proveedores del hogar y de las mujeres como cuidadoras y encargadas de los trabajos reproductivos, de ahí que ellas solo ingresen al mercado laboral para complementar los salarios del núcleo familiar o para diversificar los ingresos de la familia (Espino, 2012).

Para las mujeres, el ingreso obtenido de la actividad productiva se constituye en un ingreso adicional al del hogar, lo cual tiene un fuerte impacto en temas relacionados con la administración de los recursos propios y la autonomía en la toma de decisiones. La percepción de los ingresos como adicionales hace que las mujeres asuman los gastos del hogar asociados a “ocio” o “lujos”; por ejemplo, el pago del servicio de internet, la compra de ropa, comidas especiales, entre otros, mientras que sus parejas siguen asumiendo los gastos “de supervivencia” en el hogar, como los pagos por los servicios básicos, alimentación, vivienda, etc. Esto genera que las mujeres contribuyan de forma limitada a la economía familiar.

Asimismo, la distribución de tareas en la casa se vuelve más difícil en la medida en que las mujeres

consideran que su obligación es estar al frente de sus hogares y que no pueden descargar las tareas en otros miembros debido a su trabajo. Esta situación alimenta la existencia de la denominada “doble jornada” en la que las mujeres además de sus tareas productivas deben cumplir las reproductivas; el menor número de horas dedicadas al trabajo productivo remunerado por el cumplimiento de esta “doble jornada” implica menores salarios que sus contrapartes masculinas, lo que hace que la brecha salarial sea mayor.

Los hallazgos frente a las razones para iniciar la actividad productiva confirman lo expuesto anteriormente sobre la permanencia de percepciones de los roles asociados a lo femenino y lo masculino. Si bien, la mayoría de encuestados tanto hombres como mujeres identificó la falta de oportunidades laborales como su principal razón para emprender, son más las mujeres que mencionan como mayor razón en emprender sus responsabilidades familiares (cuidado del hogar) y la generación de ingresos adicionales.

En las fases iniciales de los emprendimientos, para las mujeres lo más importante es el cuidado de los hijos y la generación de ingresos adicionales en el hogar. Esta situación se ejemplifica en el proceso de inicio de la actividad emprendedora de estas mujeres. Tatiana relata:

Principalmente empecé en esto cuando tuve el bebé, porque no puedo trabajar en empresas y dejar al niño solo porque está muy pequeño (...) Porque antes de tener el bebé yo trabajaba para empresas, siempre, pero primordialmente es por el bebé, porque yo preferiría trabajar en una empresa (comunicación personal, 29 de agosto, 2014).

Esta afirmación muestra un elemento común a las emprendedoras de subsistencia y es que ante la llegada de los hijos o el aumento de las obligaciones familiares son las mujeres quienes alteran en mayor medida sus rutinas, como abandonar otras actividades para cuidar a los hijos o acondicionar las jornadas laborales a sus horarios. Por ejemplo, empezar a trabajar cuando los hijos se han ido al colegio y la casa está organizada y en el caso de los más pequeños, cuando la temperatura en la ciudad

no es tan baja o cuando los niños ya se han desperdado. Pilar describe:

Yo dije: 'yo voy a cuidar a mi hija hasta que cumpla cinco años' porque no quería dejársela a nadie que me la cuidara, yo andaba con ella para todo lado, entonces la venta de ropa me permitía eso, estar con mi hija que era lo que yo más anhelaba. Al estar yo con mi hija, tenía una entrada adicional económica que nos hace falta a todos y podía estar con ella todo el tiempo... Mis dos hijos estaban pequeños, yo me levantaba, hacía el oficio de la casa y el almuerzo; entonces dejaba mis cosas en mi casa muy organizadas y arrancaba (comunicación personal, 5 de septiembre, 2014).

Otro factor importante relacionado con la motivación para emprender es la presencia de una pareja. Los análisis cuantitativos mostraron que las mujeres en uniones libres o casadas aportan en su mayoría menos de la mitad de los ingresos del grupo familiar. Esto obedece a dos cosas: primero, al ser las mujeres quienes se hacen cargo de las obligaciones familiares tienen menos tiempo para trabajar y lo hacen de manera discontinua; segundo, la presencia de pareja hace que las mujeres consideren su ingreso como un complemento del ingreso de sus esposos; en otras palabras, sus ingresos son marginales y a pesar de ser importantes no son considerados fundamentales para la supervivencia de la familia. Este último hecho tiene implicaciones en cuanto a la administración de los recursos propios y su percepción de los resultados positivos y negativos de ganar dinero. Por ejemplo, al hablar de las ventajas y desventajas de tener sus propios ingresos Tatiana dice:

Sí, claro, ayuda a solucionar problemas, pero trae otros nuevos, como por ejemplo los fines de semana que le digo 'yo no quiero cocinar compre usted la comida' me dice "usted también gana, cómprela usted" y así, entonces unas por otras (comunicación personal, 29 de agosto, 2014).

Por otro lado, las razones de las mujeres para no entrar al mercado formal son lideradas por los temas familiares. Por ejemplo, la existencia de jornadas laborales fijas que impedirían atender sus familias y las distancias que tendrían que recorrer entre su lugar de trabajo y sus hogares, desincentivan en

gran medida el interés de las mujeres por el mercado laboral formal.

El análisis global de las diferencias entre hombres y mujeres frente a la actividad productiva permite concluir dos cosas principalmente. En primer lugar, el inicio de la actividad emprendedora está fuertemente asociada con el deseo de generar ingresos adicionales o únicos, ante la falta de una figura masculina proveedora; lo que permitiría inferir que las razones para el ingreso al mercado laboral son más de corte exógeno que endógeno, en otras palabras, no se produce por factores de "empuje", como una decisión propia de las mujeres al reconocer la importancia del trabajo en campos adicionales al económico en sus vidas o por el interés de convertirse en proveedoras, sino por factores de "presión" ante la inminencia de las necesidades hogar.

En segundo lugar, las obligaciones familiares asociadas al género tienen una alta incidencia en la gestión de la actividad productiva. Las decisiones de las mujeres sobre cuánto, dónde y en qué trabajar están permeadas por sus labores en el hogar, lo que implica que sus negocios se caractericen por una dedicación de tiempo menor, ingresos bajos (relacionado con la menor cantidad de tiempo trabajado) y poco interés en la formalización. Esta situación provoca que los efectos que sufren las mujeres por la discriminación en los mercados formales asalariados se repliquen en los mercados informales independientes perpetuando las condiciones de desigualdad económica entre hombres y mujeres.

5. Conclusiones

En los últimos años, el emprendimiento se ha ubicado como una de las principales estrategias, no solo de inserción laboral, sino también de lucha contra la pobreza. En ese sentido, su promoción se realiza desde los más altos organismos internacionales, la Organización de las Naciones Unidas, el Banco Interamericano de Desarrollo, Banco Mundial, CAF, etc., hasta los centros de enseñanza primaria, secundaria y terciaria con cátedras sobre emprendimiento y empresariado, entre otras. Sin embargo, los resultados en la materia han sido agri-dulces, sobre todo en los países de niveles medios y bajos de desarrollo. Como muestra la CAF (2013), tres cuartos de los emprendimientos de América

Latina surgen por la necesidad y no por la oportunidad, es decir como una medida de generación de un ingreso, usualmente precario, pero mejor a la alternativa del desempleo.

El trabajo de campo concuerda con el panorama anterior. El 95,93% de las mujeres y el 91,58% de los hombres emprendedores de subsistencia ganan menos de dos SMMLV; 47,46% de las mujeres y 48,42% de los hombres iniciaron su actividad productiva informal por falta de oportunidades laborales, en contraste con 13,56% y 17,19%, respectivamente, que lo hicieron por la búsqueda de mayores ingresos. Asimismo, se evidenció que los emprendimientos se centran en su mayoría en los sectores de preparación de alimentos y comercialización de bienes, que como afirma la CAF (2013) tienen baja transformación productiva, no permiten mayores niveles de acumulación, ni perspectivas de crecimiento o formalización en el largo plazo. Finalmente, se encontró que solo una pequeña parte de la población estaría dispuesta a tomar un empleo con un salario más bajo, así este fuera formal.

Adicional a lo anterior, el estudio de campo permitió identificar la existencia de diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto al principal aportante de ingresos en el hogar, el promedio de horas de trabajo al día, y las razones para tomar un trabajo en el sector formal. Las mujeres encuestadas y las entrevistadas reportaron trabajar menos horas que sus contrapartes hombres porque deben hacerse cargo del cuidado de los niños y del hogar, así como de los familiares enfermos o de mayor edad. Esta es la misma razón para tomar un empleo en el sector informal en lugar del formal, dado que perciben que los horarios son más flexibles por lo que no deben abandonar sus “responsabilidades”. En el caso de los hombres, las razones para emprender están asociadas a mejores salarios, pueden dedicar más tiempo a la actividad, lo que con frecuencia hace que sean los mayores aportantes de ingresos en los hogares. Un elemento adicional, que se identificó a través de las entrevistas, muestra que tanto hombres como mujeres consideran el salario de las mujeres como residual, es decir no necesario para la subsistencia del núcleo familiar, lo que en la práctica se evidencia a través de su destinación, que es descrita de forma frecuente como “lujos”.

Este trabajo constituye un aporte a la literatura sobre el tema de informalidad y emprendimiento en dos puntos: primero, forma parte de un grupo de investigaciones orientadas a hacer una caracterización socio-demográfica de los emprendedores de subsistencia, grupo poblacional que como se mostró tiene una alta participación en la población ocupada. Los resultados de la encuesta ponen de manifiesto que antes del diseño de cualquier política de formalización o de generación de autoempleo, es fundamental conocer la población, entender los determinantes de sus decisiones y lo que esperan de la inserción en los mercados laborales.

El segundo aporte de este trabajo es la aproximación a las características diferencias entre hombres y mujeres emprendedoras. Los resultados del trabajo de campo parecen indicar que aún en los mercados de trabajo informales persisten muchas de las características de la división sexual del trabajo y de la segmentación horizontal. Teniendo en cuenta que, el emprendimiento también se ha erigido como respuesta a las problemáticas de bajo empoderamiento, falta de empleo, dependencia económica, entre otras, de las mujeres, esta situación debe revisarse de forma exhaustiva, de forma tal que las políticas formuladas respondan a la evidencia y no a las creencias que se tienen sobre el tema.

Finalmente, es importante mencionar que este estudio más que un punto final en la discusión, fue pensado como un punto de partida para la comprensión del trabajo informal en su modalidad de emprendimientos de subsistencia. Las cifras para el caso colombiano muestran que son cada vez más las personas que, ante su baja capacitación formal o informal, se vuelcan al trabajo por cuenta propia, hecho que hasta ahora se ha visto como problemático, pero que con un mayor conocimiento de la población y con un abordaje diferente podría convertirse en beneficioso para las economías y ser, al fin, la tabla de salvación que teóricamente es.

Referencias

- Amorós, J. y Pizarro, O. (2006). Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio. *Universidad y empresa*, 5(1), 14-32.

- Arango, L. G. (2011). El trabajo de cuidado: ¿servidumbre, profesión o ingeniería emocional? En L. G. Arango y P. Molinier (Eds.), *El Trabajo y la Ética del Cuidado* (pp. 91-109). Medellín, Colombia: La Carreta Editores & Universidad Nacional de Colombia.
- Arango, L. G. y Pineda, J. (2012). Género, trabajo y desigualdades sociales en peluquerías y salones de belleza de Bogotá. *Revista CS*, (10), 93-130. <http://dx.doi.org/10.18046/recs.i10.1356>
- ASCUN –Asociación Colombiana de Universidades–. (2016). *Red Universitaria de emprendimiento - REUNE*. Recuperado de <https://www.ascun.org.co/red/detalle/red-de-emprendimiento-reune>
- Buendía-Martínez, I. y Carrasco, I. (2013). Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. *Cuadernos de desarrollo rural*, 10(72), 21-45.
- CAF –Banco de Desarrollo de América Latina–. (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Bogotá, Colombia: CAF.
- Camacho, I. F. (2005). *Caracterización económica y social de los vendedores ambulantes y semiestacionarios del centro de Bogotá* (trabajo de pregrado). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Carter, S., Marlow, S. & Bennett, D. (2012). Gender and Entrepreneurship. En S. Carter y D. Joes-Evans (Eds.), *Enterprise and Small Business* (pp. 218-231). Great Britain, UK: Pearson Education.
- CEPAL –Comisión Económica para América Latina y el Caribe–. (2008). *El aporte de las mujeres a la igualdad en América Latina y el Caribe*. Santiago, Chile: CEPAL.
- Chant, S. y Pedwell, C. (2008). *Las mujeres, el género y la economía informal: evaluación de los estudios de la OIT y orientaciones sobre el trabajo futuro*. Ginebra, Suiza: OIT.
- Clancy, S. (2007). ¿Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: debido a estereotipos, a diferencias biológicas o elecciones personales? *Revista latinoamericana de administración*, (38), 1-8.
- Coronado, B. (2014). Emprendimiento femenino: propuesta de un perfil en base al propio discurso de mujeres, desde una perspectiva cualitativa. *Revista Gestión de las Personas y la Tecnología*, 7(19), 32-43.
- DANE –Departamento Administrativo Nacional de Estadística–. (2017a). *Cuentas departamentales. Producto Interno Bruto. 2016 Preliminar*. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2005/pres_2016preliminar.pdf
- DANE –Departamento Administrativo Nacional de Estadística–. (2017b). *Mercado laboral. Principales resultados*. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres_web_empleo_resultados_nov_17.pdf
- DANE –Departamento Administrativo Nacional de Estadística–. (2018). *Medición del empleo informal y seguridad social*. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/comunicados_de_prensa/Cp_GEIH_sep17_nov17.pdf
- Daza, M., Sánchez, C. y Sandoval, A. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Econ. Gest. Desarro. Cali (Colombia)*, (10), 61-77.
- Escobar, M. y Villa, P. (2016). Los negocios inclusivos como fuente de trabajo de calidad para pequeñas empresarias en condición de pobreza: un estudio exploratorio en el municipio de Apartadó, Colombia. *Equidad y Desarrollo*, (25), 179-208.

- Espino, A. (2005). *Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género. Serie: mujer y desarrollo, 77*. Santiago, Chile: CEPAL.
- Espino, A. (2012). Perspectivas teóricas sobre género, trabajo y situación del mercado laboral latinoamericano. En V. Esquivel (Ed.), *La economía feminista desde América Latina: Una hoja de ruta sobre los deberes actuales en la región* (pp. 190-246). Santo Domingo, República Dominicana: ONU Mujeres.
- Fisher, E., Reuber, R. & Dyke, L. (1993). A Theoretical Overview and Extension of Research on Sex, Gender, and Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing, 8*(2), 151-168
- Franck, A. (2012). Factors Motivating Women's Informal Micro-entrepreneurship: Experiences from Penang, Malaysia. *International Journal of Gender and Entrepreneurship, 4*(1), 65-78.
- Ghebreorgis, F., Mehreteab, H. T. & Hailemariam, S. (2015). Financing, Networking and the Economic Empowerment of Women in the Informal Business Sector in Eritrea. *African Journal of Business Management, 9*(23), 774-781.
- Guerrero, L., Canibe, F., Armentero, M. C., López, S. y Reyna, G. (2013). Construcción de un perfil de las mujeres emprendedoras en Torreón, Coahuila, México. *Revista internacional de administración y finanzas, 6*(4), 19-37.
- Guzmán, J. y Rodríguez, M. J. (2008). Comportamientos de las mujeres empresarias: Una visión global. *Revista de Economía Mundial, 18*, 381-392.
- Hanson, S. (2009). Changing Places Through Women's Entrepreneurship. *Economic Geography, 85*(3), 245-267.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Serie Mujer y Desarrollo, 93*. Santiago, Chile: CEPAL.
- Herrera, A., & Ruiz, J. (2011). Estudios descriptivos. En, P. Páramo (Ed.). *La Investigación en Ciencias Sociales: Estrategias de Investigación* (pp. 43-64). Universidad Piloto. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/j.ctt18d84kk.6>
- IPES – Instituto Para la Economía Social –. (2016). *Caracterización vendedores informales en Bogotá*. Recuperado de http://www.ipes.gov.co/images/informes/Estudios_e_investigaciones/CARACTERIZACION_VENEDORES_INFORMALES_EN_BOGOTA2016.pdf
- Kabeisi, N. (2010). Gender Factors and Female Entrepreneurship: International Evidence and Policy Implications. *Journal of international entrepreneurship, 8*(1), 1-35.
- Kargwell, S. (2012). A Comparative Study on Gender and Entrepreneurship Development: Still a Male's World within UAE Cultural Context. *International Journal of Business and Social Science, 3*(6), 44-55.
- Langowitz, N. y Minnitti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 31*(3), 341-364.
- Leung, A. (2011). Motherhood and Entrepreneurship: Gender Role Identity as a Resource. *International Journal of Gender and Entrepreneurship, 3*(3), 254-264.
- Little, J., Ilbery, B., & Watts, D. (2009). Gender, consumption and the relocalisation of food: A research agenda. *Sociologia Ruralis, 49*(3), 201-217.
- Little, J. (2016). Gender and Entrepreneurship. En M. Schucksmith y D. Brown (Eds.), *Routledge International Handbook of Rural Studies* (pp. 357-366). New York, US: Routledge.

- Malach, A., Lerner, M. & Schwartz, D. (2010). Gender Differences in Entrepreneurship: Equality, Diversity and Inclusion in Times of Global Crisis. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 29(2), 186-198.
- Marlow, S. y McAdam, M. (2013). Gender and Entrepreneurship: Advancing Debate and Challenging Myths; Exploring the Mystery of the Under performing Female Entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(1), 114-124. <https://doi.org/10.1108/13552551311299288>
- Maruani, M. (2002). *Trabajo y el empleo de las mujeres*. Madrid, España: Editorial Fundamentos.
- Olaz, Á. J. y Ortiz, P. (2015). *Una aproximación al perfil del emprendimiento femenino: un estudio empírico*. Recuperado de http://www.aeca.org/pub/on_line/comunicaciones_xviiiicongresoaecca/cd/8c.pdf
- Parvin, L., Rahman, M. & Jia, J. (2012). Determinants of Women Micro Entrepreneurship: An Empirical Investigation in Rural Bangladesh. *International Journal of Economics and Finance*, 4(5), 254-260.
- Pineda, J. (2005). *Informe final de evaluación interna. Programa gestión empresarial con enfoque de género*. Bogotá, Colombia: Oficina Internacional del Trabajo –OIT–.
- Pineda, J. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y economía*, (26), 239-269.
- Pineda, J. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. *Sociedad y economía*, (26), 239-270.
- Pineda, J. y Acosta, C. (2009). Distribución del ingreso, género y mercado de trabajo en Colombia. En OIT, *Mercado laboral colombiano. Cuatro estudios comparativos* (pp. 13-57). Bogotá, Colombia: OIT.
- Rábago, P. L., D'Annunzio, M. C. y Monserrat, S. (s.f.). *El perfil de mujeres emprendedoras exitosas*. Recuperado de <http://www.icesi.edu.co/ciela/antiores/Papers/emjg/3.pdf>
- Ramani, S. V., Thutupalli, A., Medovarszki, T., Chattopadhyay, S. & Ravichandran, V. (2013). *Women Entrepreneurs in the Informal Economy: Is Formalization the Only Solution for Business Sustainability? Working Paper Series, 2013 - 018*. Amsterdam, Netherlands: United Nations University.
- Red de Cámaras de Comercio - Confecámaras. (2017). *Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia*. Recuperado de <http://www.confecamaras.org.co/cooperacion-y-competitividad/analisis-economico>
- República de Colombia (2012) Ley estatutaria 1581. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. *Diario Oficial 48587 de octubre 18 de 2012*.
- Rincón, W. y Soler, A. (2015). Perspectiva socioeconómica de los vendedores informales de Chapinero. *Cooperativismo y desarrollo*, 23(107), 108-124. <https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1255>
- Scott, J. (1996). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En, M. Lamas (Ed). *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. México D.F., México: PUEG.
- Vicens, L. y Grullón, S. (2011). *Innovación y emprendimiento: un modelo basado en el desarrollo emprendedor*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/handle/11319/5095>