

# Situación socioeconómica de las mujeres jóvenes en el Valle del Cauca:

*reflexiones a partir de sus clamores  
durante el paro nacional.*



BOLETÍN **12**

Febrero 2022

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

Cali, febrero del 2022.

**Autoras:**

**Equipo Fundación WWB Colombia**

María de los Ángeles Balaguera Villa, Gestora de Investigación

Natalia Medina Abella, Gestora de Investigación

Maria Camila Franco, Practicante de la Dirección de Investigación

**Equipo Observatorio para la Equidad de las Mujeres**

Sandra Balanta Cobo, Coordinadora de investigaciones

Natalia Escobar Váquiro, Coordinadora de Medición

**Fundación WWB Colombia**

(602) 667 0717

Carrera 63A # 5-28. Cali, Colombia

**Observatorio para la Equidad de las Mujeres (OEM)**

(602) 555 2334

Calle 18 # 122-135. Cali, Colombia

ISSN: 2711-2950 (en línea).

Los puntos de vista, análisis y recomendaciones presentados en este boletín no reflejan necesariamente la postura oficial de la Fundación WWB Colombia o el Observatorio para la Equidad de las Mujeres, 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 a la Fundación WWB Colombia y al Observatorio para la Equidad de las Mujeres (OEM).

**Revisión:**

Ana Bolena Escobar, Directora de Investigación. Fundación WWB Colombia.

Lina Fernanda Buchely, Directora. Observatorio para la Equidad de las Mujeres.

Soraya Husain-Talero, Líder de Investigación. Fundación WWB Colombia.

Salomé Arias-Arévalo, Coordinadora académica y de incidencia en política. Observatorio para la Equidad de las Mujeres.

**Corrección de estilo:**

Estefanía Lozano, Diseñadora editorial, Observatorio para la Equidad de las Mujeres.

**Diagramación:**

Camilo Gónima, Gestor de Diseño Gráfico. Fundación WWB Colombia.

**Fotografías:** Fundación WWB Colombia.

**Forma de citar:** Fundación WWB Colombia y Observatorio para la Equidad de las Mujeres. (2022). Situación socioeconómica de las mujeres jóvenes en el Valle del Cauca: reflexiones a partir de sus clamores durante el paro nacional . [Boletín n.º12]. <https://www.fundacionwwbcolombia.org/publicaciones-fwwb/>

**Esta publicación puede ser descargada en:** <https://www.fundacionwwbcolombia.org/publicaciones-fwwb/>

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

# Índice

		Página
<b>01.</b>	Introducción	<b>5</b>
<b>02.</b>	Nota metodológica	<b>8</b>
<b>03.</b>	¿Quiénes son las mujeres jóvenes en el Valle del Cauca?	<b>12</b>
<b>04.</b>	Emprendimiento y autonomía económica en las mujeres jóvenes	<b>16</b>
<b>05.</b>	Reflexiones finales	<b>21</b>
<b>06.</b>	Recomendaciones de política pública	<b>23</b>

A photograph of a young woman with dark hair, smiling warmly. She is wearing a light-colored, patterned top and a necklace. She is leaning her arms on a table. In the foreground, a baby is visible in a stroller, partially obscured by the table. The entire image has a blue color overlay.

# *Situación socioeconómica de las mujeres jóvenes en el Valle del Cauca:*

*reflexiones a partir de sus clamores durante el paro nacional<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> En el contexto colombiano el paro nacional de 2021 o el estallido social se denominó al movimiento social de protestas que se desencadenaron el 28 de abril de manera indefinida en todo el país por razón del anuncio del proyecto de reforma tributaria. Estas manifestaciones terminaron poniendo de relieve el enorme descontento social por las enormes desigualdades estructurales que se acrecentaron durante la pandemia ocasionada por el Covid19 y que mantienen a un gran porcentaje de la población en condiciones de pobreza y violencia.



## 1. Introducción

La tercera medición de la Gran Encuesta Nacional sobre Jóvenes realizada en los primeros días de mayo de 2021 mostró que el 84% de los jóvenes entrevistados se sentían representados por las peticiones del paro nacional que transcurría en ese momento; mientras que sus principales preocupaciones eran la falta de empleo (74%) y la pobreza (53%). Ya que, para la mitad de esta población la situación laboral y económica había empeorado durante el último año. Estas inquietudes, además de provocar sentimientos de tristeza y frustración, motivaron que el 63% se manifestara de alguna forma en el paro; participando a través de las redes sociales, saliendo a las calles o promoviendo la discusión en casa sobre los temas de interés cuestionados a raíz del paro (Universidad del Rosario, 2021).

Las condiciones estructurales de exclusión y desigualdad de Cali junto con los efectos de la crisis derivada por la pandemia del Covid-19 incrementaron la incidencia de la pobreza monetaria 36.6%, la inseguridad alimentaria y las tasas de desempleo en la población joven —especialmente en las mujeres jóvenes—, gestaron una gran crisis que convirtieron a la ciudad de Cali en el “epicentro del terremoto social” (Ortiz, 2021, p. 43).

Si bien las personas jóvenes fueron la cara más notoria de estas manifestaciones y situaron en la discusión pública las problemáticas que los aquejan y comprometen su bienestar, el lado menos visible fueron las mujeres jóvenes. Dado este panorama, en este boletín nos hemos unido la Fundación WWB Colombia y el Observatorio para la Equidad de las Mujeres (OEM) de la Universidad Icesi, para tener un panorama de la situación de las mujeres jóvenes en la región que enfrentan grandes dificultades para insertarse en los circuitos productivos, así como aportar en las discusiones derivadas.

No hay unanimidad sobre el rango de edad en el cual se ubican las y los jóvenes. Para las Naciones Unidas, la juventud<sup>2</sup> corresponde al grupo de la población ubicado entre los 15 y los 24 años; y en Colombia, la ley 1622 de 2013 la define como el grupo entre los 14 y los 28 años<sup>3</sup> (Ley N°1622, 2013; Naciones Unidas, s.f.). Sobre lo que hay consenso es en la dificultad que enfrentan en el mercado laboral, situación aún más dramática en contextos como los de países latinoamericanos donde el trabajo informal es predominante, hay bajos salarios y bajas coberturas en los sistemas de seguridad social. Si la base educativa de las y los jóvenes no es sólida, las primeras experiencias en el mercado de trabajo pueden reforzar el ciclo de pobreza en el que se encuentran. El señalamiento de Naciones Unidas destaca el papel

---

2 <https://www.un.org/es/global-issues/youth>

3 El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) calculó para 2020 12 millones de personas en este rango de edad, 49.6% de estas son mujeres.

de la educación, a pesar de que durante los últimos años la cobertura educativa se ha ampliado, cuando se analiza en detalle el tipo de educación a la cual están accediendo las y los jóvenes, se encuentran importantes diferencias que pueden ayudar a explicar los resultados en el mercado laboral.

La pandemia por el Covid-19 ha exacerbado la situación de las y los jóvenes, según cálculos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la tasa promedio de desocupación entre los 15 y 24 años es del 23.8% para el primer trimestre del 2021, agudizando el fenómeno aún en configuración de una “Generación del confinamiento”. Para Colombia, los datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) para el período mayo-julio de 2021 muestran que la tasa de desempleo entre los 14 y los 28 años fue del 23%; sin embargo, las diferencias entre hombres y mujeres son amplias, para ellos la tasa de desempleo fue del 17.9%, mientras que para las mujeres jóvenes fue del 30.1% (2021).

Mayores niveles de desagregación permiten afinar el análisis, por ejemplo, considerando el nivel educativo se observa que para el 2020 la tasa de desempleo de las mujeres jóvenes, que solo tenían educación básica y secundaria, fue del 34%, mientras que para los hombres con este mismo nivel educativo fue del 15%. Si bien, mayores niveles educativos permiten una mejor inserción, las diferencias entre géneros se mantienen: para las mujeres con educación superior y posgrado la tasa de desempleo fue del 26.3% para el



2021 mientras que, para los hombres la tasa fue del 19.5% (PNUD, 2021). Las razones para esta situación son múltiples, pero en el caso particular de las mujeres la dedicación al trabajo doméstico y de cuidado no remunerado son un factor importante de la ecuación.

Adicionalmente, en este boletín queremos explorar y reconocer las condiciones de las mujeres jóvenes emprendedoras que hacen parte de uno de los programas de la Fundación WWB Colombia. El emprendimiento tiene una estrecha relación con el ejercicio de la autonomía económica y es una alternativa para muchas mujeres que se enfrentan a las restricciones del mercado laboral. No obstante, factores individuales, contextuales y sociales pueden incidir en el desarrollo de estos emprendimientos, la evidencia demuestra que las mujeres emprendedoras perciben ingresos inferiores a sus pares hombres, se les

otorga financiación por menores montos y enfrentan mayores desafíos al asumir la doble o triple jornada que impone el trabajo reproductivo y de cuidado al interior de los hogares. Las mujeres jóvenes emprendedoras enfrentan de ese modo, vulnerabilidades específicas que se yuxtaponen como producto de las desigualdades de género y que dan un marco contextual importante a la hora de leer los episodios de descontento social.

Los resultados que presentamos muestran que a pesar del importante esfuerzo hecho por las mujeres jóvenes en el Valle del Cauca para educarse, estas enfrentan un escenario de precariedad laboral con bajos niveles de ingresos y de ahorro, así como altos niveles de deuda.

El trabajo doméstico y de cuidado no remunerado que asumen las mujeres de forma desproporcionada tiene efectos en la cantidad de tiempo que pueden dedicar a las actividades remuneradas, llámese empleo o emprendimiento, incidiendo en el nivel tanto de ingresos y activos como en las barreras para la financiación. Especialmente el segmento emprendedor analizado en este documento fue un grupo principalmente racializado, que habita en barrios populares o empobrecidos, que aunque tiene acceso a la educación y genera estos mecanismos de subsistencia, lo hace en hogares a los que se les suma una amplia carga de cuidado paralela a la tarea de completar su formación y definir su futuro.

La estructura de este boletín es la siguiente: la presente introducción, una nota metodológica que da cuenta de las fuentes de los datos aquí presentados, una caracterización general de las mujeres jóvenes en cuatro municipios del Valle y el análisis de la situación de las jóvenes emprendedoras participantes de los programas de la Fundación WWB Colombia; finalmente, unas reflexiones y recomendaciones de política pública.



## 2. Nota metodológica

Los datos analizados en este boletín provienen de dos fuentes primarias. Por un lado, los datos de la encuesta del Observatorio para la Equidad de las Mujeres (OEM) para 2020 y, por el otro, los datos del Plan Reactívale de la Fundación WWB Colombia (2021).

### Datos OEM

El OEM realiza una encuesta bianual a mujeres del Valle del Cauca para entender la posición de ellas desde diversos ángulos temáticos. Dicha encuesta es representativa para la población de mujeres en estos municipios. Entre los datos recogidos por la encuesta, que serán desarrollados en este documento, se incluye información sobre la autonomía económica de las mujeres.

La encuesta se aplicó a un total de 1.590 mujeres en cuatro municipios del Valle del Cauca: Cali, Buenaventura, Jamundí y Yumbo. En este documento se analizan los resultados del grupo de mujeres ubicado entre los 18 y 24 años, que representan el 13.5% de la población total de mujeres de estos municipios.



## Ficha encuesta OEM 2020

Encuesta OEM 2020											
<b>Universo</b>	Mujeres de 18 o más años residentes en las ciudades de Cali, Buenaventura, Yumbo y Jamundí										
<b>Objetivo</b>	Hacer una caracterización de la incidencia de violencias basadas en género (psicológica, patrimonial, sexual y física), los niveles de autonomía financiera, uso del tiempo y liderazgo y participación pública										
<b>Diseño muestral</b>	Probabilístico estratificado y multietápico con selección de unidades por Muestreo Aleatorio Simple. La variable principal de estratificación dentro de Buenaventura es el estrato socioeconómico y 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). En la primera etapa se seleccionaran los hogares en el marco muestral telefónico y en la segunda etapa se seleccionara la persona dentro del hogar para que responda la encuesta										
<b>Tiempo de realización de campo</b>	22 de agosto al 26 de octubre de 2020										
<b>Técnica de recolección de datos</b>	Entrevista personal telefónica										
<b>Tamaño de la muestra</b>	<table> <tbody> <tr> <td>Cali</td> <td>490</td> </tr> <tr> <td>Buenaventura</td> <td>320</td> </tr> <tr> <td>Jamundí</td> <td>390</td> </tr> <tr> <td>Yumbo</td> <td>390</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>1590</td> </tr> </tbody> </table>	Cali	490	Buenaventura	320	Jamundí	390	Yumbo	390	Total	1590
Cali	490										
Buenaventura	320										
Jamundí	390										
Yumbo	390										
Total	1590										
<b>Nivel de confianza</b>	95%										
<b>Margen de error</b>	<table> <tbody> <tr> <td>Cali</td> <td>4.5%</td> </tr> <tr> <td>Buenaventura</td> <td>5.5%</td> </tr> <tr> <td>Jamundí</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Yumbo</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>	Cali	4.5%	Buenaventura	5.5%	Jamundí	5%	Yumbo	5%		
Cali	4.5%										
Buenaventura	5.5%										
Jamundí	5%										
Yumbo	5%										
<b>Preguntas que se formularon</b>	83										
<b>Realizada por</b>	Centro Nacional de Consultoría										
<b>Encomendada por</b>	Observatorio para la Equidad de las Mujeres - OEM										



### Datos del Plan Reactívale, Fundación WWB Colombia

La información presentada a continuación hace parte de los datos recolectados entre el 1 de enero y el 28 de febrero de 2021 por la Fundación WWB Colombia en el marco de la oferta de capacitación para la recuperación económica: Plan Reactívale. El total de datos recolectado fue de 1 589, mientras que, las mujeres jóvenes (entre 18 y 28 años) representan el 15% del total de la muestra.

Es importante resaltar que en esta muestra el 58 % de las personas viven en hogares estrato 1 y el 34% en estrato 2%. La ficha técnica de esta encuesta se encuentra en la siguiente tabla:

## Ficha encuesta Plan Reactívat

Encuesta Reactívat 2021																																					
<b>Universo</b>	Población emprendedora en condición socioeconómica vulnerable en los departamentos del Valle del Cauca, específicamente en los municipios de Cali, Buenaventura, Jamundí, Palmira, Florida, Pradera, Tuluá, Candelaria, Yumbo y Zarzal																																				
<b>Objetivo</b>	Identificar las afectaciones de la pandemia del Covid-19 en los negocios de la población emprendedora en condición socioeconómica vulnerable en el Valle del Cauca. Así mismo, realizar una caracterización sociodemográfica, a nivel de los hogares y los negocios																																				
<b>Diseño muestral</b>	No probabilístico de tipo censal. Se encuestaron todas las personas que ingresaron al Plan Reactívat																																				
<b>Tiempo de realización de campo</b>	01 de enero al 28 de febrero de 2021																																				
<b>Técnica de recolección de datos</b>	Entrevista telefónica																																				
<b>Tamaño de la muestra</b>	<table border="0"> <tr><td>Buenaventura</td><td>185</td></tr> <tr><td>Buga</td><td>92</td></tr> <tr><td>Cajibío</td><td>4</td></tr> <tr><td>Cali</td><td>435</td></tr> <tr><td>Candelaria</td><td>72</td></tr> <tr><td>Coconuco</td><td>3</td></tr> <tr><td>Florida</td><td>79</td></tr> <tr><td>Guapi</td><td>15</td></tr> <tr><td>Jamundí</td><td>80</td></tr> <tr><td>Miranda</td><td>1</td></tr> <tr><td>Palmira</td><td>110</td></tr> <tr><td>Popayán</td><td>3</td></tr> <tr><td>Pradera</td><td>49</td></tr> <tr><td>Tambo</td><td>5</td></tr> <tr><td>Timbiquí</td><td>1</td></tr> <tr><td>Tuluá</td><td>126</td></tr> <tr><td>Yumbo</td><td>51</td></tr> <tr><td>Zarzal</td><td>3</td></tr> </table>	Buenaventura	185	Buga	92	Cajibío	4	Cali	435	Candelaria	72	Coconuco	3	Florida	79	Guapi	15	Jamundí	80	Miranda	1	Palmira	110	Popayán	3	Pradera	49	Tambo	5	Timbiquí	1	Tuluá	126	Yumbo	51	Zarzal	3
Buenaventura	185																																				
Buga	92																																				
Cajibío	4																																				
Cali	435																																				
Candelaria	72																																				
Coconuco	3																																				
Florida	79																																				
Guapi	15																																				
Jamundí	80																																				
Miranda	1																																				
Palmira	110																																				
Popayán	3																																				
Pradera	49																																				
Tambo	5																																				
Timbiquí	1																																				
Tuluá	126																																				
Yumbo	51																																				
Zarzal	3																																				
<b>Nivel de confianza</b>	No aplica																																				
<b>Margen de error</b>	No aplica																																				
<b>Preguntas que se formularon</b>	213																																				
<b>Realizada por</b>	Fundación WWB Colombia																																				
<b>Encomendada por</b>	Fundación WWB Colombia																																				



### 3. ¿Quiénes son las mujeres jóvenes en el Valle del Cauca?

En este apartado hacemos un recuento descriptivo de las características de las mujeres jóvenes (entre los 18 y los 24 años) de los cuatro municipios del Valle del Cauca abordados en la encuesta OEM, los resultados generales de esta descripción se pueden observar en la tabla 1.

Aunque las mujeres jóvenes en estos cuatro municipios tienen niveles educativos por encima del promedio de la población, con una de cada tres en nivel técnico o tecnológico, solo el 6.7% tiene educación superior completa. Para el caso colombiano, diversos estudios han encontrado la relación que existe entre el contexto socioeconómico y la calidad de la educación, por las características de la población colombiana, los estratos bajos y medios son los que tienen una mayor participación en la educación media (García y Fergusson, 2021); sin embargo, en la educación

superior universitaria es predominante la participación de los estratos altos, mientras los estratos medios y bajos participan mucho más en la educación técnica y tecnológica. Esta participación fragmentada tiene importantes implicaciones, porque como señala Mora (2016), las carreras universitarias se asocian con mayores salarios y mayor estabilidad laboral en comparación con las carreras técnicas y tecnológicas, perpetuando así las brechas en los ingresos (García y Fergusson, 2021).

El análisis de la categoría ocupacional principal muestra como la mayoría de las mujeres jóvenes se encuentra trabajando (37%) o haciendo Trabajo Doméstico y de Cuidados No Remunerado -TDCNR- (25.7%); sumado a casi un 20 % de mujeres que en el momento de esta encuesta se encontraban desempleadas y solo el 15% estaban estudiando.

Estos resultados nos muestran un panorama lamentable para muchas mujeres jóvenes de la región, dado que se encuentran en edades en las que estudiar o trabajar de forma remunerada, deberían ser las actividades con mayor participación, particularmente porque es un momento decisivo para construir una carrera profesional.

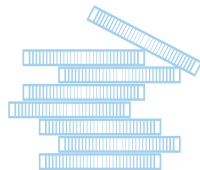
Ahora bien, en esta misma línea las mujeres jóvenes que trabajan de manera remunerada tienen en promedio bajos niveles de ingreso: el 47.5% reporta que recibe menos de un salario mínimo y el 39% entre 1 y 2 salarios mínimos. Esto evidencia que el mercado de trabajo y las estructuras asociadas a la organización social del cuidado limitan severamente la autonomía económica de las más jóvenes.

A las mujeres también se les preguntó por las acciones que están realizando para tener recursos en la vejez. De las que trabajan recibiendo una remuneración o salario, solo el 49% aporta a un fondo de pensiones obligatorias, reflejando la alta informalidad que enfrentan en el mercado de trabajo. Otro dato preocupante arrojado por la encuesta es que el 24% no están haciendo nada para tener recursos en su vejez.

De las mujeres que reciben cuotas alimentarias para sus hijos de parte de sus exparejas, el 91% reciben menos de un salario mínimo. Lo que se configura como un vector de dependencia que mantiene a muchas mujeres y a sus hijos en la pobreza.



Por otro lado, una de cada tres mujeres jóvenes tiene una deuda y si bien un porcentaje amplio de ellas (64.4%) tienen deudas con una entidad bancaria o una persona natural regulada, hay una parte importante de la deuda que tiene características más informales a manera de fiado, crédito por mercancías o empeño (42%). Un 35% acceden a los préstamos vía familia o amigos y el 12.8% a través de los llamados “gota a gota”, es decir, préstamos que encuentran a la mano con altas tasas de interés y sistemas coercitivos para el cobro que a su vez expone a las mujeres a situaciones de alta vulnerabilidad. Cuando indagamos sobre la cantidad de los ingresos mensuales destinados a pagos de deuda, encontramos que casi el 30% de las mujeres dedican la mitad o más de la mitad para cubrir estos compromisos.



**Tabla 1. Características socioeconómicas de mujeres entre 18 y 24 años en cuatro municipios del Valle del Cauca.**

Variable	Categorías	Base (100)	
Nivel educativo	Hasta primaria completa	14.1	
	Hasta bachillerato completo	37.8	
	Técnica o tecnológica con título	29.3	
	Universitaria con o sin título	18.9	
Categoría ocupacional principal	Trabajo remunerado	37.8	
	TDCNR	25.7	
	Desempleada	19.1	
	Estudiante	15.2	
	Otra	2.2	
Ingresos laborales	Menos de 1 SMMLV	47.5	
	Entre 1 y 2 SMMLV	39.8	
	Entre 2 y 3 SMMLV	7.9	
	Ns/Nr	4.8	
Acciones para afrontar la vejez	Aporta dinero en un fondo de pensiones obligatorias	49.9	
	Aporta dinero en un fondo de pensiones voluntarias	24.2	
	Nada	23.9	
	Ahorra	16.8	
	Otro	7.2	
	Hace inversiones	0.7	
	Prepara a sus hijos para que puedan mantenerla en su vejez	0.7	
	Paga seguro por su cuenta	0.5	
Ingresos cuota alimentaria	Menos de 1 SMMLV	91.02	
	Entre 1 y 2 SMMLV	8.15	
	Entre 2 y 3 SMMLV	0.84	
<b>Porcentaje de mujeres que tienen deuda</b>		30.3	
Tipo de deuda	Entidad bancaria, tarjeta de crédito o persona natural regulada por la ley o establecimientos de comercio	64.4	
	Fiado, crédito por mercancía o catálogo, venta o empeño de alguna de sus pertenencias	42.2	
	Préstamo de pareja, familiares, amigos o conocidos	35	
	Gota a gota	12.8	
	Otro	0.3	
Porcentaje de ingresos destinados al pago de deuda	Menos de la cuarta parte	35.9	
	Menos de la mitad	28.5	
	La mitad	15.5	
	Más de la mitad	14	
	Ns/Nr	6.1	

Fuente: Datos encuesta OEM, 2020.

La encuesta también indaga por las razones por las cuales no participan en el mercado laboral, es decir, por qué no están trabajando ni buscando trabajo. Entre quienes estudian, la principal razón esbozada es precisamente la dedicación al estudio (75%), y entre las jóvenes que no participan porque se dedican al TDCNR, el no conseguir trabajo es la principal razón de la no participación. En otras palabras, las barreras que encuentran en el mercado laboral, en conjunto con las expectativas que socialmente se tienen sobre las mujeres, fomenta que ellas se dediquen principalmente a las actividades de cuidado no remunerado (ver tabla

2). Esto se suma a que la mayoría de las mujeres en Colombia que no participan en el mercado de trabajo tienen como razón principal el dedicarse al TDCNR. Según el DANE del total de hombres que no participan en el mercado de trabajo solo el 17% se dedica al trabajo doméstico y de cuidados, en el caso de las mujeres el 61% de las que no participan del mercado se dedican a dichas labores (2020). Lo anterior evidencia que la dedicación de las mujeres al trabajo doméstico y de cuidados cuando no participan en el mercado de trabajo, se configura como una tendencia que atenta contra la autonomía económica de ellas.

**Tabla 2. Razones de la no participación en el mercado laboral de las mujeres jóvenes en cuatro municipios del Valle del Cauca**

Razones por las que no participa/ categoría ocupacional	Estudiando Base (100)	TDCNR Base (100)	Otra actividad Base (100)	Total Base (100)
No consigue trabajo	16.66	45.11	0	32.8
No le gusta trabajar o cree que no vale la pena trabajar	0	0.38	0	0.22
No necesita trabajar porque recibe dinero de rentas, alquileres o rentabilidad de alguna propiedad o inversión	1.9	0.25	0	0.82
Otro	5.24	14.92	17.88	11.65
Porque las labores del hogar no se lo permiten (incluya cuidado de parientes o cercanos)	0.42	36.09	8.72	22.12
Problemas de salud	0	0	73.4	3.67
Sus estudios le ocupan mucho tiempo	75.77	3.26	0	28.71
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos encuesta OEM, 2020.

## 4. Emprendimiento y autonomía económica en las mujeres jóvenes

El emprendimiento es un mecanismo relevante en la subsistencia cotidiana de muchas personas, es común que se manifieste ante la ausencia de oportunidades de empleo digno y se convierta en un medio clave para la subsistencia del día a día. No solo es una actividad generadora de ingresos y trabajo, sino que en el caso especial de América Latina, es un motor de relaciones socioeconómicas en las comunidades y en los hogares, al articular mano de obra, materias primas, conocimientos y vínculos sociales significativos en el tejido social.

Particularmente en Colombia, el emprendimiento posee una fuerte articulación con el mundo del trabajo, sólo para el 2020 el DANE contabilizó un aproximado de cinco millones de micronegocios en los que se ocuparon alrededor de siete millones y medio de personas (2021). A pesar de esto, la información sobre esta población sigue siendo reducida y carente de una perspectiva de género que contribuya a comprender las necesidades de cada segmento de la población emprendedora.

Con el propósito de aproximarse a entender los desafíos que enfrentan las mujeres jóvenes emprendedoras, este apartado presenta una caracterización breve de esta población y analiza cómo la confluencia de distintos factores socioeconómicos y demográficos, configuran escenarios desiguales para el desarrollo de la autonomía económica de las mujeres jóvenes.

### Caracterización de las mujeres jóvenes emprendedoras y sus negocios

A continuación, se caracterizan a las mujeres jóvenes del Plan Reactívale. Los resultados generales de las líneas se pueden observar en la Tabla 3.

Del grupo de mujeres jóvenes emprendedoras encuestadas se encuentra que un poco más de la mitad (51%) se reconocen como afrodescendientes, afrocolombianas, mulatas, morenas o negras y el 4% como indígenas. Con respecto a los niveles educativos, en su mayoría completaron la educación básica (el 49% es bachiller con título) o la complementaron con una formación técnica (34% es técnica con título).

Un poco más de la mitad de las mujeres jóvenes (56%) tiene por lo menos un hijo, mientras que en los hombres jóvenes este porcentaje es del 24%; esto tiene grandes implicaciones en la carga de cuidado que demanda la atención a niños y niñas, y que recae excesivamente en los hombros de las mujeres. Estas cifras se reflejan en la proporción de emprendedores que declaran tener bajo su responsabilidad el cuidado de otras personas de forma permanente, el 48% de las mujeres y el 13% de los hombres.

En esta tabla ubicamos diferencias importantes que dan cuenta de los efectos sustanciales que genera la estructura de la organización social del cuidado



sobre las y los emprendedores. En cuanto a las diferencias por razón de sexo para las personas dependientes económicamente se observa que no hay una diferencia significativa en el promedio —las mujeres tienen como dependientes en promedio 1.6 personas y los hombres 1.5—. Adicionalmente, cuando analizamos sobre quién recaen los gastos del hogar encontramos que el 63% de las mujeres comparte los gastos del hogar con su pareja y el 21% tiene a cargo estos gastos sola, mientras que el 59% de los hombres comparten los gastos y el 30% aprovisiona los ingresos del hogar por sí solo. Esto nos indica que estas mujeres tienen responsabilidades con los ingresos dentro del hogar muy similares a las de los hombres, no obstante, la siguiente estadística nos muestra que el 48% de las mujeres emprendedoras tienen personas bajo su cargo de manera permanente, en contraposición al 13% de los hombres. En adición, se observa que la cooperación para el sostenimiento del hogar disminuye a medida que aumenta la edad (en hombres y mujeres) pero al mismo tiempo, el promedio de personas dependientes aumenta.

**Tabla 3. Características socio económicas de las y los emprendedores jóvenes**

Variables	Sexo	Categorías	Entre 18 y 28 años Base (100)	Entre 29 y 40 años Base (100)	Entre 41 y 65 años Base (100)
Grupos étnicos	Mujeres	Afrodescendiente, afrocolombiana, mulata, morena o negra	51	45	40
		Indígena	4	4	3
		Mestiza, blanca, otra	40	44	49
		Ns/Nr	4	7	8
Nivel de escolaridad	Mujeres	Hasta primaria completa	4	6	19
		Hasta bachillerato completo	58	63	58
		Técnica o tecnóloga con o sin título	39	30	24
Estrato del hogar	Mujeres	Estrato 1	55.6	51.4	47.7
		Estrato 2	33.3	35.1	36.4
		Estrato 3	5.6	13.5	15.9
Porcentaje de personas que tienen hijos	Mujeres		56	90	95
	Hombres		24	69	90
Promedio de personas que dependen económicamente del emprendedor(a)	Mujeres		1.6	2.4	2
	Hombres		1.5	2.7	2.7
Persona que asume los gastos del hogar	Mujeres	Alguien más y yo	63	55	57
		Hijos	0	0	2
		Yo	21	31	31
		Otros parientes	2	1	2
		Padres	8	1	0
		Pareja	6	12	9
	Hombres	Alguien más y yo	59	41	29
		Hijos	0	0	0
		Yo	30	51	62
		Otros parientes	4	0	0
		Padres	4	1	0
		Pareja	4	6	9
Proporción de emprendedoras(es) con personas bajo su cuidado permanente	Mujeres		48	59	55
	Hombres		13	23	32

Fuente: Plan Reactivate Fundación WWB, 2021.



A continuación, se caracterizan las actividades asociadas a los emprendimientos de las mujeres y los hombres jóvenes. Los resultados generales sobre esto se presentan en la Tabla 4.

Los negocios de las mujeres jóvenes operan principalmente en actividades asociadas a la venta y/o producción de alimentos o productos de la canasta familiar, de servicios personales, y en menor medida se dedican a las confecciones y al comercio minorista. Con la particularidad de que, a medida que aumenta la edad en las mujeres, sus emprendimientos se alinean en mayor proporción hacia los alimentos y canasta familiar (24% de las mujeres entre 18 - 28 años y 35% de las mujeres mayores de 65 años), y se alejan de los servicios personales (21% de las mujeres entre 18 - 28 años, 8% de las mujeres entre 41 y 65 años), posiblemente debido al desgaste físico asociado a la operación de negocios relacionados —la peluquería, el arreglo de uñas o el hacer masajes— (ver anexo 1).

Los negocios de las emprendedoras jóvenes funcionan principalmente en la vivienda (58%), mientras la mayoría de los emprendedores hombres establecen su negocio en un local alquilado o propio (41%). Las

razones de esta decisión son variadas y tienen efectos en el desempeño del emprendimiento. De un lado, es probable que operar el negocio desde el hogar esté motivado por la facilidad que brinda para hacer compatible el trabajo productivo y el reproductivo, pero también puede ser el resultado de la limitación en los recursos financieros que impiden pagar el alquiler de un local. Por otro lado, la ubicación del negocio en el hogar restringe el acceso a mercados más amplios donde se puedan ofrecer productos y servicios, además la ventaja percibida de hacer compatible las tareas del negocio y el hogar puede impactar el rendimiento del negocio por la duplicidad de labores que impone.

Este es un rasgo prevalente en emprendimientos por necesidad y de subsistencia en Colombia y América Latina, que da cuenta de las particularidades de las mujeres emprendedoras, cuyos negocios comparten los retos socioeconómicos de los barrios que, según los datos de esta encuesta, son eminentemente populares y/o empobrecidos. Esta disparidad tiene relación con los niveles de ingresos (el tamaño del negocio) que alcanzan hombres y mujeres, y por ende, también define los tipos de retos particulares que enfrentan las jóvenes emprendedoras.

Los resultados arrojan una brecha en los ingresos generados por el emprendimiento entre hombres y mujeres jóvenes, y la caída de los mismos por cuenta de la pandemia. Para 2019, el ingreso promedio de las emprendedoras era de \$1,450,487, mientras el ingreso promedio de los hombres era de \$2,297,593, así pues la brecha en ingresos era de un escandaloso 58%. Para 2021, las encuestadas registraron un ingreso promedio de \$860,979, una cifra que se encuentra incluso por debajo del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV) para tal año. En el caso de los hombres, si bien sus ingresos también experimentaron una caída, estos continuaban por encima del SMMLV con \$1,026,000, es decir, por encima de lo que podría llamarse un ingreso de sobrevivencia. Así pues, las cifras de este análisis demuestran cómo los choques externos representan para las mujeres una lesión a su autonomía financiera mucho más desproporcionada que para los hombres.

Otro elemento que retoma esta caracterización de las mujeres jóvenes emprendedoras tiene que ver con el manejo de las finanzas del negocio y el acceso a algunos servicios financieros relacionados con el ahorro y el crédito. Estos elementos, característicos de apuestas de inclusión financiera, están relacionados con el emprendimiento y en escenarios favorables tienen el potencial de dotar a los hogares con herramientas para la gestión de riesgos e incertidumbre, acumular activos de forma segura, y realizar inversiones estratégicas (Fundación WWB Colombia, 2020). Sin embargo, en contextos de alta incertidumbre financiera en los hogares, la ausencia de estos mecanismos opera en contra de las posibilidades de crecimiento de los negocios al limitar el acceso a capital de inversión para materias primas, maquinaria o formación: necesario en los planes de sostenibilidad a futuro de cualquier negocio, pero que en el caso de las mujeres siempre se evidencian brechas históricas en comparación con los hombres.

Similar a hombres y mujeres de otros grupos etarios el préstamo informal realizado a través de familiares, amigos u otros es el mecanismo más usado por las



mujeres jóvenes emprendedoras; este es seguido por el crédito en bancos, las cuentas de ahorro y los gota a gota, listado que denota una predominancia de la informalidad en materia de acceso a financiación. En comparación con los datos nacionales de inclusión financiera para el 2020, las mujeres jóvenes son el grupo con el indicador más bajo en acceso, para casi todos los productos financieros.

En las variables de crédito y microcrédito, las jóvenes son el segundo grupo con participación más baja en acceso a estos productos. Esta cifra es indicativa de una brecha, que aunque se puede explicar en la corta experiencia crediticia y bajos ingresos, abre un interrogante sobre los mecanismos de apalancamiento de emprendimientos -como el crédito y el microcrédito- que son necesarios para el crecimiento de los negocios, y en los que usualmente los hombres (en todos los grupos etarios) lideran la participación no sólo en acceso sino también en el monto asignado (superior en promedio al de mujeres). Lo anterior, nuevamente es comprobado en los datos obtenidos sobre el valor de las deudas y las cuotas asociadas a estas, en los que las mujeres jóvenes tienen los reportes más bajos de deuda que coinciden con el acceso limitado al sistema financiero formal.

Tabla 4. Características de los negocios de las y los emprendedores

Variables	Sexo	Categorías	Entre 18 y 28 años Base (100)	Entre 29 y 40 años Base (100)	Entre 41 y 65 años Base (100)
Actividades económicas de los emprendimientos	Mujeres	Actividades de servicios	6	6	6
		Alimentos y productos de la canasta familiar	23	26	30
		Comercio al por menor	16	13	12
		Confecciones	15	16	19
		Industrias manufactureras	9	8	13
		Otros	2	5	4
		Restaurantes/panaderías, comidas rápidas	8	9	8
	Servicios personales	21	18	8	
	Hombres	Actividades de servicios	19	28	15
		Alimentos y productos de la canasta familiar	22	18	20
		Comercio al por menor	9	10	21
		Confecciones	6	8	4
		Industrias manufactureras	7	7	17
		Otros	6	14	10
Restaurantes/panaderías, comidas rápidas		9	8	8	
Servicios personales	22	7	5		
Lugar de la operación	Mujeres	Local propio	2	5	8
		Local alquilado	14	13	11
		En la misma vivienda (propia)	23	30	44
		En la misma vivienda (alquilada)	35	36	23
		A domicilio	18	11	7
		Puesto fijo calle	3	2	3
		Ambulante	2	1	1
	Negocio no funciona	2	1	2	
	Hombres	Local propio	2	2	10
		Local alquilado	39	30	27
		En la misma vivienda (propia)	26	28	21
		En la misma vivienda (alquilada)	17	23	21
		A domicilio	13	12	8
		Puesto fijo calle	2	2	7
Ambulante		0	1	4	
Negocio no funciona	2	4	2		
Acceso a servicios financieros y otros servicios de financiación	Mujeres	Crédito en bancos	24	35	36
		Tarjeta de crédito bancos	3	3	4
		Tarjeta de crédito almacencenes de cadena	0	0	1
		Microcrédito	3	4	3
		Prestamista informal (Amigo, familiar, otro)	47	38	35
		Gota a gota	5	3	3
		Ahorro	5	5	5
	Ninguna	15	13	13	
	Hombres	Crédito en bancos	33	37	39
		Tarjeta de crédito bancos	4	5	4
		Tarjeta de crédito almacencenes de cadena	0	2	1
		Microcrédito	2	2	2
		Prestamista informal (Amigo, familiar, otro)	39	39	33
		Gota a gota	4	3	3
Ahorro		13	9	14	
Ninguna	6	3	5		
Promedio de ingresos por ventas antes de la pandemia	Mujeres		\$1,450,487	\$1,665,488	\$1,903,539
	Hombres		\$2,297,593	\$3,172,200	\$4,369,515
Promedio de ingresos por ventas 2021	Mujeres		\$860,979	\$691,996	\$799,203
	Hombres		\$1,026,111	\$1,338,100	\$2,083,204
Deuda total	Mujeres		\$2,542,000	\$4,101,359	\$7,305,486
	Hombres		\$3,247,500	\$6,308,553	\$10,172,540
Cuota mensual deuda	Mujeres		\$226,440	\$575,305	\$625,737
	Hombres		\$201,923	\$437,026	\$1,569,321

Fuente: Plan Reactivate Fundación WWB, 2021.

Más información: [www.fundacionwwbcolombia.org](http://www.fundacionwwbcolombia.org)



## 5. Reflexiones finales

En el primer semestre del 2021 el país fue testigo de un paro sin precedentes que tuvo como escenario principal el Valle del Cauca. Han sido las personas jóvenes las que de manera más activa se han movilizadas. Esto ha implicado que pongamos la lupa en sus demandas, que como bien lo muestra este informe son más que justificadas. Las mujeres jóvenes a pesar de que han hecho un esfuerzo importante por educarse sufren de precariedad laboral, excesiva dedicación al trabajo doméstico y de cuidados no remunerados, informalidad laboral, bajos niveles de ingreso, pocas posibilidades de ahorro y altos niveles de deuda.

Extendiendo esta caracterización, la tenencia de hijos y las responsabilidades asociadas al trabajo doméstico y de cuidados aparecen en el panorama de las mujeres jóvenes como elementos importantes a considerar en el análisis de labores productivas remuneradas. Ya que para las mujeres especialmente, el trabajo de cuidado con hijos (sea en la crianza o en otras etapas de la vida) impacta las maneras en las que disponen de su tiempo

para dedicarse a actividades productivas remuneradas, las cuales entran en conflicto con el trabajo de cuidado no remunerado en el hogar, que (usualmente) está a cargo por ellas casi de forma exclusiva. Esto opera negativamente para aquellas que carecen de redes de apoyo para el cuidado, o de servicios y recursos a los que recurrir para tercerizar esta labor en los hogares.

El cuidado en los hogares implica en las mujeres el asumir trabajos no remunerados que ocupan una gran cantidad de tiempo, esfuerzo y atención a tareas simultáneas y constantes. La realización de estas tareas hace posible la continuidad de las dinámicas sociales, económicas y afectivas en los hogares, e incluye la realización de actividades como el mantenimiento del espacio doméstico, la alimentación de las personas del hogar, la formación, la crianza de menores, el cuidado de adultos mayores o personas con enfermedades o limitaciones de movilidad, el apoyo psicológico a los miembros del hogar, entre otras.

Si lo anterior se conjuga con las actividades productivas relacionadas a la operación de negocios, el cuidado se convierte en una dimensión productiva no remunerada que compite con el tiempo y el esfuerzo que se podrían invertir en tareas asociadas al negocio. En especial para las mujeres, esta carencia de tiempo para la dedicación exclusiva a actividades productivas remuneradas (como el empleo o el emprendimiento) tiene efectos barrera que se manifiestan en un menor tamaño de los negocios (en comparación con los hombres), un bajo nivel de ingresos, una menor cantidad de activos y riquezas a acumular, y un acceso limitado a la financiación.

El segmento emprendedor analizado en este documento fue un grupo principalmente racializado, que habita en barrios populares o empobrecidos, que, aunque tiene acceso a educación y genera estos mecanismos de subsistencia, lo hace en hogares en los que se les suma una amplia carga de cuidado paralela a la tarea de completar su formación y definir su futuro. Analizando estas características, no es de extrañar que las demandas sociales que se tomaron las calles en el 2020 y el 2021 reclamaran transformaciones sobre las brechas aquí analizadas, mismas que retratan un panorama hostil de la vida cotidiana.

Esta situación de ingresos revela en los emprendimientos de mujeres una brecha de retribución monetaria por el trabajo que está por debajo de un SMMLV, la cuál puede estar arrojando a estas mujeres a situaciones de pobreza en las que pueden experimentar un limitado acceso a los recursos necesarios para la toma de decisiones estratégicas, como lo son: continuar sus procesos de formación, hacer inversiones estratégicas en sus negocios, invertir en activos, tomar decisiones para separarse de escenarios en los que viven violencias basadas en género, entre otros. Impactando así, la autonomía (especialmente económica) en la que la mirada sobre lo que es mejor para sí, se ve afectada por la escasez y la precariedad.



Considerando las aproximaciones al panorama del emprendimiento que enfrentan las jóvenes a nivel local, muchos son los esfuerzos que hacen falta para disminuir las barreras en materia de equidad que enfrentan cotidianamente las mujeres de este grupo. Se trata de un grupo que está iniciando su vida laboral con amplias brechas de desventaja que, aunque parecen cerrarse a medida que aumenta la edad, no terminan de desaparecer en comparación con las experiencias y características de los hombres de segmentos similares.

Las medidas de política pública sobre jóvenes en el futuro deberán tomar en cuenta radiografías como esta, que ofrecen una descripción de las características sociodemográficas y del desarrollo potencial de oportunidades de generación de ingresos que se ven vedados por un panorama laboral incierto, un mercado competitivo, hogares con limitaciones socioeconómicas y cargas desproporcionadas de trabajo de cuidado no pago que limitan el uso del tiempo.



## 6. Recomendaciones de política pública

- Incluir las voces de las mujeres jóvenes y racializadas en la toma de decisiones en políticas, planes de gobierno y agendas políticas.
- Garantizar un ingreso mínimo que permita a las mujeres jóvenes asegurar niveles adecuados de autonomía económica, especialmente para las madres que son sometidas a dependencias de bajos ingresos por cuotas alimentarias bajas o que no son pagadas por sus parejas o exparejas.
- Fomentar el empleo de calidad en el segmento de las mujeres jóvenes, promoviendo programas en carreras laborales que les permitan ascender con el tiempo.
- Impulsar programas, planes y políticas que incorporen el marco de las tres R de los cuidados (reconocer, redistribuir y reducir). Particularmente se necesita hacer una incorporación de la perspectiva de género sobre los proyectos, planes y programas que promuevan el ecosistema del emprendimiento.
- Definir estrategias para que las mujeres tengan bases educativas sólidas y permanezcan en los sistemas educativos hasta los niveles universitarios.
- Promover la toma de datos de corte subnacional que permita reconocer la posición de las mujeres jóvenes con mayor profundidad, para mejorar las estrategias de política pública e incidencia de las organizaciones privadas sobre la autonomía de estas mujeres.

## Referencias

Banca de las Oportunidades (2020). Reporte de Inclusión Financiera 2020. <https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/index.php/es/publicaciones/reportes-anuales>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2021). Boletín técnico y anexos. Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH): Mercado laboral según sexo [Trimestre julio - septiembre 2021]. [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech\\_genero/boletin\\_GEIH\\_sex0\\_jul21\\_sep21.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_genero/boletin_GEIH_sex0_jul21_sep21.pdf)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2021). Boletín técnico. Encuesta de Micronegocios (EMICRON) 2020. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios/micronegocios-historicos>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2020). Boletín técnico. Mercado Laboral según Sexo [Trimestre móvil abril - junio 2020]. [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech\\_genero/bol\\_eje\\_sex0\\_abr20\\_jun20.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_genero/bol_eje_sex0_abr20_jun20.pdf)

Fundación WWB Colombia. (2020). Inclusión Financiera y COVID-19. [Boletín n.º1]. <https://www.fundacionwwbcolombia.org/sala-de-publicaciones/informes-especiales/>

García, M. y Fergusson, L. (Coord.). (2021). Educación y clases sociales en Colombia. Un estudio sobre apartheid educativo. Editorial Dejusticia.

Ley 1622 de 2013. Por medio de la cual se expide el estatuto de ciudadanía juvenil y se dictan otras disposiciones. Abril 29 de 2013. D.O. No. 48776.

Naciones Unidas. (s.f.). Desafíos Globales. Juventud. <https://www.un.org/es/global-issues/youth>

Ortiz, C. (2021). La otra vuelta de tuerca: la codicia de las elites en la pandemia. En: Pensar la resistencia mayo del 2021 en Cali y Colombia. Documentos especiales Cidse No. 6. Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, Universidad del Valle. <http://www.cidesco.org.co/wp-content/uploads/sites/4/2021/06/Libro-La-Resistencia-1.pdf>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2021). Situación de los jóvenes en el mercado laboral tras un año de pandemia. <https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/-sabias-que-/situacion-de-los-jovenes-en-el-mercado-laboral-tras-un-ano-de-pa.html>

Universidad del Rosario. (2021). Tercera medición de la Gran Encuesta Nacional sobre Jóvenes. Primera Fase: Panorama Nacional. [https://www.urosario.edu.co/Periodico-NovaEtVetera/Documentos/079-21-Presentacion-de-resultados-finales\\_V6/](https://www.urosario.edu.co/Periodico-NovaEtVetera/Documentos/079-21-Presentacion-de-resultados-finales_V6/)



## Anexo 1. Segmentación de actividades económicas

Grupos de actividades	Descripción de actividades
<b>Actividades de servicios</b>	<p>Actividades de fotografía / impresión y diseño / publicidad.</p> <p>Servicio de reparación y comercialización de piezas de vehículo / autopartes (bicicleta / carro / moto).</p> <p>Servicios profesionales (empresariales / consultoría / educativas / deportivas / psicología / veterinaria).</p> <p>Actividades artísticas (clases / presentaciones y teatro).</p> <p>Actividades de turismo y recreación.</p> <p>Organización de eventos / servicio de catering / decoración para eventos y fiestas.</p> <p>Transporte.</p> <p>Reparación y comercialización de artículos de tecnología (celulares / tabletas / televisores / equipos de sonido / consolas).</p> <p>Alquileres y servicios inmobiliarios.</p>
<b>Servicios personales</b>	<p>Peluquería / spa / masajes / manicure / pedicure / peinados y tratamientos para el cabello.</p>
<b>Manufacturas</b>	<p>Accesorios personales / bolsos y zapatos.</p> <p>Joyería y bisutería.</p> <p>Artículos de ebanistería /soldadura.</p> <p>Objetos de decoración del hogar / manualidades.</p>
<b>Alimentos y productos de la canasta familiar</b>	<p>Alimentos y productos de la canasta familiar (tienda)</p>
<b>Restaurantes y comidas</b>	<p>Restaurantes/panaderías/helados y ventas de comidas (comidas rápidas/arepas/empanadas/jugos/bebidas del pacífico).</p>
<b>Confecciones</b>	<p>Ropa / lencería / colchas / muñecas de trapo.</p>
<b>Comercio al por menor</b>	<p>Venta de artículos de aseo y desinfección / medicamentos y/o elementos de salud.</p> <p>Comercio.</p> <p>Papelería y miscelánea.</p> <p>Venta de artículos de entrenamiento (juegos de mesa / juguetes / artículos deportivos / videojuegos).</p> <p>Venta de artículos de ferretería / pinturas / productos de construcción.</p> <p>Venta de productos farmacéuticos / medicinales / cosméticos.</p>
<b>Otros</b>	<p>Agricultura (siembra / cría de animales / cosecha).</p> <p>Otros</p>

fundación  
wwb  
Colombia

#Avanzamos  
para Transformar

Síguenos en:



[www.fundacionwwbcolombia.org](http://www.fundacionwwbcolombia.org)

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

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