



Informe ejecutivo

ENCUESTA

Emprendimientos en Contextos
Vulnerables (EECV) en Cali, 2022

@Observatorio para la Equidad de las Mujeres -OEM
@ Fundación WWB Colombia

Cali, octubre del 2022.

Autoras:

Equipo Observatorio para la Equidad de las Mujeres (OEM)

Natalia Escobar Váquiro , Coordinadora de Medición
Sandra Balanta Cobo, Coordinadora de Investigaciones
Natalia Maldonado Polanco, Asistente de investigación
María Isabel Zafra, Investigadora

Equipo Fundación WWB Colombia

Ana Bolena Escobar, Directora de Investigaciones
Soraya Husain-Talero, Líder de Investigación

Observatorio para la Equidad de las Mujeres (OEM)
(602) 555 2334
Calle 18 # 122-135. Cali, Colombia

Fundación WWB Colombia
(602) 667 0717
Carrera 63A # 5-28. Cali, Colombia

Informe técnico 16

Los puntos de vista, análisis y recomendaciones presentados en este boletín no reflejan necesariamente la postura oficial del Observatorio para la Equidad de las Mujeres o la Fundación WWB Colombia estas son responsabilidad de las autoras.

El contenido y la información de esta publicación pueden ser utilizados siempre que se cite la fuente. Esta obra también se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al Observatorio para la Equidad de las Mujeres (OEM) y la Fundación WWB Colombia.

Revisión: Aura María Barberán, Alvaro José Pretelt, Daniel Girón

Diagramación: Sandra Moreno, Diseñadora de Medios Interactivos, OEM

Fotografías: Fundación WWB Colombia.

Forma de citar: Observatorio para la Equidad de las Mujeres (OEM) y Fundación WWB Colombia (2022).Emprendimientos en contextos vulnerables en Cali.

Esta publicación puede ser descargada en:

<https://oemcolombia.com/boletines-oem/>

<https://www.fundacionwwbcolombia.org/sala-de-publicaciones/publicaciones-con-aliados/>

Presentación

En Colombia, las mediciones sobre los emprendimientos son escasas, especialmente las que incorporan datos de corte subnacional y con un enfoque diferencial. Esto impide reconocer la situación de emprendedoras y emprendedores en sus contextos. Con la intención de subsanar en parte estas deficiencias, la Fundación WWB Colombia (FWWB) llevó a cabo la investigación titulada “Caracterización de emprendimientos en contextos de vulnerabilidad en Cali” la cual contemplaba una encuesta para caracterizar a las y los emprendedores en la ciudad desde una perspectiva de género e interseccional, para reconocer sus condiciones y motivaciones, así como entender las dimensiones familiares y del entorno que inciden en sus emprendimientos.

Con los resultados de la encuesta también se busca aportar a las discusiones sobre la dicotomía, de la que han alertado diferentes autores, alrededor de los conceptos de *emprendimiento por necesidad* y *emprendimiento por oportunidad*. Esta alerta sugiere que las definiciones, aunque atractivas para hacerlas operativas, no son excluyentes y, por el contrario, parten de la evidencia empírica disponible; que muestra cómo los emprendedores por necesidad pueden tener características que han sido tradicionalmente asignadas a los emprendedores por oportunidad, y viceversa.

Asimismo, se espera que los resultados de este estudio permitan entender la relevancia de incorporar la perspectiva de género e interseccional. Tomando en consideración, por ejemplo, aspectos relacionados con el cuidado no remunerado, que tienen un impacto en el tiempo que las mujeres pueden dedicar a sus emprendimientos — cuestión que la literatura ha venido señalando— (Hass, 2013). Así pues, reconocer la amplitud de los emprendimientos en una ciudad diversa como Cali es un primer paso para hacer recomendaciones de política que puedan tomar en consideración estas particularidades y potenciar los negocios de miles de mujeres y hombres que encuentran en ellos su principal medio de vida.

Ficha técnica

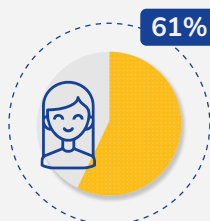
Universo	Hombres y mujeres mayores de 18 años con un emprendimiento no mayor a 10 empleados, de la ciudad de Cali
Objetivo	Caracterizar los emprendimientos con una unidad de análisis de microempresas con hasta 10 empleados que servirá de guía para el reconocimiento de necesidades y características de estas unidades de negocio y además de norte para futuras mediciones.
Diseño muestral	Probabilístico estratificado y multietápico con selección de unidades por Muestreo Aleatorio Simple. La variable principal de estratificación dentro de Cali son las Zonas, las cuales se definieron de la siguiente manera: (1) Zona Centro ampliado y peri-centro (comunas 3, 4, 8, 9, 10, 11 y 12) (2) Zona Ladera (comunas 1, 18 y 20) (3) Zona Urbana corredor norte - sur (comunas 2, 5, 17, 19 y 22 y (4) Zona Urbana oriente (comunas 6, 7, 13, 14, 15, 16 y 21). Se selecciona el hogar y luego a la persona dentro del hogar que tenga un emprendimiento con las características mencionadas anteriormente. Para este proyecto, además de los hogares, se tuvo en cuenta dentro de las unidades geográficas, los emprendimientos móviles, fijos y semifijos que se encuentren en la selección aleatoria de manzanas dentro del barrio.
Tiempo de realización de campo	Desde el 28 de abril al 6 de junio de 2022
Técnica de recolección de datos	Encuesta cara a cara
Tamaño de la muestra	Total Cali: 709 encuestas
Nivel de confianza	95%
Margen de error	3.69%
Preguntas que se formularon	98 preguntas
Realizada por	Info Investigaciones SAS
Encomendada por	Observatorio para la Equidad de las Mujeres - OEM, Universidad ICESI y Fundación WWB

Fuente: elaboración propia.

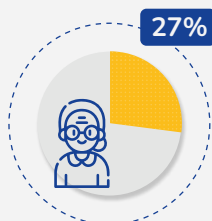
Principales hallazgos

Emprendimientos en Cali

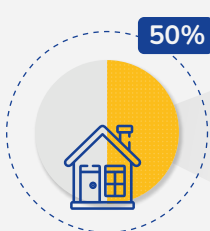
Están a cargo de mujeres



Personas mayores de 55 años



Los negocios funcionan en las viviendas



Las mujeres tienen mayoritariamente los negocios en casa

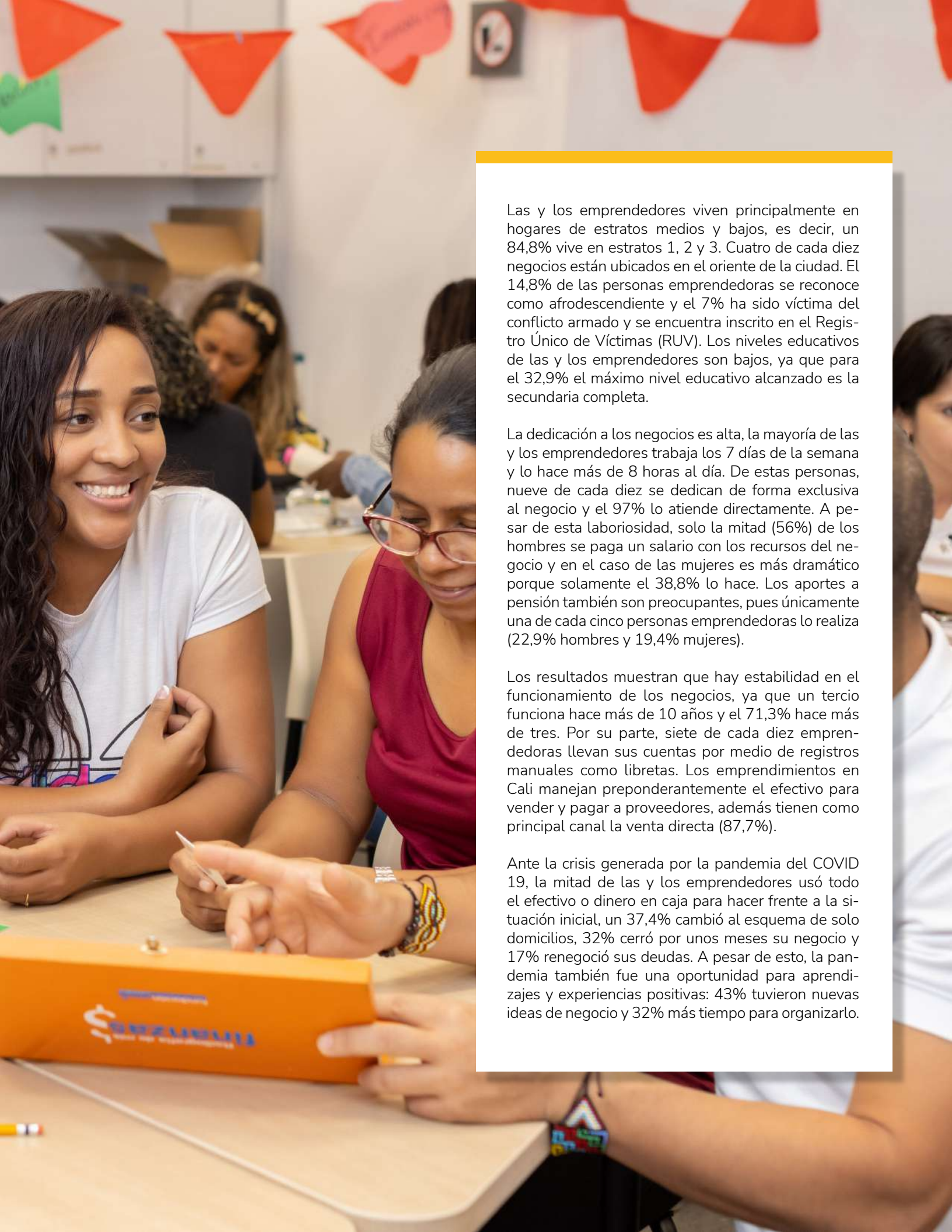


►►► ¿Por qué?
Para conciliar la vida familiar y laboral

43%



La mayoría de los emprendimientos en Cali están a cargo de mujeres (61%) y de personas mayores de 55 años (27%). La mitad de los negocios funcionan en la vivienda, el 26% en un local arrendado, el 11,1% de manera ambulante y el 6,2% funciona solo con domicilios. Las mujeres son las que mayoritariamente tienen los negocios en casa (57%), y si bien la principal razón es no incurrir en costos derivados de un alquiler, la mitad de ellas señala que uno de los motivos para tener el negocio en el lugar de vivienda es conciliar la vida familiar y laboral. Adicionalmente, las principales motivaciones para iniciar el negocio, manifestadas por las y los encuestados, son: ver una oportunidad de negocio (87,9%), complementar los ingresos (77,3%), ganarse la vida porque el trabajo escasea (71,9%) y querer ser su propio jefe (64,7%).

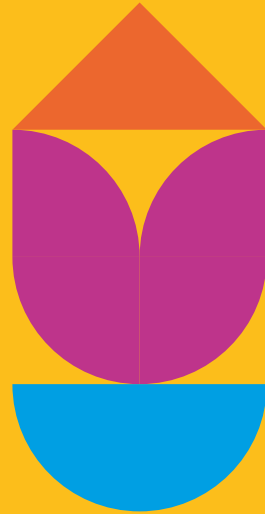
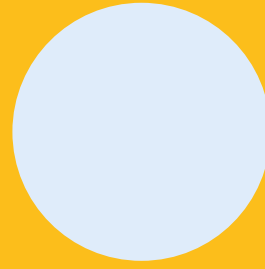


Las y los emprendedores viven principalmente en hogares de estratos medios y bajos, es decir, un 84,8% vive en estratos 1, 2 y 3. Cuatro de cada diez negocios están ubicados en el oriente de la ciudad. El 14,8% de las personas emprendedoras se reconoce como afrodescendiente y el 7% ha sido víctima del conflicto armado y se encuentra inscrito en el Registro Único de Víctimas (RUV). Los niveles educativos de las y los emprendedores son bajos, ya que para el 32,9% el máximo nivel educativo alcanzado es la secundaria completa.

La dedicación a los negocios es alta, la mayoría de las y los emprendedores trabaja los 7 días de la semana y lo hace más de 8 horas al día. De estas personas, nueve de cada diez se dedican de forma exclusiva al negocio y el 97% lo atiende directamente. A pesar de esta laboriosidad, solo la mitad (56%) de los hombres se paga un salario con los recursos del negocio y en el caso de las mujeres es más dramático porque solamente el 38,8% lo hace. Los aportes a pensión también son preocupantes, pues únicamente una de cada cinco personas emprendedoras lo realiza (22,9% hombres y 19,4% mujeres).

Los resultados muestran que hay estabilidad en el funcionamiento de los negocios, ya que un tercio funciona hace más de 10 años y el 71,3% hace más de tres. Por su parte, siete de cada diez emprendedoras llevan sus cuentas por medio de registros manuales como libretas. Los emprendimientos en Cali manejan preponderantemente el efectivo para vender y pagar a proveedores, además tienen como principal canal la venta directa (87,7%).

Ante la crisis generada por la pandemia del COVID 19, la mitad de las y los emprendedores usó todo el efectivo o dinero en caja para hacer frente a la situación inicial, un 37,4% cambió al esquema de solo domicilios, 32% cerró por unos meses su negocio y 17% renegoció sus deudas. A pesar de esto, la pandemia también fue una oportunidad para aprendizajes y experiencias positivas: 43% tuvieron nuevas ideas de negocio y 32% más tiempo para organizarlo.

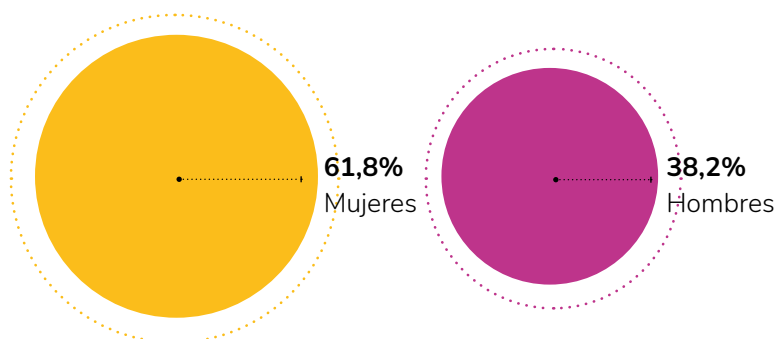


01.

Características
socioeconómicas de
las personas emprendedoras en Cali

1. Características socioeconómicas de las personas emprendedoras en Cali

Emprendedores de acuerdo al sexo registrado al momento de nacer



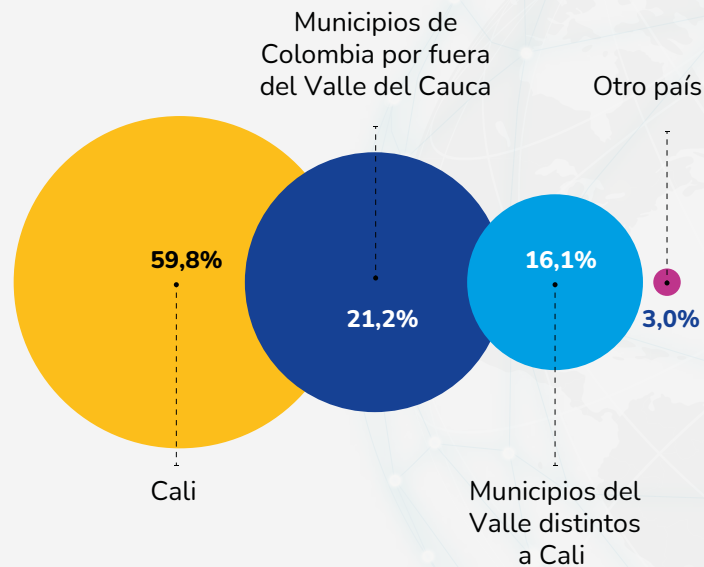
Fuente: EECV Cali 2022.

Máximo nivel educativo alcanzado

Ninguno	2,7%		
Primaria incompleta	7,9%		
Primaria	9,3%		
Secundaria incompleta	16,6%	Menos de educación secundaria	36,5%
Secundaria	32,9%	Educación secundaria	32,9%
Técnica o tecnológica incompleta	10,0%	Educación terciaria incompleta	13,1%
Técnica o tecnológica	12,6%	Educación terciaria	16,5%
Universidad incompleta	3,1%	Posgrado incompleto	0,3%
Universitaria	3,9%	Posgrado	0,6%
Posgrado incompleto	0,3%		
Posgrado (especialización, maestría o doctorado)	0,6%		
No sabe	0,1%		

Fuente: EECV Cali 2022

Emprendedoras y emprendedores según lugar de nacimiento

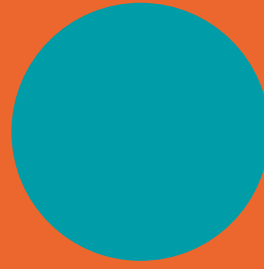


Fuente: EECV Cali 2022

Emprendedoras y emprendedores según su estado civil



Fuente: EECV Cali 2022

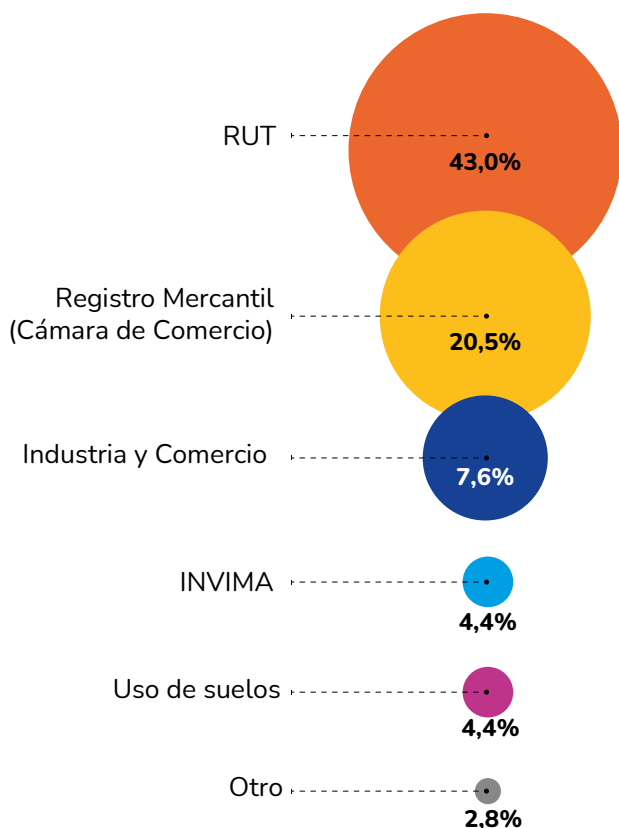


02.

Algunas características
de los negocios

2. Algunas características de los negocios

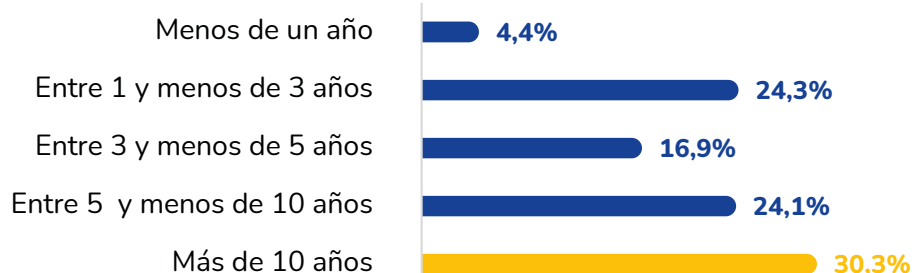
Documentos con los que cuenta el negocio



Razones para tener RUT O Registro Mercantil	
Para legalizar mi negocio	47,3%
Por la exigencia de clientes o proveedores	29,3%
Para acceder a crédito	8,9%
Para acceder a programas institucionales	2,9%
Para acceder a beneficios tributarios/subsidios	2,0%
Razones para NO tener RUT O Registro Mercantil	
No es necesario para la operación	67,2%
Muchos trámites y requisitos	50,2%
No ha sido prioridad	34,4%
Temor por pagar más impuestos	30,1%
Representan un alto costo económico	26,3%
En espera por consolidar "más" el negocio	20,5%
Pérdida de beneficios sociales (subsidijs)	1,9%

Fuente: EECV Cali 2022.

Años de antigüedad de los negocios



Fuente: EECV Cali 2022

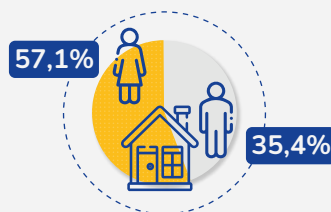
Años de antigüedad según el sexo de las emprendedoras y emprendedores

Años	Hombres	Mujeres
Menos de un año	3,0%	5,3%
Entre 1 y menos de 3 años	19,2%	27,4%
Entre 3 y menos de 5 años	16,2%	17,6%
Entre 5 y menos de 10 años	22,9%	24,9%
Más de 10 años	38,7%	24,9%

Fuente: EECV Cali 2022

Los negocios en su propia vivienda tiene un peso más alto en el caso de las mujeres que en los hombres (57,1% en mujeres, 35,4% en hombres); mientras que los hombres tienen una mayor proporción de negocios que funcionan en locales, tiendas, taller, fabrica, oficina o consultorios que las mujeres (36,2% hombres, 19,9% mujeres).

Las mujeres tiene mayoritariamente los negocios en casa



Mientras que los hombres tienden a trabajar en negocios que funcionan fuera del hogar

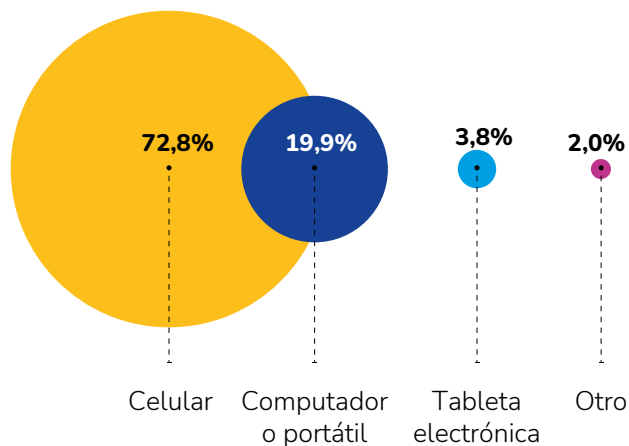


Ubicación del negocio

Lugar de ubicación	General	Hombres	Mujeres
En su vivienda	48,8%	35,4%	57,1%
Local, tienda, taller, fábrica, oficina, consultorio	26,1%	36,2%	19,9%
Ambulante o sitio al descubierto sin vehículo	11,1%	11,1%	11,2%
Sin establecimiento, solo servicio a domicilio	6,2%	7,0%	5,7%
En establecimiento semifijo o móvil cubierto	3,0%	3,7%	2,5%
Vehículo con o sin motor	2,7%	5,2%	1,1%
En la vivienda de un familiar o algún conocido	2,0%	1,1%	2,5%
Otro	0,1%	0,4%	0,0%

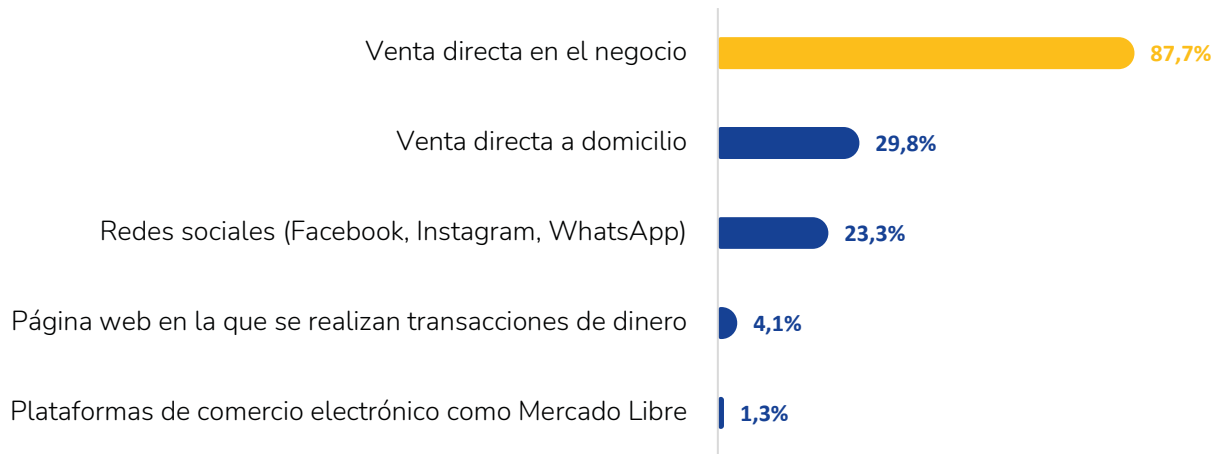
Fuente: EECV Cali 2022

Dispositivos electrónicos con los que cuenta el negocio



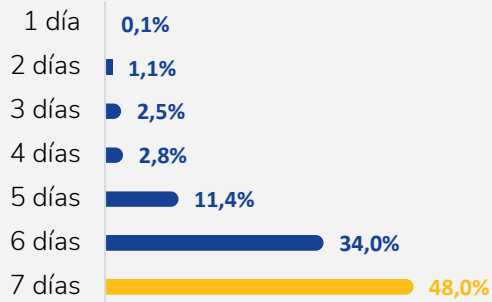
Fuente: EECV Cali 2022

Canales de venta utilizados por los negocios



Fuente: EECV Cali 2022.

Cantidad de días a la semana que dedican a los negocios

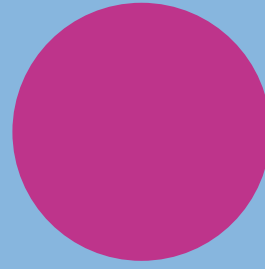


Horas diarias promedio dedicadas al negocio

Menos de 4 horas	2,5%
Entre 4 y 8 horas	40,3%
Más de 8 horas	57,1%

Fuente: EECV Cali 2022





03.

Actividades de los negocios, motivaciones de las personas emprendedoras y estrategias utilizadas

3. Actividades de los negocios, motivaciones de las personas emprendedoras y estrategias utilizadas

Porcentaje de emprendedoras y emprendedores en Cali, según la actividad económica del negocio

Categorías de actividad	Participación
Peluquería y otros tratamientos de belleza	8.89%
Confección, fabricación y arreglo de prendas de vestir	6.49%
Transformación de la madera y fabricación de productos de madera	0.99%
Comercio de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio	1.55%
Comercio de prendas de vestir y sus accesorios	9.03%
Preparación, comercio y distribución de productos alimenticios y bebidas	37.24%
Fabricación, reparación y venta de muebles	1.69%
Comercio de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados	2.4%
Comercio de materiales y artículos de papelería, libros	3.95%
Comercio de electrodomésticos, equipos de telecomunicaciones, sus accesorios, y servicios tecnológicos como mantenimiento y reparación	2.68%
Actividades de apoyo a la educación	0.42%
Actividades de cuidado de niños, adultos o animales	0.28%
Comercio, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas, bicicletas, sus partes, piezas y accesorios	3.1%
Elaboración y comercio de artículos culturales y de entretenimiento	1.13%
Actividades de transporte (domicilios, trasteos, mensajería, etc.)	0.71%
Actividades de servicios de sistemas de seguridad (Cerrajería, instalación cámaras)	1.97%
Fabricación y venta de otros artículos textiles (peluches, bolsos)	0.99%
Fabricación y reparación de joyas, bisutería, relojes y artículos conexos	0.71%

Porcentaje de emprendedoras y emprendedores en Cali, según la actividad económica del negocio

Categorías de actividad	Participación
Alquiler de bienes inmuebles (lavadoras)	0.42%
Servicios de decoración, venta y arreglos de fiestas y eventos	1.97%
Cabinas de internet	0.71%
Otros comercios y fabricación (velas, esencias, flores, productos mascota etc.)	6.63%
Otros servicios (fotografía, publicidad, coaching)	2.96%
No especificado	3.1%

Fuente: EECV Cali 2022.



Las mujeres trabajan generalmente en:
 - Actividades de cuidados
 - Preparación de alimentos



Los hombres trabajan generalmente en:
 - Preparación de alimentos
 - Comercio
 - Mantenimiento de vehículos



Ahora bien, si analizamos estas actividades por sexo, encontramos que las mujeres están más representadas en actividades asociadas a los cuidados y mucho más en la de preparación de alimentos. En contraste con los hombres que; aunque también tienen un alto porcentaje en la preparación de alimentos; el comercio, mantenimiento y reparación de vehículos automotores es una actividad muy representativa.

Categoría de actividad	Hombres	Mujeres
Peluquería y otros tratamientos de belleza	6.27%	10.50%
Confección, fabricación y arreglo de prendas de vestir	6.64%	6.39%
Transformación de la madera y fabricación de productos de madera	2.58%	0%
Comercio de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio	2.58%	0.91%
Comercio de prendas de vestir y sus accesorios	5.54%	11.19%
Preparación, comercio y distribución de productos alimenticios y bebidas	30.63%	41.32%
Fabricación, reparación y venta de muebles	4.06%	0.23%
Comercio de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados	0.37%	3.65%
Comercio de materiales y artículos de papelería, libros	1.85%	5.25%
Comercio de electrodomésticos, equipos de telecomunicaciones, sus accesorios, y servicios tecnológicos como mantenimiento y reparación	5.90%	0.68%
Actividades de apoyo a la educación	0.37%	0.46%
Actividades de cuidado de niños, adultos o animales	0%	0.46%
Comercio, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas, bicicletas, sus partes, piezas y accesorios	7.38%	0.46%
Elaboración y comercio de artículos culturales y de entretenimiento	0.37%	1.60%
Actividades de transporte (domicilios, trasteos, mensajería, etc.)	1.11%	0.46%
Actividades de servicios de sistemas de seguridad (cerrajería, instalación cámaras)	5.17%	0%
Fabricación y venta de otros artículos textiles (peluches, bolsos)	0%	1.60%
Fabricación y reparación de joyas, bisutería, relojes y artículos conexos	1.48%	0.23%
Alquiler de bienes inmuebles (lavadoras)	1.11%	0%
Servicios de decoración, venta y arreglos de fiestas y eventos	0.74%	2.74%
Cabinas de internet	1.11%	0.46%
Otros comercios y fabricación (velas, esencias, flores, productos mascota etc.)	8.12%	5.71%
Otros servicios (fotografía, publicidad, coaching)	3.69%	2.51%
No especificado	2.95%	3.20%

Fuente: EECV Cali 2022

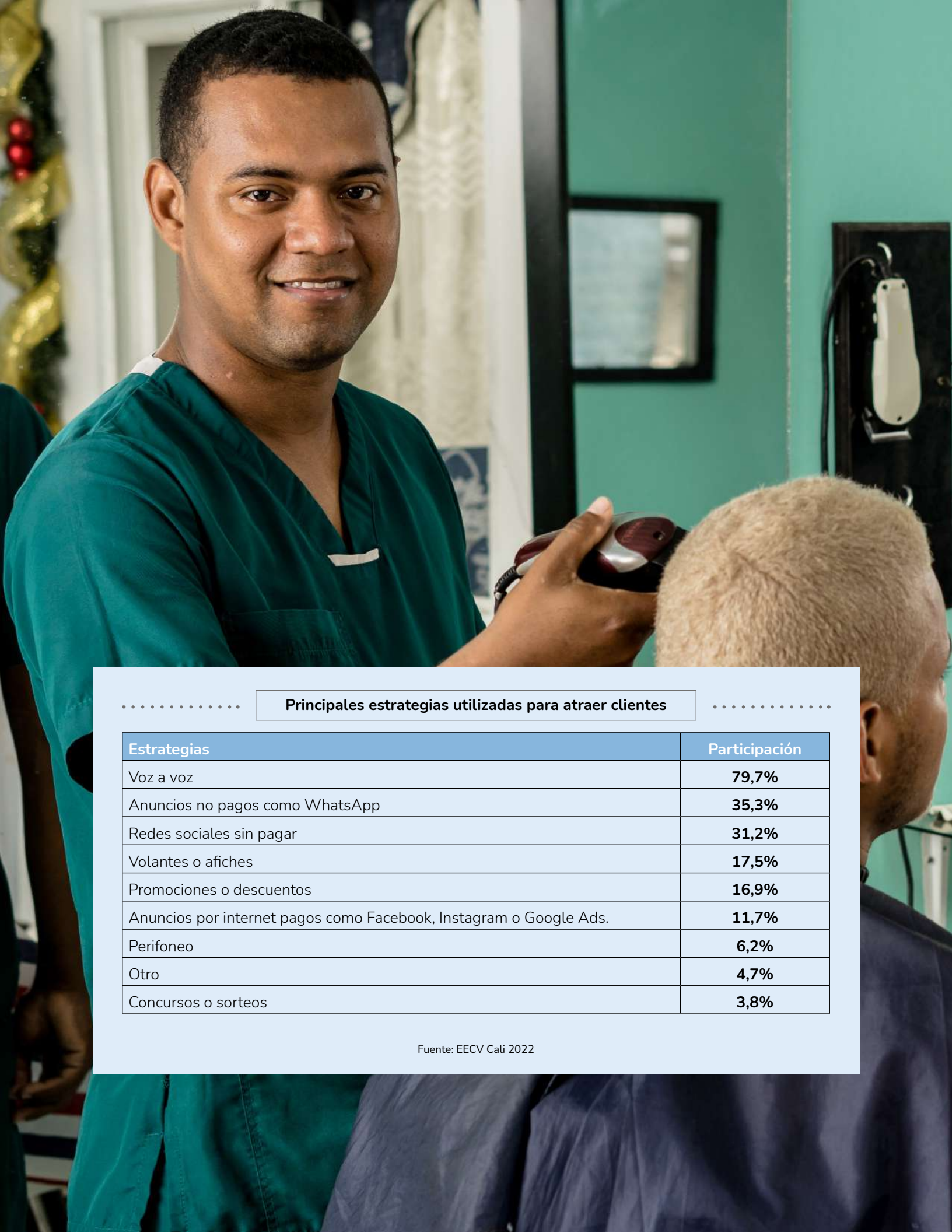


Motivaciones para iniciar el negocio

Motivaciones	Hombres	Mujeres	Total
Vio una oportunidad de negocio	89,3%	87,0%	87,9%
Para complementar el ingreso familiar o mejorar sus propios ingresos	75,3%	78,5%	77,3%
Para ganarse la vida porque el trabajo escasea o perdió el empleo o no pudo conseguir empleo	75,3%	69,9%	71,9%
Porque quería ser su propio jefe o jefa	69,4%	61,9%	64,7%
Quería hacer realidad una idea innovadora o cumplir un sueño	60,9%	59,6%	60,1%
Para tener flexibilidad en el manejo de su tiempo	58,3%	58,4%	58,4%
Para contribuir a su comunidad o región	42,8%	35,2%	38,1%
Porque se dió la oportunidad de comprar este negocio	38,0%	30,8%	33,6%
Porque aprendió el oficio o actividad en su antiguo empleo y quiso tener un negocio similar	39,1%	21,7%	28,3%
Para poder ejercer su profesión, carrera u oficio	36,5%	21,9%	27,5%
Porque no se sentía bien o estaba aburrido(a) en el trabajo que tenía o en el que tiene	16,6%	16,4%	16,5%
Para continuar con el negocio familiar o con la tradición familiar	15,1%	13,9%	14,4%
Porque creía que no tenía la experiencia, o la educación para tener un trabajo	18,8%	11,0%	14,0%

Fuente: EECV Cali 2022

Más información: <https://www.fundacionwwbcolombia.org/>



Principales estrategias utilizadas para atraer clientes

Estrategias	Participación
Voz a voz	79,7%
Anuncios no pagos como WhatsApp	35,3%
Redes sociales sin pagar	31,2%
Volantes o afiches	17,5%
Promociones o descuentos	16,9%
Anuncios por internet pagos como Facebook, Instagram o Google Ads.	11,7%
Perifoneo	6,2%
Otro	4,7%
Concursos o sorteos	3,8%

Fuente: EECV Cali 2022

Acciones frecuentes en relación con su negocio

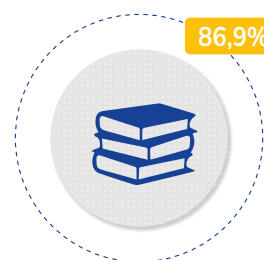
Acciones	Hombres	Mujeres	Total
Sabe que productos o servicios le dejan mayor ganancia	80,1%	77,4%	78,4%
Analiza si el negocio le está dando ganancias o pérdidas	72,7%	68,9%	70,4%
Conoce cuánto le cuesta producir cada uno de sus productos o prestar cada servicio	73,1%	65,8%	68,5%
Le pregunta a sus actuales clientes si hay algún producto o servicio que ellos quisieran comprar o que se mejore en su negocio	59,0%	55,9%	57,1%
Tiene objetivos o metas de ventas semanales o mensuales	57,9%	49,5%	52,8%
Hace publicidad de manera recurrente para atraer nuevos clientes	34,7%	34,7%	34,7%
Visita o averigua sobre los negocios de sus competidores para conocer los productos, precios y características de esos negocios	31,7%	27,2%	28,9%
Discute ideas de negocios con otras personas o participa de redes con otras personas emprendedoras	27,3%	24,0%	25,2%
Le da recibos de pago y/o facturas a sus clientes	30,6%	15,8%	21,4%

Fuente: EECV Cali 2022.

Capacitaciones

Frente a capacitaciones para mejorar las actividades realizadas en el negocio, 86,9% manifestaron que no han recibido ningún tipo de capacitación, situación que es similar tanto en hombres como mujeres. En aquellos que si las han recibido, el principal tema de dichas capacitaciones fue la formación en habilidades técnicas para el negocio (41,9%), seguida de la formación en habilidades personales (25,8%) y formación en educación financiera (23,7%).

Las personas emprendedoras manifestaron que no ha recibido ningún tipo de capacitación.





04.

Aspectos financieros
de los emprendimientos

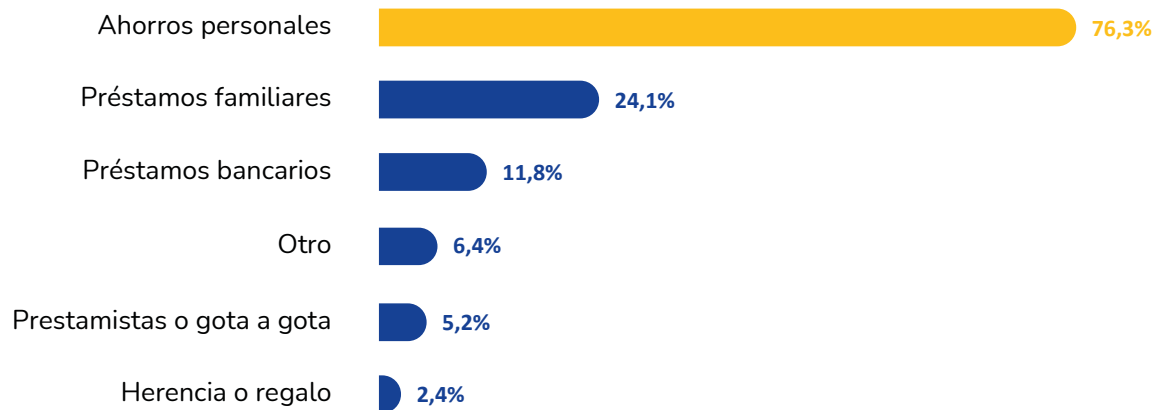
4. Aspectos financieros de los emprendimientos

Tipo de contabilidad utilizada



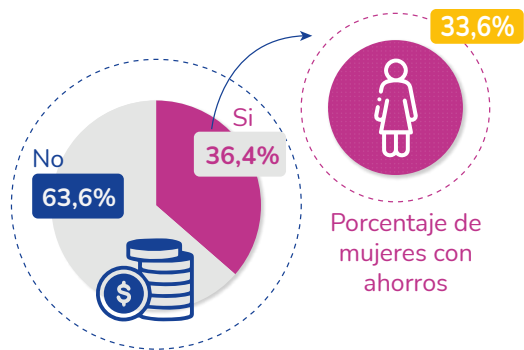
Fuente: EECV Cali 2022

Fuentes de ingreso para comenzar el negocio



Fuente: EECV Cali 2022

Proporción de personas emprendedoras con ahorro



Las y los emprendedores que ahorran en la ciudad lo hacen principalmente en efectivo por medio de alcancías o debajo del colchón (68,6%), seguido de ahorro en cadenas (34,5%) y cuentas de ahorro (39,9%). Se destaca que las emprendedoras son las que en mayor proporción ahorran dinero por medio de cadenas (40,1%) y cuentas de ahorro (42,9%).

Fuente: EECV Cali 2022

¿Forma en que tienen su dinero ahorrado?

Formas de ahorro	Hombres	Mujeres	Total
En efectivo, en alcancía o debajo del colchón	68,5%	68,7%	68,6%
Ha ahorrado en cadenas	27,0%	40,1%	34,5%
Ha depositado dinero en su cuenta de ahorros o CDT	36,0%	42,9%	39,9%
Ha invertido en bienes o propiedades	12,6%	15,0%	14,0%
Ha prestado dinero para evitar gastárselo y recibir una ganancia	10,8%	9,5%	10,1%
Ha ahorrado en cooperativas	8,1%	5,4%	6,6%
Otro	10,8%	6,8%	8,5%

Fuente: EECV Cali 2022

Formas de pago en el negocio

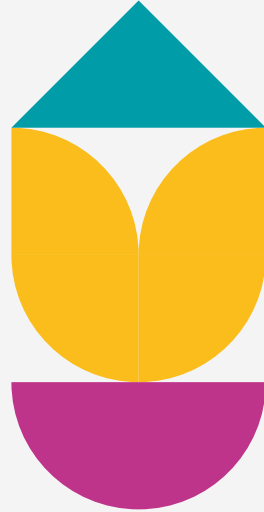
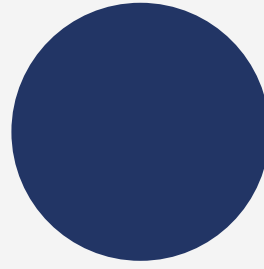
Forma de Pago	Participación
Efectivo	99,4%
Plataformas como Nequi, Daviplata u otros	26,4%
Transferencia electrónica a cuenta bancaria	12,6%
Tarjeta Débito o Crédito	5,1%
Links de Pago o código QR	2,8%
Corresponsales no bancarios como Efecty o Baloto	2,1%
Pasarelas de pago como Mercado pago	0,6%

Fuente: EECV Cali 2022

Formas de pago en el negocio según grupos de edad

Formas de pago	Menor a 25 años	Entre 26 y 35 años	Entre 36 y 45 años	Entre 46 y 55 años	Mayores de 56 años
Efectivo	98,2%	99,2%	99,4%	99,4%	100%
Tarjeta Débito o Crédito	3,6%	6,9%	5,9%	5,7%	3,1%
Links de Pago o código QR	7,1%	4,6%	0,6%	3,8%	1,5%
Plataformas como Nequi, Daviplata u otros	39,3%	43,5%	34,9%	23,3%	6,2%
Transferencia electrónica a cuenta bancaria	16,1%	23,7%	14,8%	10,7%	3,6%
Pasarelas de pago como Mercado pago	1,8%	1,5%	0,6%	0%	0%
Corresponsales no bancarios como Efecty o Baloto	0%	5,3%	3,0%	1,9%	0%

Fuente: EECV Cali 2022



05.

Entorno

5. Entorno



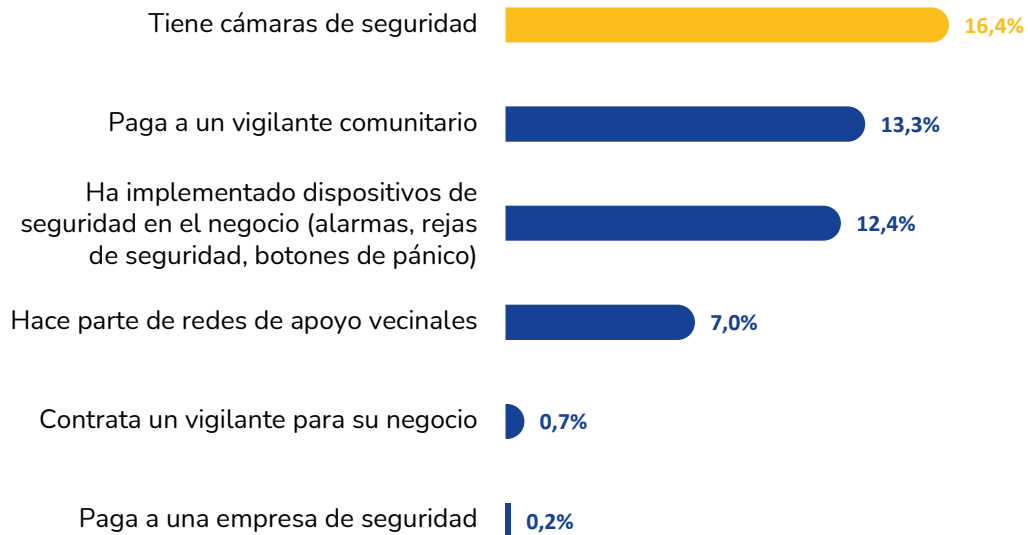
86,9% de las personas emprendedoras se sienten seguros y muy seguros en sus negocios; el 13% restante se sienten inseguros o muy inseguros. No existe mayor diferencia entre las percepciones de mujeres y hombres.

Razón de sentirse inseguros	Participación
Porque sus clientes o vecinos han sido víctimas de robos o agresiones	90,9%
Porque hay mucha delincuencia común	87,0%
Porque hay poca presencia de la fuerza pública	81,8%
Porque hay expendio de drogas	51,9%
Porque usted o su negocio fueron víctimas de un delito	31,2%
Porque hay presencia de extorsión en la zona (vacunas, amenazas)	22,1%
Porque hay bandas criminales (Bacrim)	22,1%

Fuente: EECV Cali 2022



Acciones que realiza para sentirse más segura



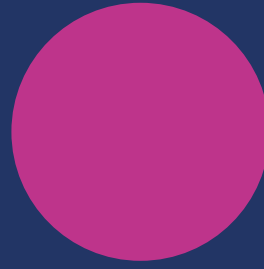
Fuente: EECV Cali 2022

Problemas que han afectado el entorno de su negocio



Problemas	Participación
Ruidos excesivos	16,5%
Presencia de basuras en las calles	12,4%
Invasión del espacio público	9,9%
Malos olores	9,5%
Contaminación del aire	8,5%
Presencia de animales o insectos que generan molestias	8,5%

Fuente: EECV Cali 2022




06.

Hogar

6. Hogar

Estrato socioeconómico

Las personas emprendedoras en Cali viven en hogares de estratos medios o bajos. Concretamente, 84,8% viven en hogares en estratos 1, 2 o 3, siendo el estrato 2 el de mayor participación con 34,3%.



84,8%

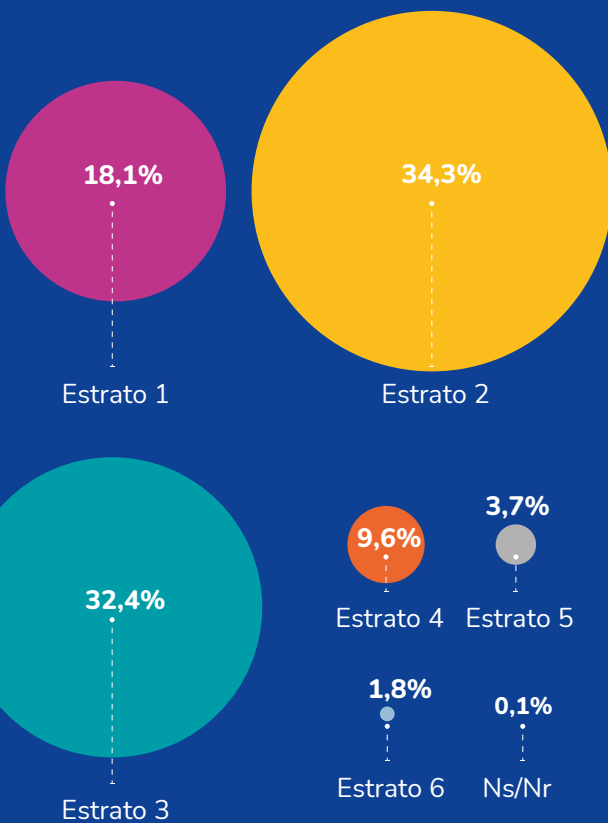
Las personas emprendedoras viven en hogares en estratos 1, 2 o 3,



Bienes materiales con los que cuenta el hogar

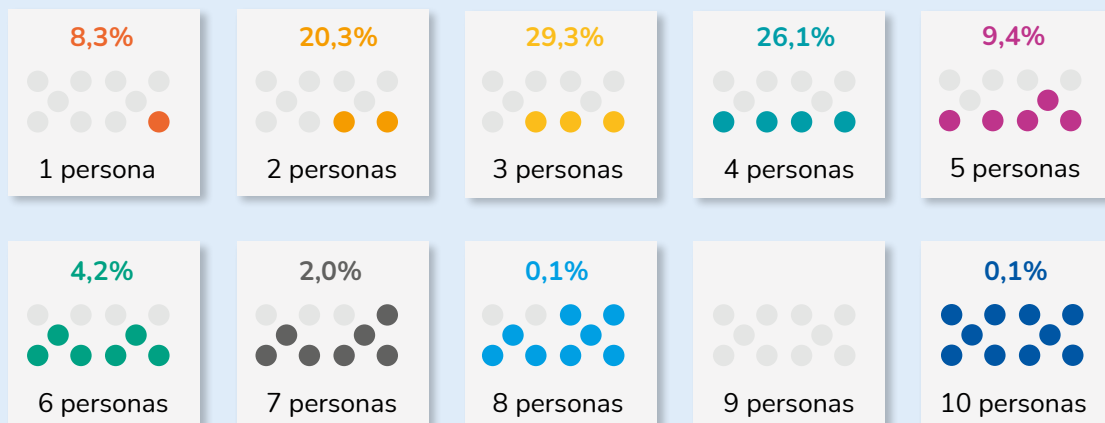
Artículos o bienes	Participación en el total
Estufa eléctrica o de gas	98,4%
Nevera	98,0%
Televisor	96,8%
Lavadora	86,9%
Computador	47,7%
Moto	39,1%
Tablet	24,3%
Carro particular	23,7%
Aire acondicionado	15,4%

Fuente: EECV Cali 2022



Fuente: EECV Cali 2022

Número de personas que conforman su hogar



Fuente: EECV Cali 2022

Personas con quienes convive en su hogar

Los hijos, hijas o hijastros son las principales personas que conforman los hogares de las y los emprendedores en Cali (64,2%). También se encuentran la pareja, esposo o compañero (60,9%) y su madre o madrastra (20,5%).

Personas con las que se convive	Participación
Con algún hijo, hija o hijastros	64,2%
Con su pareja, esposo o compañero	60,9%
Con su madre o madrastra	20,5%
Con algún hermano o hermana	12,3%
Con algún nieto o nieta	8,7%
Con otros familiares no mencionados	8,7%
Sola	8,3%
Con su padre o padrastro	7,8%
Con otras personas que no son de su familia	2,4%

Fuente: EECV Cali 2022

En el 53,1% de los hogares, son las personas emprendedoras quienes más ingresos aportan y también son los que principalmente toman las decisiones; sin embargo las diferencias por género son importantes, mientras el 80% de los emprendedores hombres son quienes más aportan dinero en el hogar, en el caso de las mujeres esta proporción es del 37,5%.

Personas que más aportan recursos al hogar y toman las decisiones mayoritariamente

Persona que aporta recursos	Hombres		Mujeres		Total	
	Que más aporta	Que toma las decisiones	Que más aporta	Que toma las decisiones	Que más aporta	Que toma las decisiones
Usted es la persona que más ingresos aporta	80%	71,2%	37,5%	69,8%	53,1%	70,3%
Es su esposo(a), pareja o compañero(a)	6,7%	17,0%	45,1%	18,2%	31,1%	17,8%
Es su madre o madrastra	2,0%	5,0%	3,6%	7,2%	3,0%	6,4%
Es su padre o padrastro	5,4%	3,3%	3,8%	2,9%	4,4%	3,0%
Es otro pariente	3,7%	2,9%	3,4%	0,7%	3,7%	1,5%
Es su hijo o hija o algún hijastro	1,5%	0,4%	6,2%	1,0%	4,6%	0,8%
Es otra persona no parienta	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%

Fuente: EECV Cali 2022

En el 19,1% de los hogares hay niñas (os) menores de 5 años. En el 67,9% de los casos, las y los emprendedores son los padres o madres de esa niña (o), en el 22,6% es el abuelo o abuela, en el 3,6% es el hermano o hermana y en el 6,0% es otro familiar. La mitad de las y los emprendedores son responsables de alimentar al menor de 5 años en el hogar y 51,2% es responsable a su vez de ayudar a ese niño(a) o niño(a)s en sus tareas escolares y acompañarlos en sus actividades recreativas. Esta situación es más marcada en el caso de las mujeres, en donde el 67,9% están encargadas de la alimentación del menor y 69,0% encargadas de ayudarlos con sus tareas educativas o actividades recreativas. Por el contrario solo el 14,6% de los hombres emprendedores son los responsables del cuidado de ese niño o niña.

De otro lado, en el 12,9% de los hogares de las personas emprendedoras hay personas que requieran atención y cuidado permanente por alguna enfermedad, accidente o por su edad. En el 63,5% de los casos, la responsabilidad del cuidado es de las emprendedoras y emprendedores pero las diferencias por género son grandes. Al igual que en el caso del cuidado de menores de 5 años, las mujeres son las que principalmente se encargan de esta atención (80,4%) en relación con los hombres (31,0%).

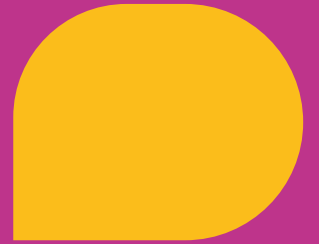
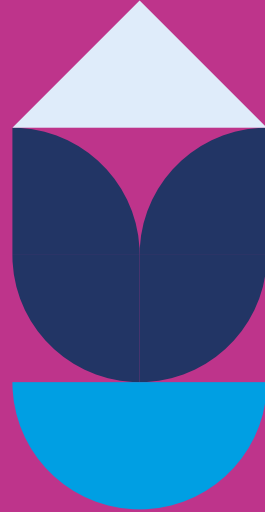
El 59,9% de las y los emprendedores dedican entre 1 y 4 horas diariamente para hacer estas actividades, cifra que se eleva a 71,0% en el caso de las mujeres. Se destaca que el 25% de los hombres declara no dedicar tiempo alguno en el día a estas labores.



..... **Horas al día dedicadas a trabajo doméstico y de cuidado no remunerado**

Rango de tiempo	Hombres	Mujeres	Total
Entre una y cuatro horas	42,1%	71,0%	59,9%
Menos de una hora	31,4%	10,3%	18,3%
Nada	25,5%	2,5%	11,3%
Entre cuatro y ocho horas	1,1%	14,2%	9,2%
Más de ocho horas	0,0%	2,1%	1,3%

Fuente: EECV Cali 2022

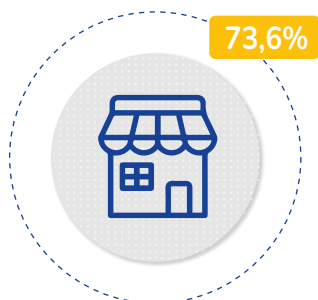


07.

Efectos del Covid-19

7. Efectos del Covid-19

El 73,6% de los negocios funcionaba antes de que iniciara la pandemia por el Covid-19.



Actividad económica del negocio

Actividad	Hombres	Mujeres	Total
La misma que tenía antes de la pandemia	81,0%	77,8%	79,1%
La misma que tenía antes de la pandemia combinada con una nueva actividad	15,7%	19,6%	18,0%
Una actividad nueva	3,2%	2,6%	2,9%

Fuente: EECV Cali 2022

Opciones tomadas para enfrentar la crisis por la pandemia

Opciones	Hombres	Mujeres	Total
Uso todo el efectivo o la caja del negocio	49,5%	48,7%	49,0%
Cambio el esquema de atención a solo domicilios	37,5%	37,3%	37,4%
Cerró por unos meses su negocio	37,5%	29,1%	32,6%
Renegoció deudas	19,4%	15,4%	17,0%
Renegoció precios y formas de pago con proveedores	11,6%	9,2%	10,2%
Despidió empleados	8,3%	8,8%	8,6%
Se vio obligado(a) a pedir un préstamo informal como gota a gota o prestamista	10,2%	7,5%	8,6%
Migró a un esquema de trabajo virtual o teletrabajo	6,9%	4,6%	5,6%
Renegoció salarios con sus empleados	6,9%	3,9%	5,2%
Cambio la actividad del negocio	1,4%	2,9%	2,3%
Solicitó un crédito a una entidad financiera (banco, cooperativa)	0,5%	2,0%	1,3%
Otro	0,5%	2,0%	1,3%

Fuente: EECV Cali 2022



Experiencias positivas surgidas a partir de la pandemia para el negocio

Experiencias	Hombres	Mujeres	Total
Nuevas ideas de negocio	37,5%	47,1%	43,1%
Más tiempo para organizar el negocio	32,9%	31,4%	32,0%
Mayores ventas	11,6%	14,4%	13,2%
Otro	1,9%	1,0%	1,3%

Fuente: EECV Cali 2022

Algunas reflexiones

Impacto del cuidado en el tiempo de emprendedoras y emprendedores

El tiempo que las mujeres dedican al trabajo doméstico y de cuidado no remunerado en los hogares limita sus posibilidades económicas. Los resultados de esta encuesta muestran como las mujeres aun estando a cargo de negocios y trabajando de forma intensiva en días y horas igual que los hombres, son también las cuidadoras principales. En uno de cada cuatro hogares de emprendedores y emprendedoras hay niñas(os) menores de cinco años. Las madres y padres de esas niñas(os) son los emprendedores en el 68% de los casos; sin embargo, la demanda de cuidado de menores es atendida de forma primordial por las mujeres. Las emprendedoras son las encargadas del cuidado en el 68% frente a un 14,6% de los emprendedores hombres, y son también las cuidadoras principales de las personas dependientes o enfermas del hogar, representando un 80% frente a un 31% de los emprendedores hombres.

Un análisis desde la perspectiva del ciclo de vida

Tomar en cuenta la perspectiva de curso de vida es importante para hacer un análisis del emprendimiento en Cali. El 27% de emprendedoras y emprendedores son mayores de 55 años, 22% mujeres y 33,9% hombres. Este es el grupo etario con más bajos niveles educativos, puesto que la mitad tienen solo la primaria o algunos años de primaria. La vulnerabilidad económica a la que se exponen las y los emprendedores de más edad se hace manifiesta a través de varios indicadores: es el grupo que más subsidios del Estado recibe, solamente el 7,7% tiene una pensión, mientras el 39% se paga un salario y es el grupo con más bajos niveles de ahorro (21,6%). Todo esto a pesar de que la mitad de los negocios tiene más de 10 años funcionando, y junto a las y los más jóvenes (18 – 24 años) son quienes en mayor proporción trabajan los 7 días de la semana.

También es el grupo donde las situaciones o condiciones de discapacidad se presentan con mayor proporción, el 20% expresa dificultades para mirar de cerca o lejos aún con gafas; al tiempo que el 17% manifiesta tener dificultades para moverse, caminar o subir escaleras y el 7,2% declara tener problemas para agarrar objetivos con las manos.

Los negocios de las y los emprendedores mayores de 55 años funcionan principalmente en casa (61,9%). Solamente el 29% tiene RUT, el porcentaje más bajo entre todos los grupos de edad, y son quienes en mayor proporción quisieran recibir capital semilla (44%), mientras las personas más jóvenes les gustaría recibir capacitación en mercadeo y uso de redes para fortalecer sus negocios.

Acceso, barreras y demanda de recursos financieros

Las personas emprendedoras en Cali se apalancan principalmente de fuentes financieras no formales. El 76,3% acudió a sus ahorros para iniciar su negocio, una de cada cuatro pidió recursos prestados a familiares, 5% lo hizo por medio de un crédito gota a gota y solo el 11,2% acudió a créditos bancarios. Durante el último año, el 21,7% de las y los emprendedores pidió prestado a familiares, 11,8% a créditos en modalidad gota a gota, 8,9% a instituciones financieras y 3,1% a entidades como FWWB o Coomeva. Cuando se indaga por las razones que les llevan a acudir a estas fuentes informales, el 23,8% considera que son de fácil acceso, el 19% acude a estas porque se encuentra reportado en centrales de riesgo, el 10,5% cree que en una entidad formal le van a negar el crédito, al 7,5% se lo han negado en ocasiones previas y un 7,5% no confía en el sistema financiero.

Respecto a la tenencia de productos financieros, el 38,1% tiene una cuenta de ahorros y el 38,9% una billetera digital. Se encuentran también diferencias por género, el 42,5% de las mujeres tienen una billetera digital frente al 35,4% de los hombres y el 39% de ellas tienen cuenta de ahorros mientras en los hombres este porcentaje alcanza el 35%. El 36,4% de las y los emprendedores tienen ahorros, de este porcentaje el 41% son hombres y el 33% mujeres. Estos ahorros son guardados principalmente en la casa (68%), en cadenas (34%), en cuentas de ahorro o CDT (39,9%), se invierten en propiedades (14%) y se prestan para tener una ganancia extra en lugar de gastarlos (10%).

Cuando se les pregunta a las y los emprendedores qué tipo de apoyo o acompañamiento le gustaría recibir, el 30,5% expresa necesitar capital semilla para crecer, el 11,7% desea acceder a un crédito en instituciones financieras y el 11% a capacitaciones de asuntos contables y financieros.

Características de los negocios

La mayoría de los negocios llevan su registro de forma manual (73,4%). De ahí que, el canal de venta más empleado es el despacho directo desde el negocio (87,7%), seguido de la venta a domicilio (29,8%). Mientras que, las redes sociales como Instagram, WhatsApp y Facebook son utilizadas por el 23% de los negocios y tienen un mayor peso para las mujeres (25%) y las personas emprendedoras jóvenes (37,4%).

El 99,4% de los negocios usa el efectivo como medio de pago, el 26,4% usa plataformas como Nequi o Daviplata, y el 12% recurre a la transferencia electrónica o por cuenta bancaria. Hay importantes diferencias por grupos de edad, mientras el 99,4% de emprendedores mayores de 55 años utiliza el efectivo y solo un 6,2% plataformas como Nequi; el 39% de emprendedores menores de 24 años las utiliza. La gran mayoría de los negocios paga de contado los insumos o los servicios que requiere para su funcionamiento (96,6%), adicionalmente el 43% de los emprendedores tiene RUT y tan solo el 20% un registro mercantil. Respecto a las estrategias para

mejorar las ventas y la visibilidad del negocio, el *voz a voz* es la principal táctica para atraer clientes, ocho de cada diez emprendedoras lo hacen, seguido de las redes sociales y anuncios de WhatsApp sin pago, en un 31% y 35,3% respectivamente.

Los emprendimientos como proveedores de cuidado

El 36% de los negocios en la ciudad está dedicado a la preparación, comercialización y/o venta de productos alimenticios, el 9,9% a la peluquería y otros tratamientos de belleza, el 9% al comercio de prendas de vestir y otros accesorios y el 6,5% a la confección, fabricación y arreglo de prendas de vestir. Estos datos muestran que la mitad de los negocios de la ciudad están dedicados a proveer servicios de cuidado fundamentales en el día a día de las familias; servicios que tiempo atrás eran cubiertos por el trabajo de mujeres y niñas al interior de los hogares y que parcialmente han sido tercerizados por las nuevas dinámicas demográficas, productivas y la vinculación creciente de las mujeres al mercado laboral.

Recomendaciones

El 23 de septiembre de 2022 se llevó a cabo la segunda Mesa interinstitucional emprendimiento en contextos vulnerables en la que fueron socializados los resultados de esta encuesta. Las recomendaciones que se presentan a continuación son resultado de las reflexiones que suscitaron este encuentro en el que participaron las siguientes instituciones: Cámara de Comercio de Cali, ACIDI/VOCA, el Departamento para la Prosperidad Social- DPS, la Secretaría de Desarrollo Económico de la Gobernación del Valle, la Subsecretaría de Equidad de Género de la Alcaldía de Cali, la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Cali, Fundación SIDOC, Compromiso Valle, Comfandi, Fundación Fanalca, Fundación Carvajal y la Universidad Icesi.



Capacitación: los niveles educativos entre las personas emprendedoras son bajos, por esta razón es importante pensar en estrategias intersectoriales e interinstitucionales que permitan promover la mejora en ellos. De forma específica, los resultados muestran como un porcentaje importante de las y los emprendedores desconoce aspectos básicos de su negocio cómo conocer los productos que mayor ganancia dejan o cuánto cuesta producir cada producto o servicio, esto revela la importancia de ofrecer procesos de formación en contabilidad o aspectos administrativos y financieros del negocio, que sean relevantes y accesibles para ellas y ellos.



Conectividad: las personas emprendedoras usan mayoritariamente redes sociales y dispositivos móviles pero tienen bajos niveles de conexión a internet. Fomentar la conectividad es un factor que puede facilitar los procesos de capacitación, ampliar las estrategias digitales que utiliza el negocio y mejorar la inclusión financiera, entre otras.



Transformación digital: existe consenso sobre la importancia de la transformación digital como estrategia o medio para potenciar los emprendimientos; sin embargo, esta debe tomar en consideración las características de las personas emprendedoras y el contexto, los capitales sociales y el grupo etario, que influyen en la posibilidad de los negocios para asumir o no un proceso de transición digital.



Sistema de cuidado: los resultados del proyecto permiten evidenciar la doble o triple carga de trabajo que enfrentan las mujeres cuando son las principales responsables del cuidado de personas dependientes y niñas y niños pequeños. También revelan que tienen sus negocios en casa principalmente para conciliar esas tareas. Esto pone de presente la necesidad de pensar en sistemas de cuidado territoriales, que son la suma de acciones públicas, privadas, comunitarias y familiares que solventan las necesidades de cuidado de todas y todos. La discusión de estos sistemas se encuentra en la agenda coyuntural del país en este momento y es importante que actores y actoras del ecosistema emprendedor participen de esta.



40



Protección social: las coberturas y aportes a la seguridad social de los emprendedoras y las emprendedoras son muy bajos, especialmente en algunos grupos de edad como los mayores de 55 años que su vez son el grupo que mayor peso tienen en los negocios, lo que los expone a situaciones de vulnerabilidad. En este sentido, es importante diseñar estrategias para promover las afiliaciones y/o aportes al sistema.



Inclusión financiera: las y los emprendedores se apalancan principalmente con recursos propios lo que tiene efectos en la capacidad que tiene el negocio de crecer. Las razones de estos bajos niveles son variadas: altos costos de transacción, la desconfianza, el desconocimiento, los imaginarios sobre el sistema, el no cumplimiento de los requisitos, la baja conectividad etc. Se deben crear estrategias y mecanismos pertinentes, desde el sistema financiero, para acercarse a las y los emprendedores. Promover la educación financiera para fortalecer la confianza y disipar sesgos de conocimiento y comportamiento que se constituyen en barreras.



Formalización: la formalización puede ayudar a mejorar el acceso a recursos para el negocio. Unificar o llevar a lugares cercanos a los negocios, los espacios donde se expiden los diferentes documentos y trámites podría facilitar el proceso. También hacer pedagogía sobre los beneficios de la formalización y proponer procesos escalonados o paulatinos.



40



Síguenos en:



www.fundacionwwbcolombia.org

Teléfonos: (602) 387 68 60 - (602) 667 07 17

Dirección: Carrera 63 A # 5 - 28 Cali, Colombia

www.oemcolombia.com

Dirección: Cl. 18 #122-135, Universidad Icesi, Cali, Colombia