



**IMPULSANDO
EL PODER
TRANSFORMADOR
DE LAS MUJERES**

¿Cómo hacemos nuestro trabajo?

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Concentramos nuestro trabajo y ratificamos nuestro compromiso con la agenda global para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular en los relacionados con:



Enfoques de nuestras acciones

GÉNERO

EMPRENDIMIENTO

VULNERABILIDAD

INCLUSIÓN FINANCIERA

Pilar PERSONAS

Contribuimos al desarrollo de **capacidades** en mujeres emprendedoras fortaleciendo su autonomía personal y económica.

Pilar INVERSIONES DE IMPACTO SOCIAL

Invertimos en **negocios sostenibles** que promuevan el cierre de brechas de desigualdad para las mujeres.

Pilar CONOCIMIENTO

Fomentamos la generación, **difusión y apropiación de conocimiento** para identificar las brechas de desigualdad que afectan a las mujeres e incidimos en su disminución.



TRANSFORMAMOS VIDAS

CREAMOS VALOR

BUSCAMOS ALIANZAS DE IMPACTO COLABORATIVO

HACEMOS LAS COSAS BIEN

Principios

Modos de acción

OPERAMOS DIRECTAMENTE

NOS ALIAMOS

CONVOCAMOS

Contribuimos a cerrar brechas de desigualdad para las mujeres y promovemos su participación activa en el desarrollo económico.



Emprendimientos en contextos vulnerables Cali 2022





ENCUESTA

Emprendimientos en contextos vulnerables Cali 2022

Resultados generales

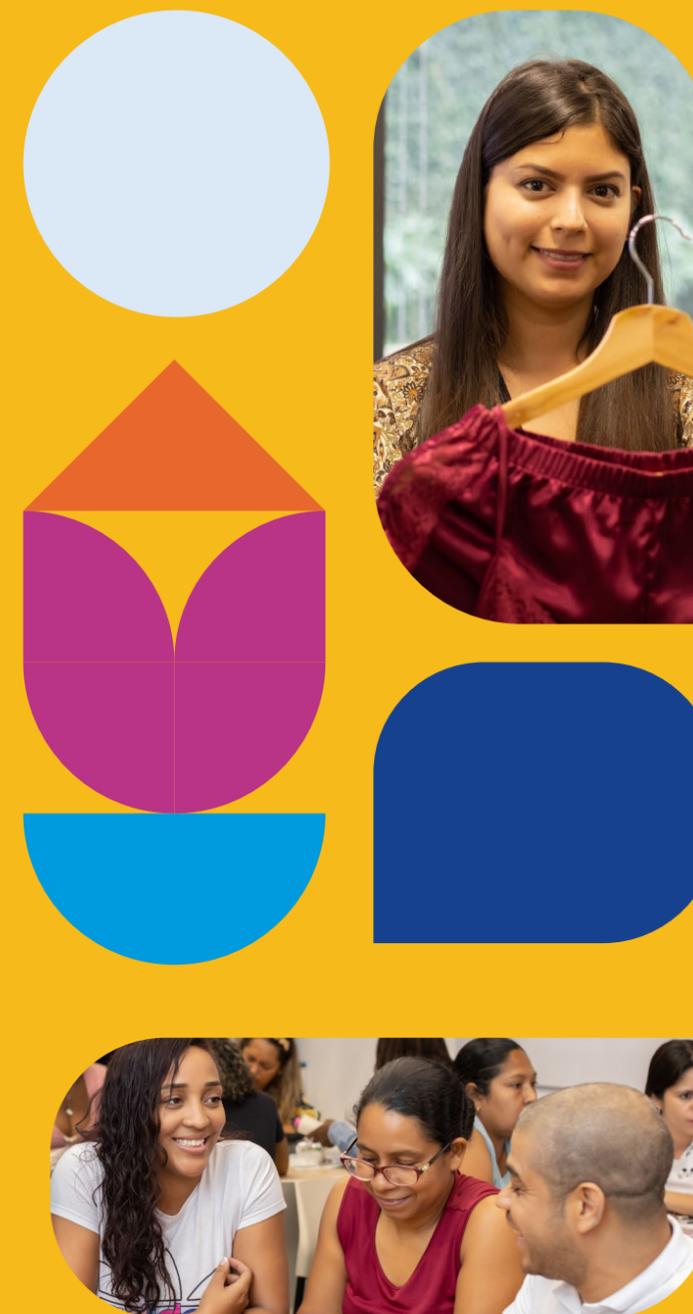


Encuesta Emprendimiento Cali – 2022

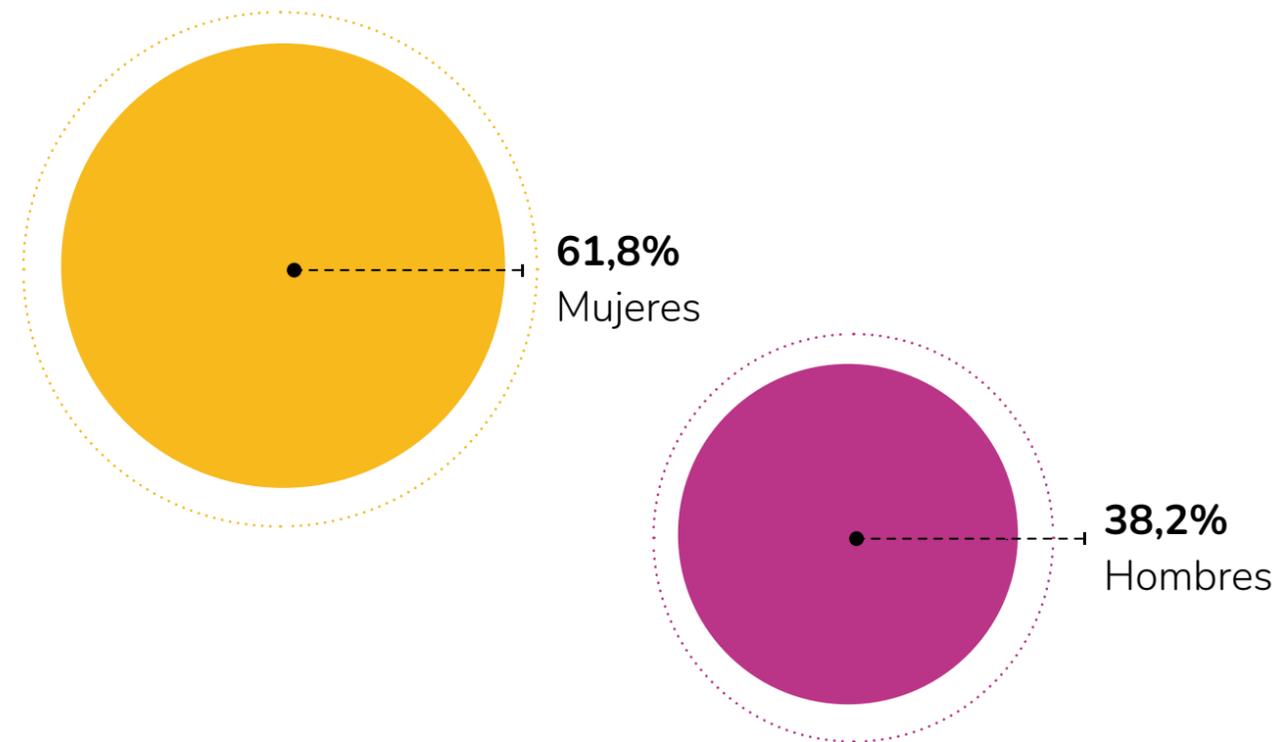
Universo	Hombres y mujeres mayores de 18 años con un emprendimiento no mayor a 10 empleados, de la ciudad de Cali.
Objetivo	Caracterizar los emprendimientos con una unidad de análisis de microempresas con hasta 10 empleados que servirá de guía para el reconocimiento de necesidades y características de estas unidades de negocio y además de norte para futuras mediciones.
Diseño muestral	<p>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.</p> <p>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.</p>
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: 700 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, ICESI y la Fundación WWB



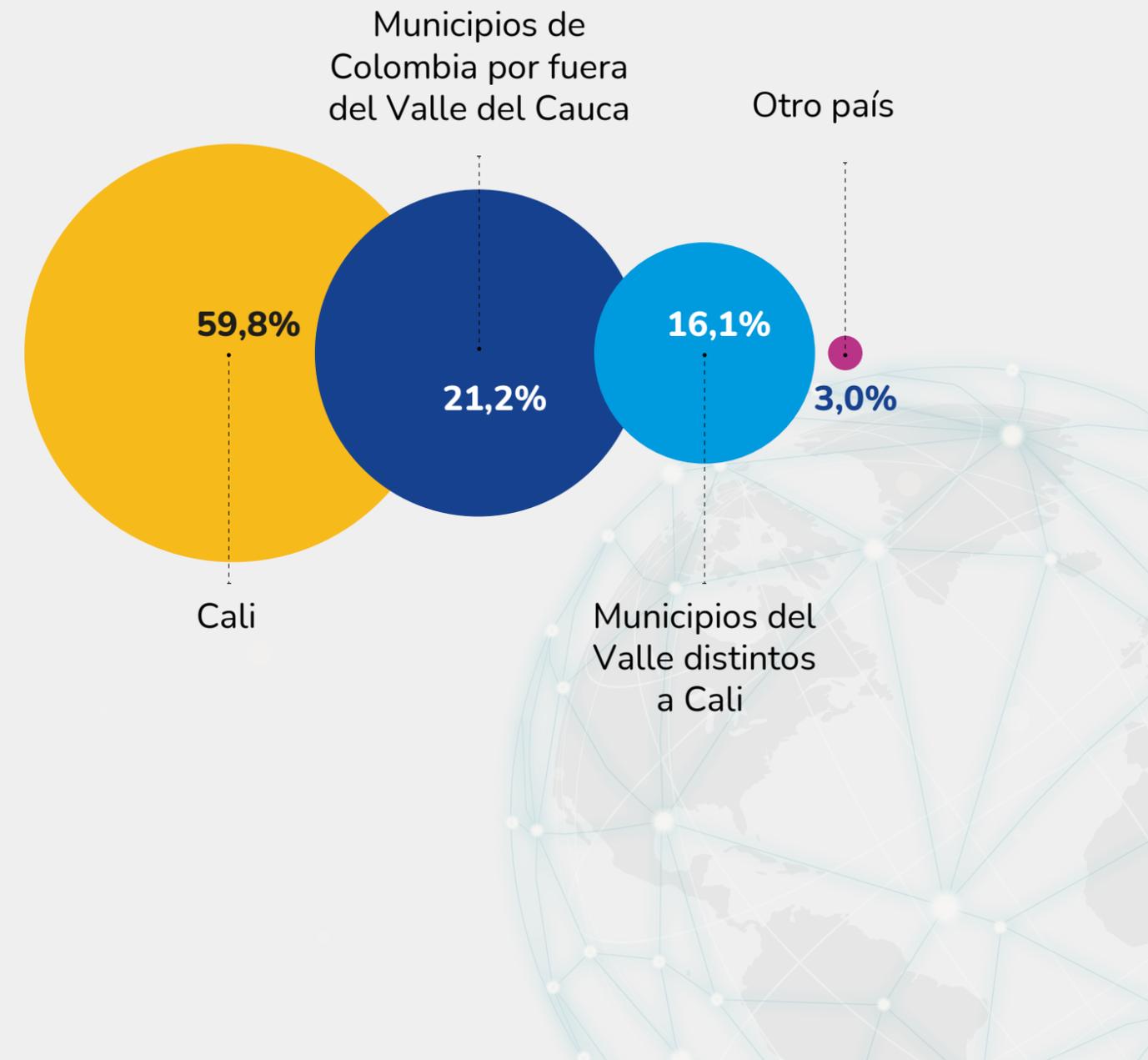
Características socioeconómicas de las personas emprendedoras en Cali y sus hogares



Emprendedores de acuerdo al sexo registrado al momento de nacer

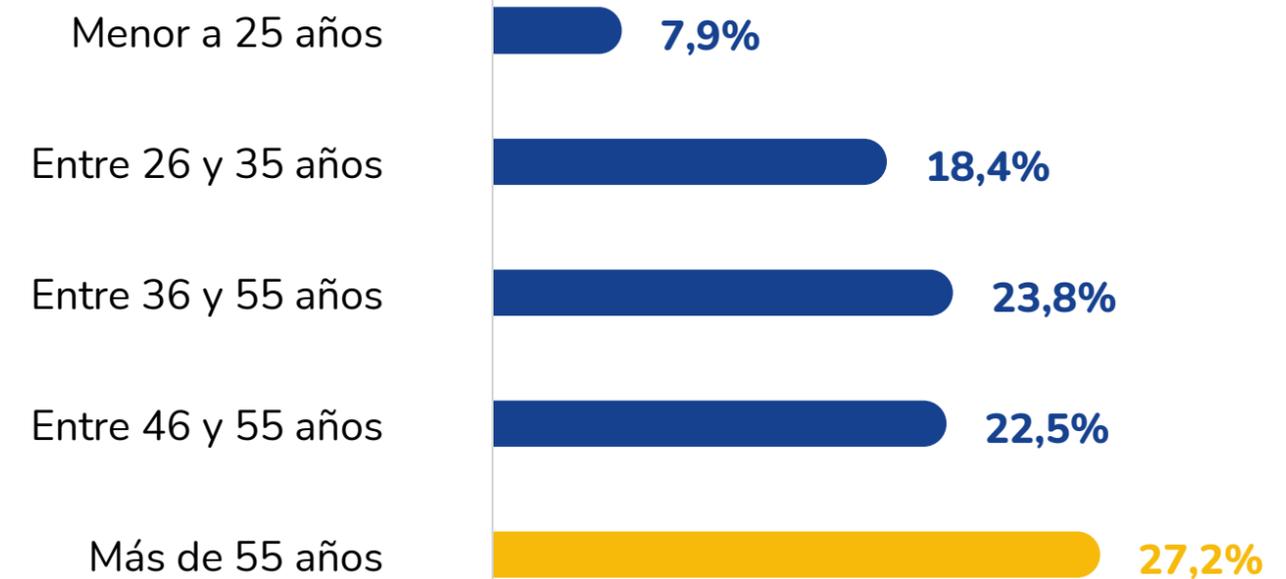


Emprendedores según lugar de nacimiento





Emprendedoras y emprendedores en Cali según rango de edad



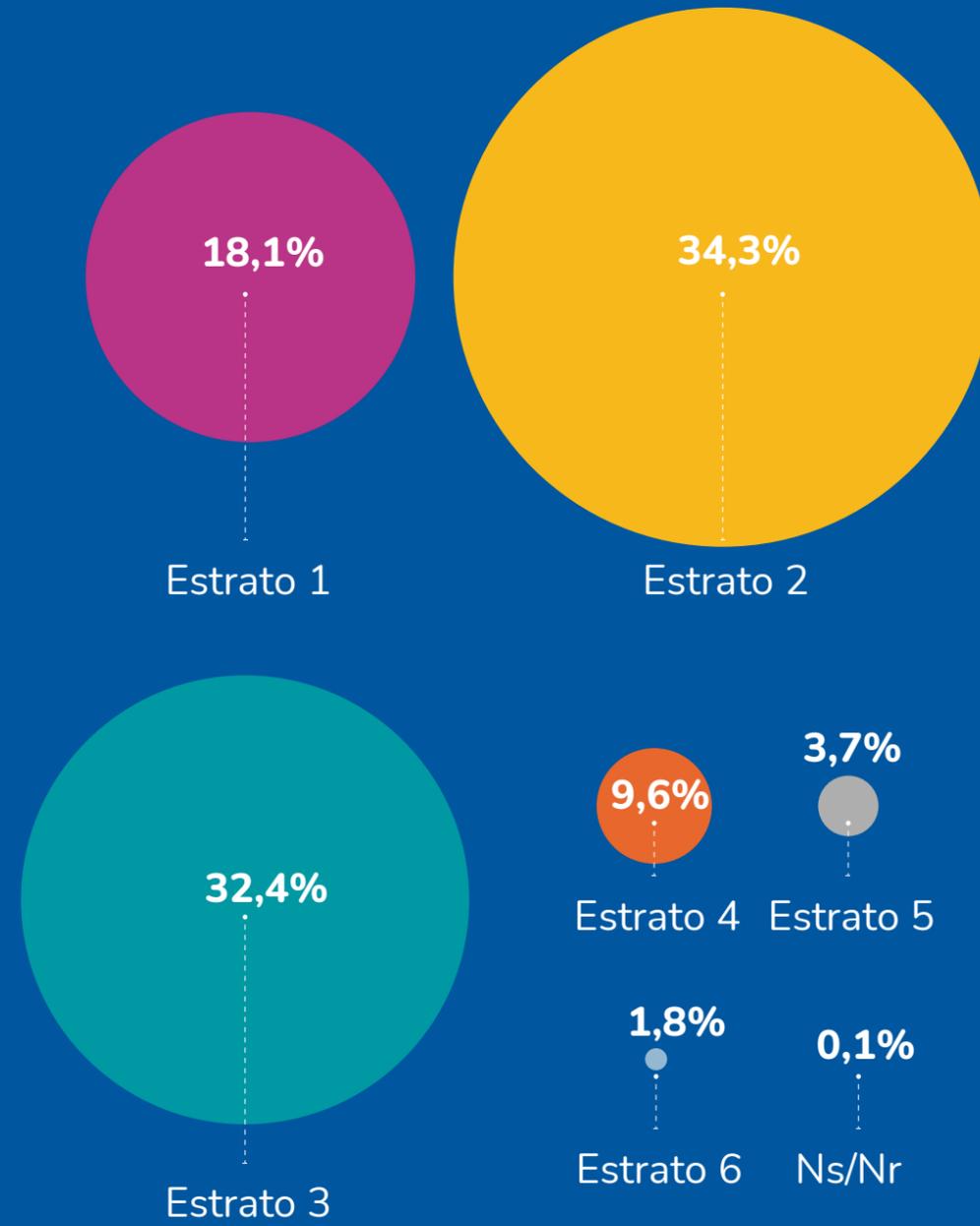
Emprendedoras y emprendedores con alguna discapacidad o dificultad

Discapacidad o dificultad	< 25 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años	> 55 años
Oír la voz y los sonidos, aún si usa audífonos	0%	2%	1%	3%	7%
Hablar o conversar	0%	0%	0%	0%	1%
Ver de cerca, de lejos o alrededor, aún si usa gafas o lentes	5%	8%	7%	14%	20%
Mover el cuerpo, caminar o subir y bajar escaleras	0%	2%	4%	3%	17%
Agarrar o mover objetos con las manos	0%	2%	1%	2%	7%
Entender, aprender, recordar o tomar decisiones por sí mismo/a	0%	1%	1%	0%	1%
Comer, vestirse o bañarse por sí misma/o	0%	0%	1%	0%	1%
Relacionarse o interactuar con las demás personas	0%	0%	0%	0%	1%

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%		

Estrato socioeconómico



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	70,8%	71,3%	35,8%	69,8%	53,1%	70,3%
Es su esposo(a), pareja o compañero(a)	5,9%	17,1%	42,9%	18,2%	31,1%	17,8%
Es su madre o madrastra	1,8%	3,3%	3,4%	2,9%	3,0%	6,4%
Es su padre o padrastro	4,8%	5,0%	3,7%	7,2%	4,4%	3,0%
Es otro pariente	3,7%	0,4%	3,2%	1,7%	3,7%	1,5%
Es su hijo o hija o algún hijastro	1,5%	2,9%	5,9%	0,7%	4,6%	0,8%
Es otra persona no parienta	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%

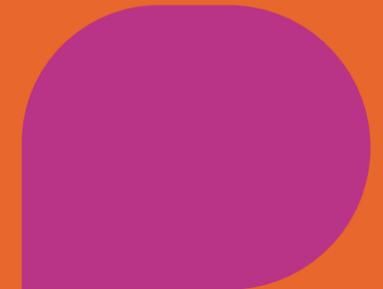
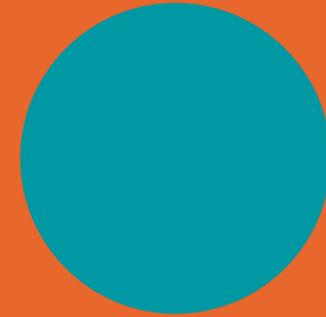


Horas al día dedicadas a trabajo doméstico y de cuidado no remunerado

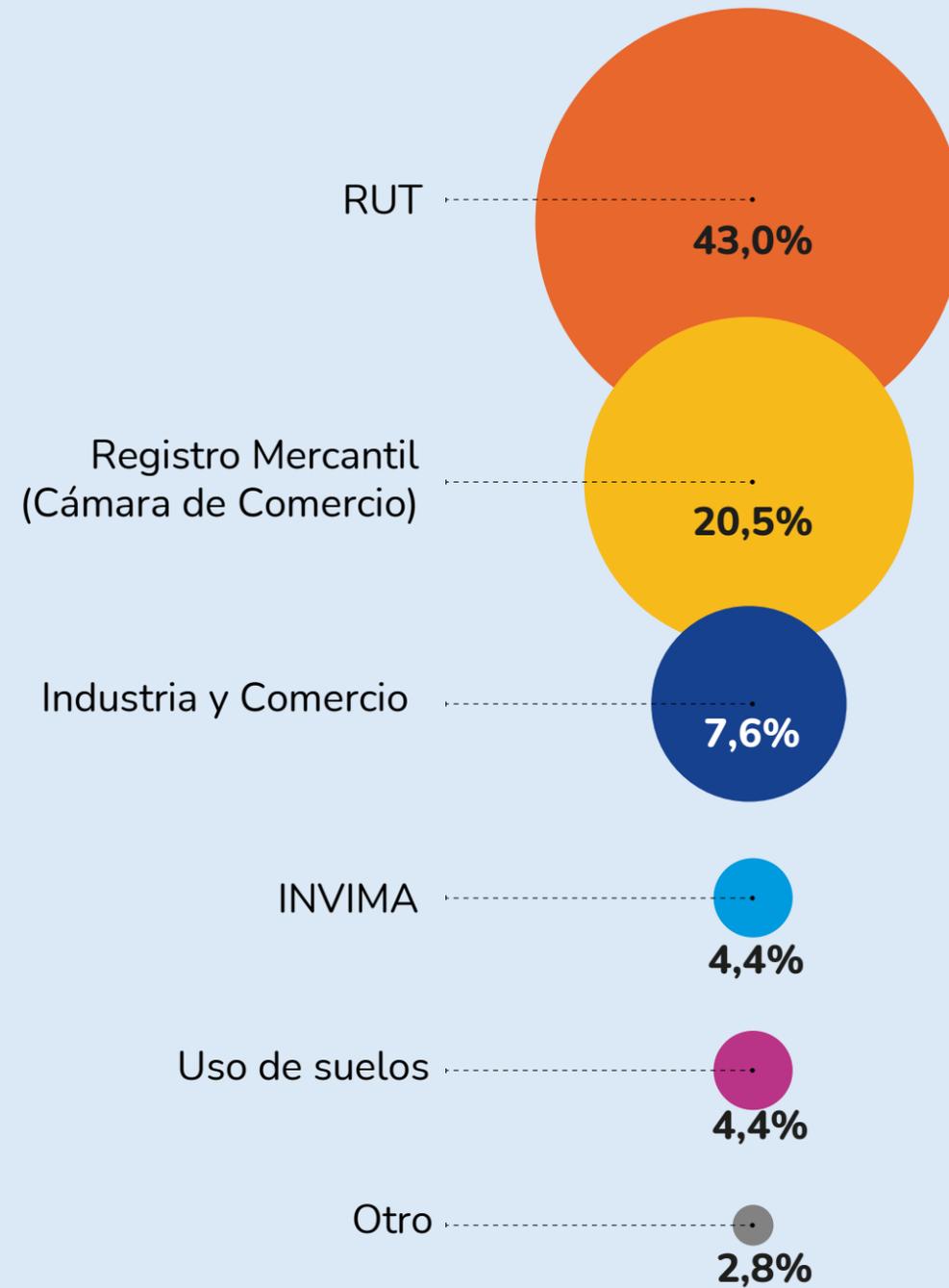
Rango de tiempo	Hombres	Mujeres	Total
Entre una y cuatro horas	42,1%	71,0%	59,9%
Menos de una hora	31,4%	10,3%	18,3%
Nada	25,5%	2,5%	11,3%
Entre cuatro y ocho horas	1,1%	14,2%	9,2%
Más de ocho horas	0,0%	2,1%	1,3%



Alguna características de los negocios

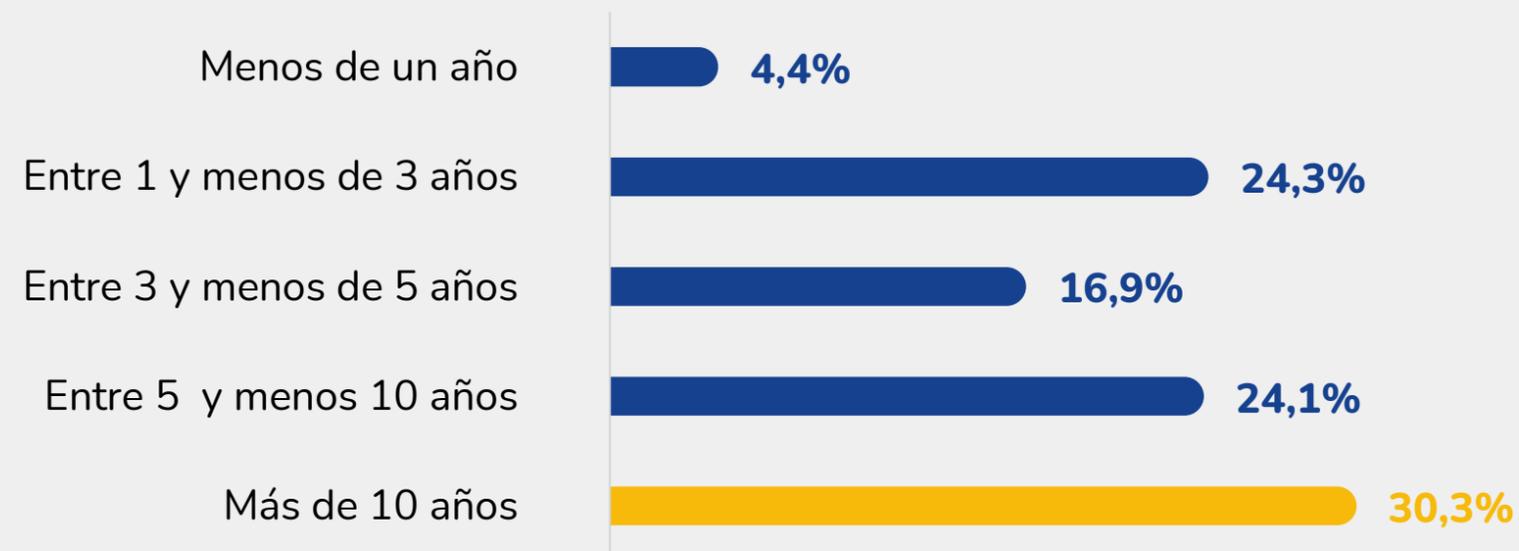


Documentos con los que cuenta el negocio

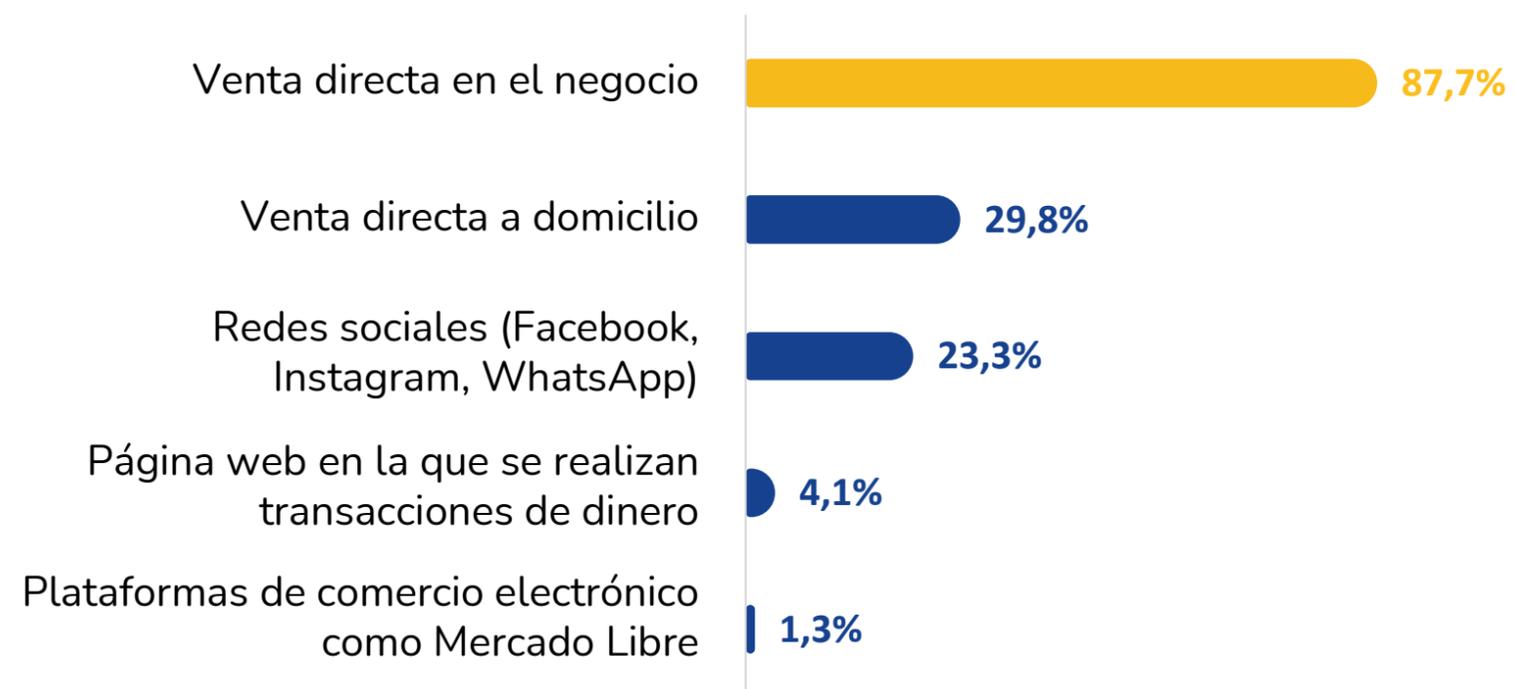


Razones para tener RUT O Registro mercantil	
Para legalizar mi negocio	47,3%
Por la exigencia de clientes o proveedores	29,3%
Para acceder a crédito	8,9%
Para acceder a programas institucionales	2,9%
Para acceder a beneficios tributarios/subsidios	2,0%
Razones para NO tener RUT O Registro mercantil	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

Años de antigüedad de los negocios



Canales de venta utilizados por los negocios



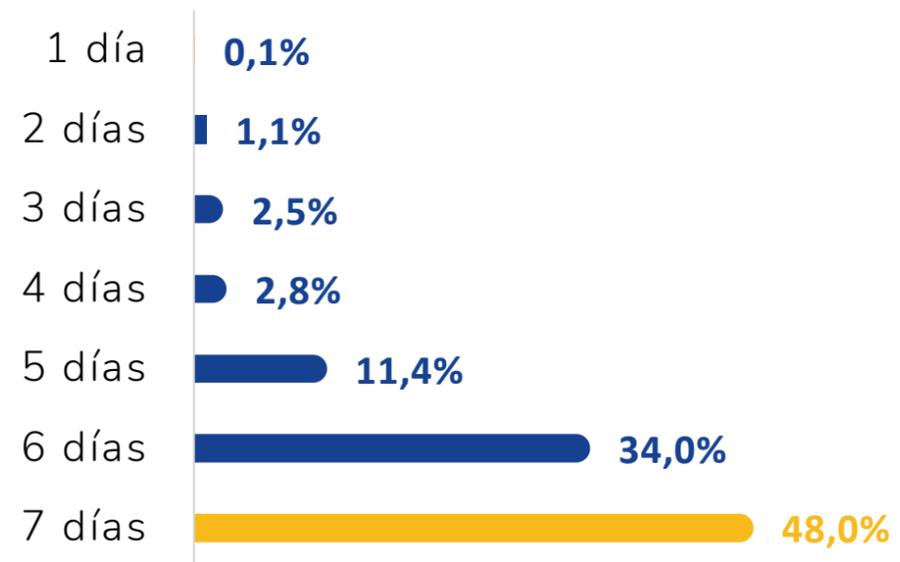


Ubicación del negocio

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%



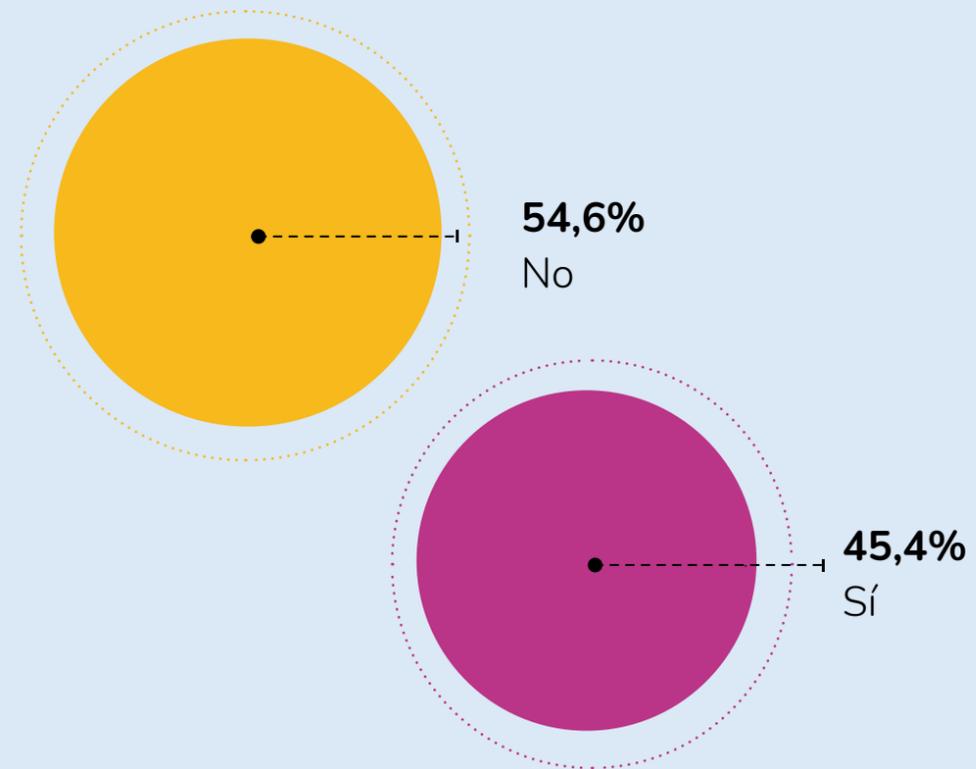
Cantidad de días a la semana que dedican a los negocios



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%



Se paga un salario

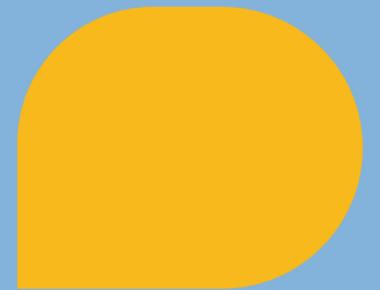
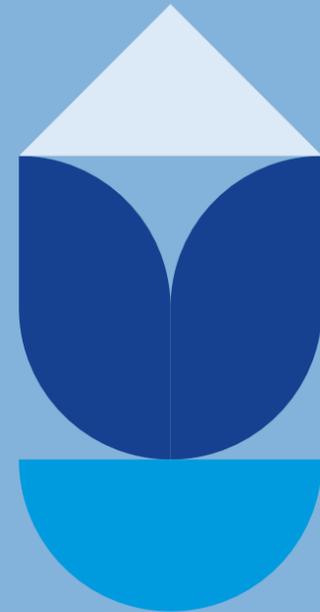
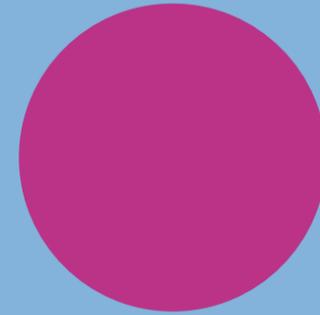


Por género	Sí	No
Hombres	56,1%	43,9%
Mujeres	38,8%	61,2%





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%

Motivaciones para 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%



Principales estrategias utilizadas para atraer clientes

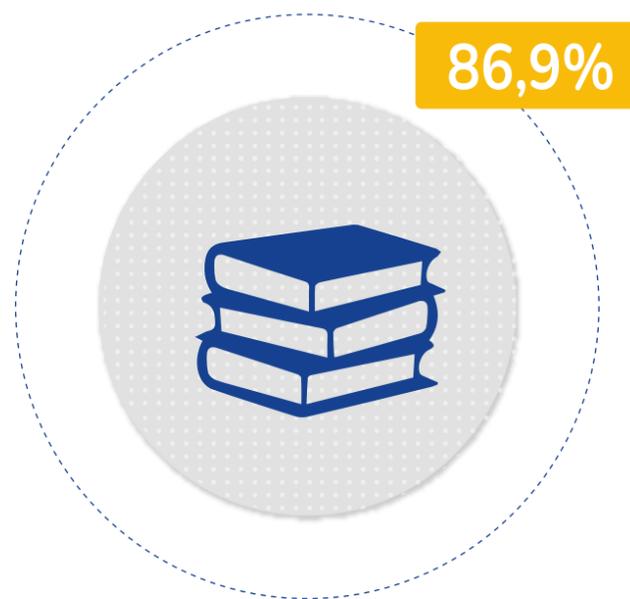
Estrategias	Participación
Voz a voz	79,7%
Anuncios no pagos como WhatsApp	35,3%
Redes sociales sin pagar	31,2%
Volantes o afiches	17,5%
Promociones o descuentos	16,9%
Anuncios por internet pagos como Facebook, Instagram o Google Ads.	11,7%
Perifoneo	6,2%
Otro	4,7%
Concursos o sorteos	3,8%

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 publicidades u (en el cuestionario está o ofertas) 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 otros emprendedores	27,3%	24,0%	25,2%
Le da recibos de pago y/o facturas a sus clientes	30,6%	15,8%	21,4%

Capacitaciones

Los emprendedores manifestaron que no ha recibido ningún tipo de capacitación.

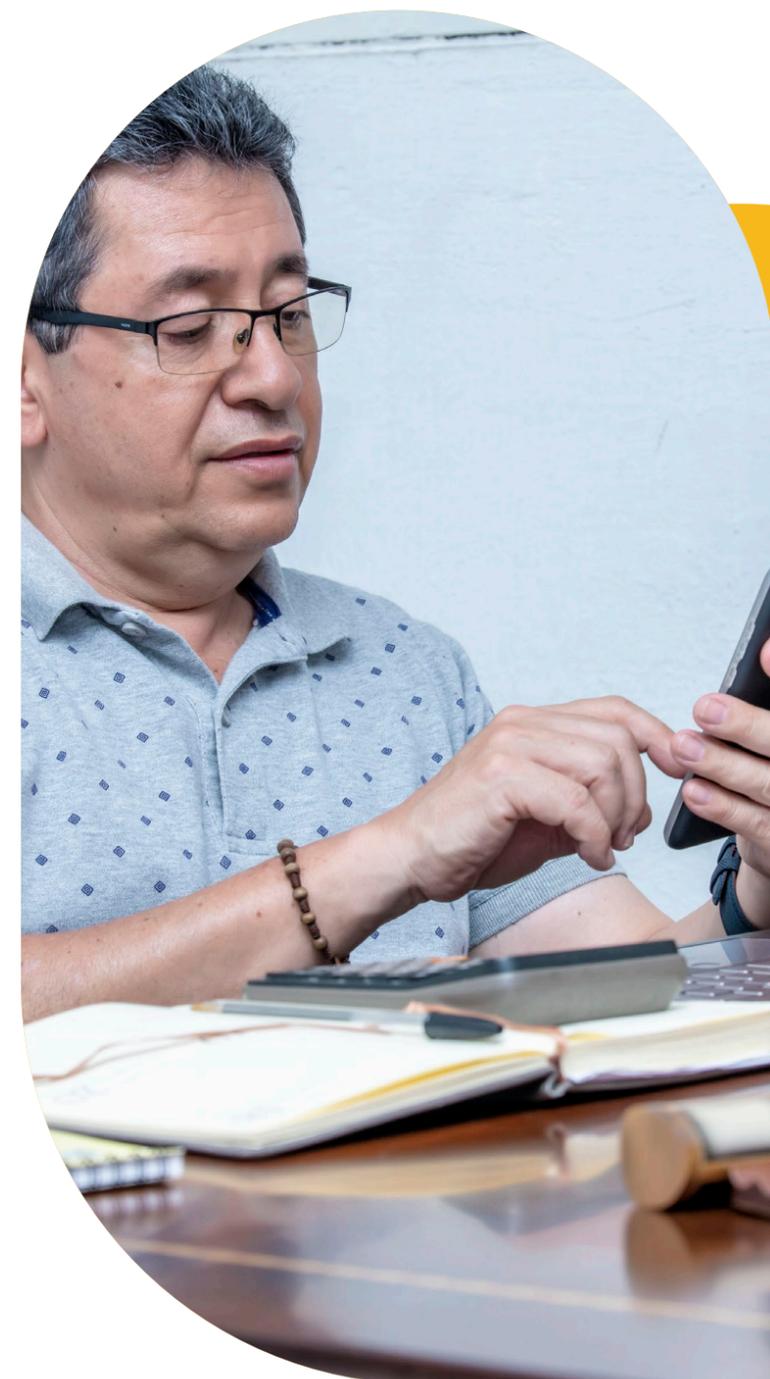


En aquellos que si han recibido capacitaciones, el principal tema fue la

formación en habilidades técnicas para el negocio (41,9%).

Formación en habilidades personales (25,8%)

Formación en educación financiera (23,7%).



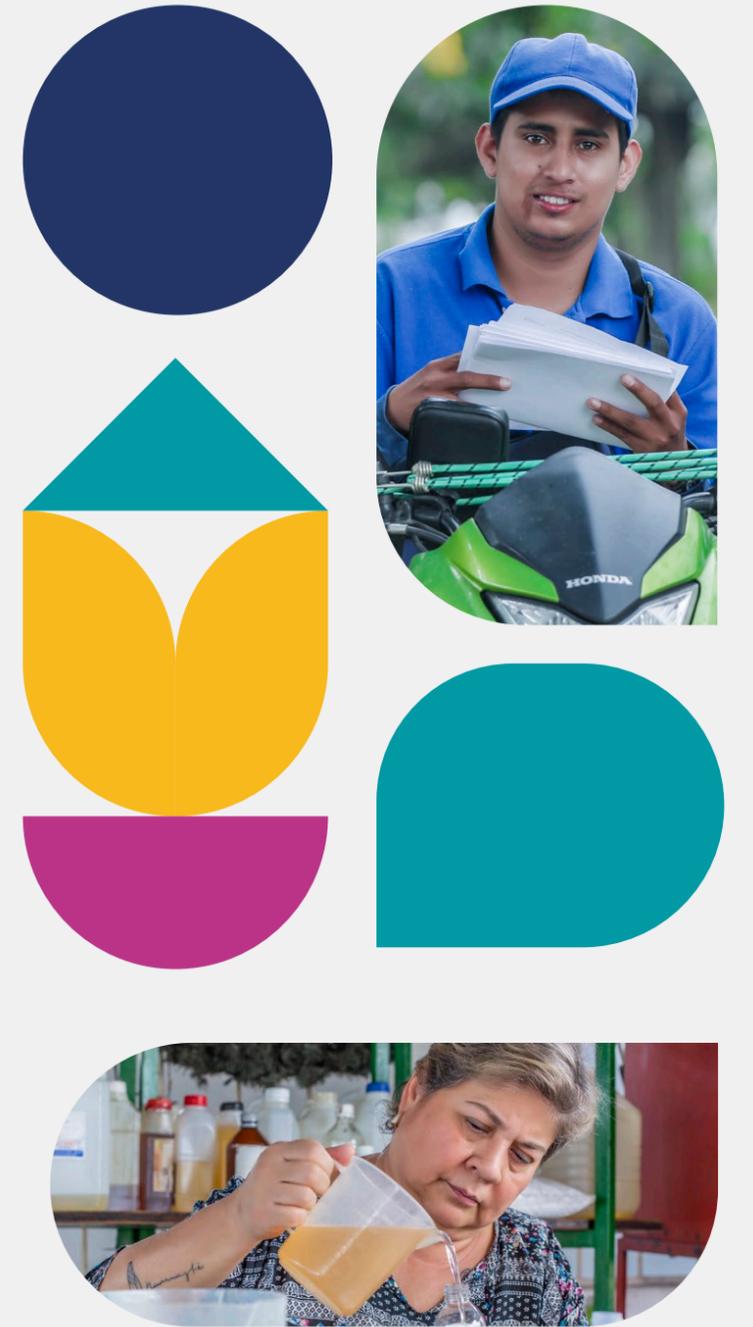


Razones por las cuales no ha recibido capacitación	Hombres	Mujeres	Total
No sabe dónde ir	36,3%	34,3%	35,1%
No le interesa	36,3%	27,7%	31,0%
El horario no se acomoda a ningún curso	19,2%	21,5%	20,6%
Los cursos toman mucho tiempo	12,9%	14,9%	14,1%
Los cursos son muy caros	10,0%	15,2%	13,1%
No hay un curso que se adecue a lo que su negocio necesita	12,1%	10,6%	11,2%
Las labores del hogar/domésticas no le dejan tiempo	2,1%	13,6%	9,1%
Otra razón	2,5%	2,9%	2,8%





Entorno

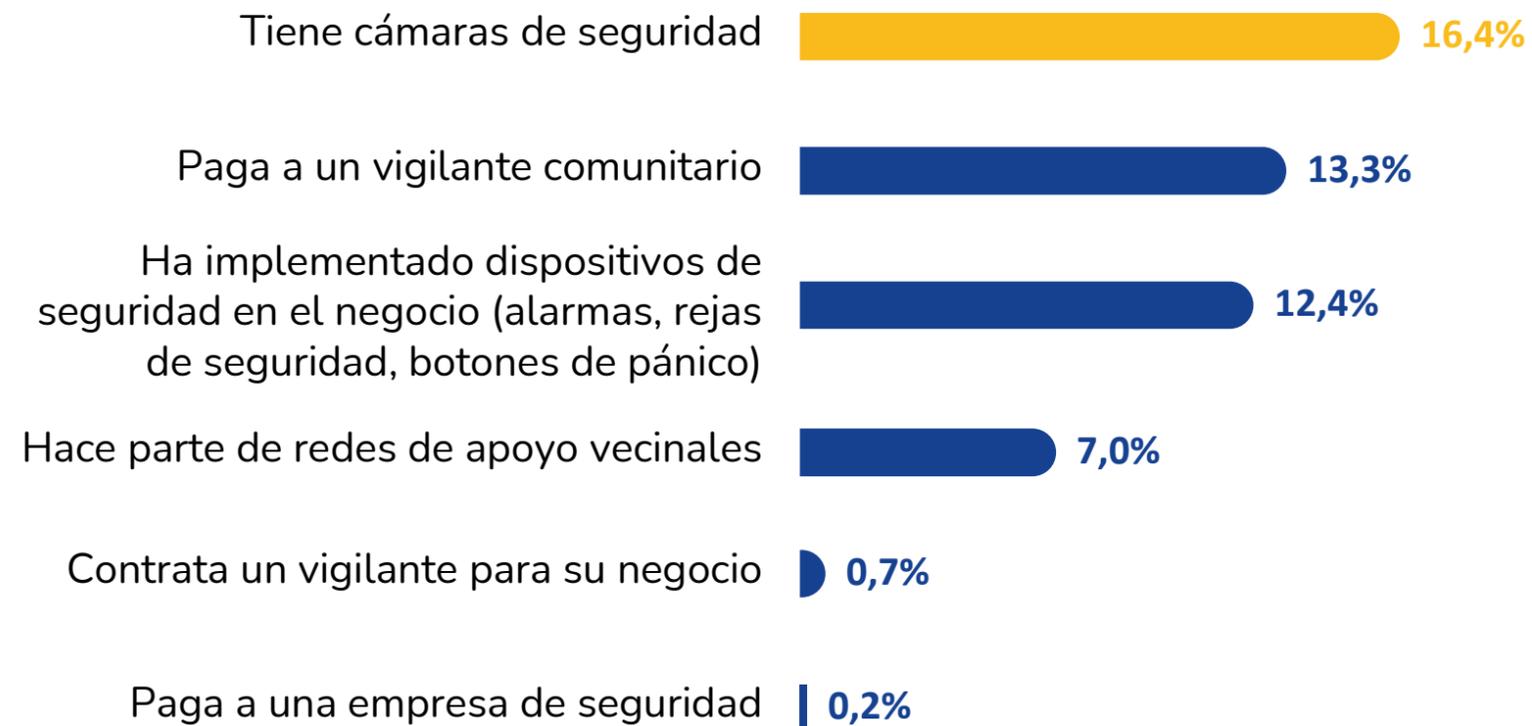


13% de las y los emprendedores considera que el entorno es inseguro



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%

Acciones que realiza para sentirse más segura(o)



Problemas que han afectado el entorno de su negocio

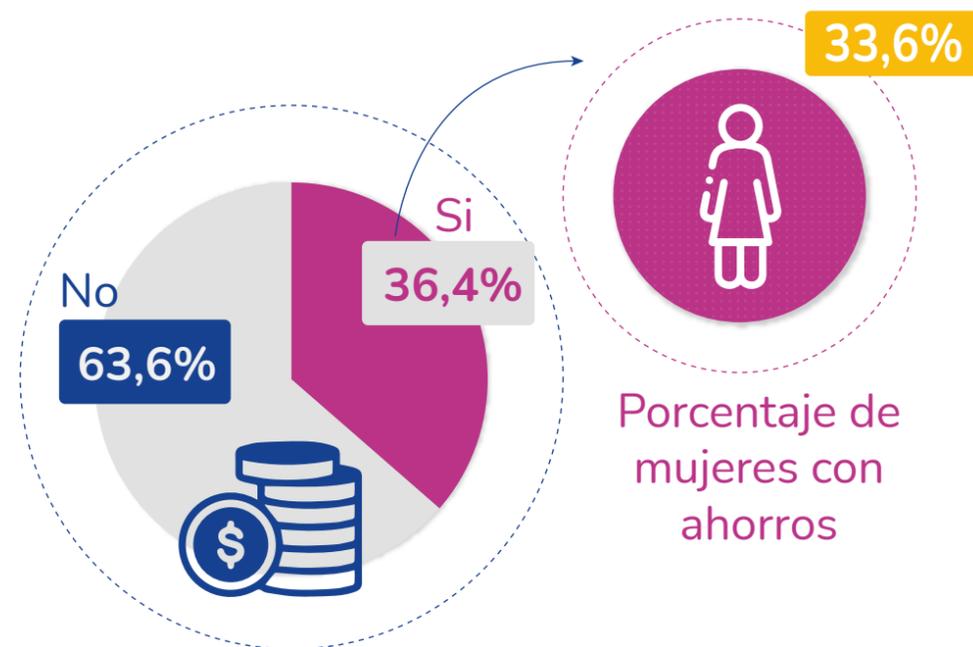
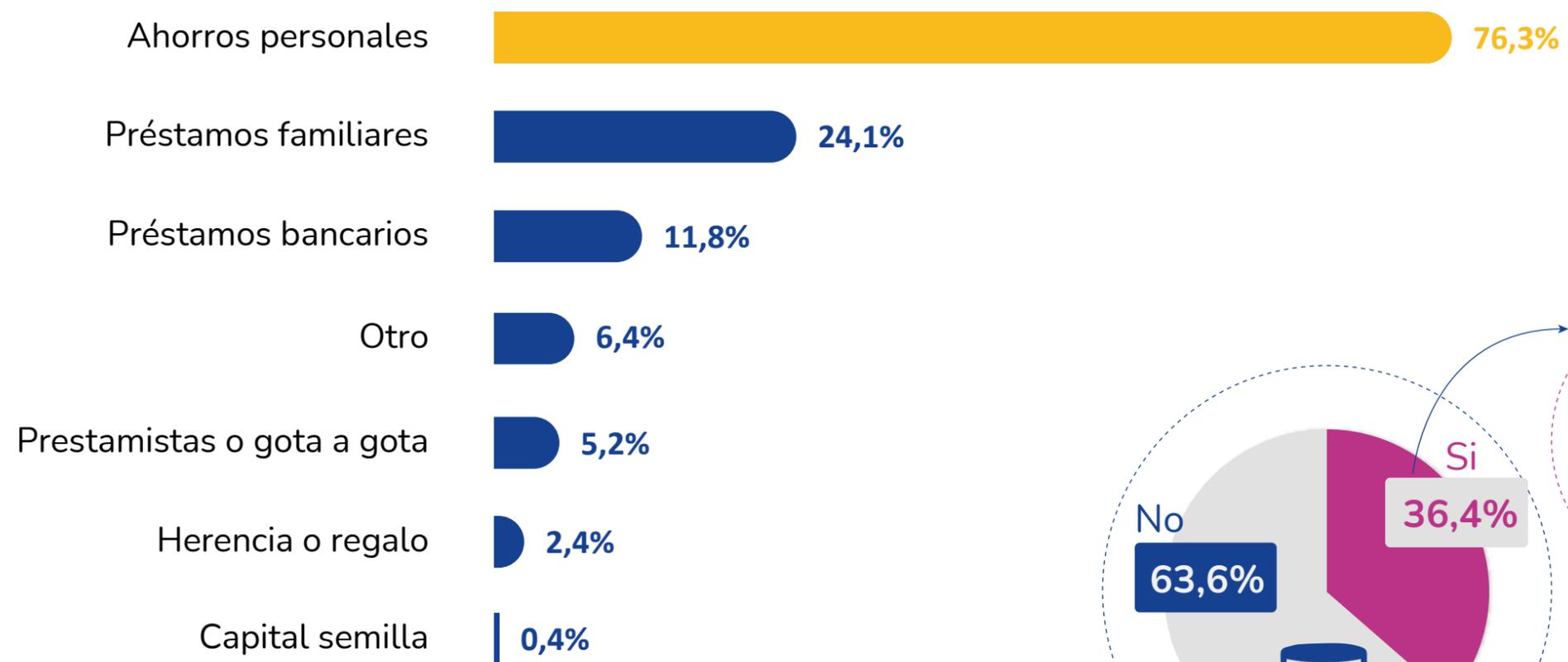
Problemas	Participación
Ruidos excesivos	16,5%
Presencia de basuras en las calles	12,4%
Invasión del espacio público	9,9%
Malos olores	9,5%
Contaminación del aire	8,5%
Presencia de animales o insectos que generan molestias	8,5%



Aspectos financieros de los emprendimientos



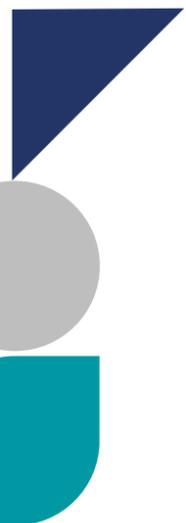
Fuentes de ingreso para comenzar el negocio





¿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%





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%



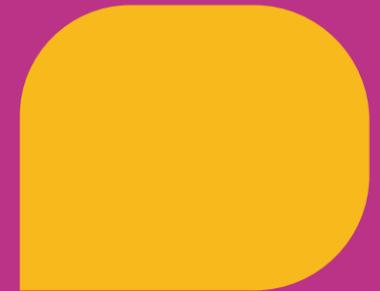
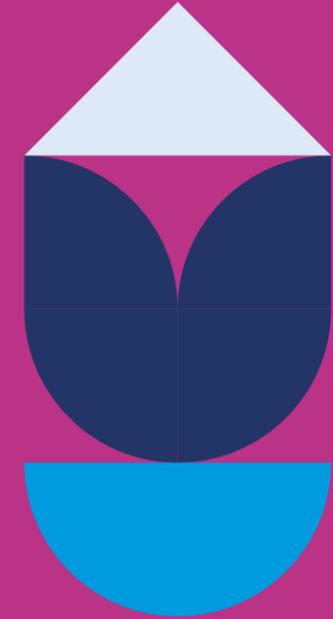
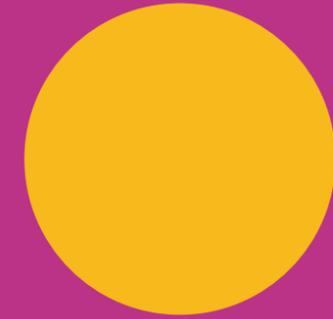
Formas de pago en el negocio según grupos de edad

Formas de pago	Menor a 25 años	Entre 26 y 35 años	Entre 36 y 45 años	Entre 46 y 55 años	Mayores de 55 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%





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%



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%





DESCARGA EL INFORME



#Avanzamos
para Transformar



A OTRO
NIVEL



fundación
wwb
Colombia

Síguenos en:

