

Propuesta de emprendimiento para la disminución de la vulnerabilidad económica de las
madres cabeza de familia

Danibia Patricia Valencia Quinchía

Universidad EAFIT

Escuela de Administración

Maestría en Administración (MBA)

Pereira

2018

Propuesta de emprendimiento para la disminución de la vulnerabilidad económica de las
madres cabeza de familia

Danibia Patricia Valencia Quinchía

Trabajo de grado para optar por el título Magister en Administración (MBA)

Asesor Temático:

Carlos Mario Betancur Hurtado

Asesora Metodológica:

Beatriz Amparo Uribe

Universidad EAFIT

Escuela de Administración

Maestría en Administración (MBA)

Pereira

2018

Resumen

Generar una propuesta de emprendimiento que reduzca la vulnerabilidad económica de las familias monomarentales y que nazca desde sus habilidades y sueños, es la condición para la apropiación y buen funcionamiento de la misma. Para lograr esto se deben considerar metodologías que lleven a la integración de los gestores sociales y que construyan puentes de amistad para el reconocimiento del otro, y así, desde la empatía, promulgar por un desarrollo más humano; por lo anterior se plantearon entrevistas semiestructuradas en un primer momento y cuando se contaba con la suficiente aceptación de las familias, se procedió a la aplicación de las encuestas tipo Likert, los resultados permitieron identificar fortalezas y oportunidades, y desde allí se logró construir conjuntamente una propuesta. Se identifica que las madres cabeza de familia desean ser partícipes de procesos de fabricación de artesanías con valores agregados, como lo son el diseño personalizado y el uso de materiales de buena calidad a bajo costo, esto último gracias a la adquisición de socios estratégicos que apoyan la disminución de las vulnerabilidades de este grupo poblacional.

Palabras Clave

Familias monomarentales, emprendimiento, artesanías.

Abstract

Generate a proposal for entrepreneurship that reduces the economic vulnerability of single-parent families and that is born from their skills and dreams is the condition for the appropriation and proper functioning of it. To achieve this, methodologies must be considered that lead to the integration of social managers and build bridges of friendship for the recognition of the other and from the empathy promulgated by a more human development; due to the above, semistructured interviews were proposed at first and when there was sufficient acceptance of the families, the Likert-type surveys were applied, the results allowed identifying strengths and opportunities and from there jointly constructing a proposal. It is identified that the heads of family want to be part of manufacturing processes of handicrafts with added values such as personalized design and the use of good quality materials at low cost by acquiring strategic partners that aim at reducing vulnerabilities of this population group.

Key words

Families, monomarental entrepreneurship, handicrafts

Tabla de contenido

Resumen.....	3
1. Introducción.....	7
2. justificación.....	12
3. Objetivos.....	14
3.1. General.....	14
3.2. Específicos.....	14
4. Contenido del informe.....	15
4.1. Marco conceptual.....	15
4.2. Emprendimiento.....	16
4.3. Pobreza rural.....	17
4.4. Familias monomarentales en el entorno rural.....	18
4.5. Empoderamiento popular y capital social comunitario.....	20
4.6. Concepto de negocio.....	21
5. Proceso metodológico.....	24
5.1. Zona de estudio.....	24
5.2. Población objeto de estudio.....	25
5.3. Acercamiento y recolección de información.....	25
5.4. Fases de la investigación.....	26
6. Presentación y análisis de resultados.....	29
6.1. Artesanías.....	29
6.2. Producción de alimentos.....	30
7. Propuesta de emprendimiento para la disminución de la vulnerabilidad económica de las madres cabeza de familia.....	35
8. Conclusiones.....	40
Anexos.....	41
Bibliografía.....	42

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Veredas Santa Rosa de Cabal	25
Figura 2. Resumen metodológico.....	27
Figura 3. Análisis de las encuestas.....	31
Figura 4. El verraco de Guacas y el Templete.....	35
Figura 5. Calidad paisajística.....	35

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Propósitos para el emprendimiento.....	17
Tabla 2. Módulos empresariales.....	22
Tabla 3. Resumen percepciones encuesta tipo Likert.....	32
Tabla 4. Lo necesario para emprender.....	36
Tabla 5. Modelo CANVAS.....	37
Tabla 6. Proyección de propuesta empresarial.....	39

1. Introducción

En la mayoría de los casos siempre se ha considerado la familia como el elemento central del desarrollo social, puesto que es el lugar donde se empieza el fenómeno de la educación a través de la socialización, y desde allí se crean los ejes fundamentales de los seres que la conforman, posteriormente los individuos que surgen son los pilares del buen funcionamiento económico, político y cultural.

Por lo anterior, la calidad de los procesos que allí se evidencien marcan la calidad de vida de las personas y por ende su bienestar y realización, motivos que llevan a considerar, como esencial, el papel de la familia en la creación de las sociedades que esperamos formar.

Al hablar de familia, ésta se concibe como un grupo de personas que tienen un proyecto de vida común, en la cual cada integrante cumple con los roles adjudicados, y en cuyo desarrollo se establecen intensas relaciones de intimidad, reciprocidad y dependencia; así mismo, se entiende como el espacio donde se da la formación ética, moral y cultural, y que tiene como función el papel de proveedora de bienestar de sus integrantes, propendiendo por su salud y desarrollo, físico, emocional y mental. (DNP. 2014, p.8)

Crear esto en familias donde faltan partes del engranaje resulta un poco complicado, y más aún, cuando es el padre quien se encuentra ausente, puesto que, la madre que en muchas ocasiones es la encargada de los procesos educativos y donde se descarga mayor parte del cuidado para el correcto desarrollo del ser humano, debe empezar la búsqueda de recursos económicos para el mantenimiento del hogar, esto, lleva a largas jornadas laborales donde su hijo, en el mejor de los casos, queda bajo el cuidado de un tercero.

Esta falta de acompañamiento trunca los procesos de manera bidireccional, creando situación de alta vulnerabilidad en madres e hijos.

Resulta necesario plantear para estas familias monomarentales un escenario participativo, que promulgue la consolidación de procesos de empoderamiento para que los proyectos se sustenten y crezcan desde y para ellas, para lograrlo se requiere un acercamiento que permita el reconocimiento de las partes involucradas y se creen ambientes amigables que fomenten el dialogo verdadero, sin presiones ni escudos personales.

Para accionar sobre los fenómenos sociales que generan pobreza y potenciar los sueños que ayudan grupalmente desde la ética de las personas, es necesario el abandono de las armaduras y presentar una vida desnuda que muestre anhelos y afectos, para conseguirlo, en este caso en particular, se crearon espacios donde se compartían experiencias y alimentos en diferentes jornadas, con la intención de construir puentes y conocer las habilidades y sueños por lograr, posteriormente se desarrollaron una serie de entrevistas semiestructuradas que mostraban posibles escenarios para disminuir las vulnerabilidades sociales de estas familias, y al final cuando existía la suficiente confianza y aceptación, se aplicó una encuesta tipo Likert, que entregó resultados numéricos para la creación de una propuesta de emprendimiento, la cual permita disminuir la vulnerabilidad económica de este grupo social.

La construcción conjunta, la aceptación y la optimización de los recursos permitieron identificar las potencialidades de las familias monomarentales participes del proyecto, y se descubre que las artesanías permiten a las mujeres estar con sus hijos, dado que el propio hogar se puede transformar en un taller sin necesidad de grandes espacios ni dinero, además, la adquisición de socios estratégicos que apoyan los procesos sociales de las madres cabeza de familia generan sinergias en la compra de insumos que disminuyen los costos de producción, y por ende, mayores beneficios para los gestores sociales (madres).

Para abarcar un mayor espacio en el mercado de un municipio reconocido por el gran número de turistas, se proyectan artículos únicos de gran calidad, realizados cien por ciento a mano y a precios competitivos, y la venta a los empresarios de municipio de artículos para sus empleados hechos sobre los gustos y necesidades.

Situación en estudio

La falta de educación, de empleo, un buen servicio de salud, servicios básicos en el hogar y en muchas ocasiones no contar con ayuda de los familiares más próximos, son elementos comunes en la sociedad colombiana, si a esto le sumamos un entorno rural, donde el acceso es difícil, las oportunidades escasas, los planes desarrollados por las administraciones no son efectivos, y se es madre cabeza de hogar, se identifica entonces un gran problema, donde los diferentes riesgos sociales se incrementan y se comprende la gran dimensión de pobreza que enfrentan las mujeres campesinas. Tales condiciones han llevado a la acción a grandes y pequeños sectores sociales para intentar demostrar algo que es evidente, la importancia de la mujer y su papel en la conformación de sociedades a través de la educación, mantenimiento, vigilancia del hogar, alimentación, en fin, de todas las labores que diariamente realizan sin levantar la voz, por ejemplo.

La FAO, desde el Servicio de Género y Desarrollo de su oficina regional para América Latina y el Caribe, ha venido enfocando sus esfuerzos para lograr el reconocimiento del papel fundamental que cumple la mujer campesina en la eliminación del hambre y la reducción de la pobreza. (Arcila, 2004, p.9)

Las metas del milenio aportaron su granito de arena para intentar demostrar esto también y ayudar a reducir ciertas vulnerabilidades para con las mujeres, y una de las metas para el año 2015 fue que tuviera las mismas condiciones de acceso a los factores de producción y se diera igualdad en la mayoría de los escenarios, en esto la FAO no se quedó atrás y propuso,

a través de su Plan de Acción sobre Género y Desarrollo 2002-2007, se ha planteado como objetivo promover la igualdad entre el hombre y la mujer en el acceso a los recursos, como alimentos, recursos naturales, servicios de apoyo a la agricultura, adopción de decisiones y oportunidades de empleo y en el control de los mismos. (Arcila, 2004, p.9)

Para el caso de nuestro país, la Ley 731 de 2002, habla de lo mismo, dado que intenta generar equidad entre el hombre y la mujer, sin embargo, las mujeres que llevan la jefatura del hogar sin ayuda de su cónyuge, cargan en sus hombros mucho peso, por ejemplo, la búsqueda de recursos para la alimentación, la educación, el cuidado de hijos, padres, entre otros tantos; además, estos con escenarios llenos de riesgos donde se vulneran sus derechos y se limitan sus oportunidades por carencias educativas, lo cual genera baja calidad de vida y diferentes niveles de pobreza (no solo monetaria, de compañía, de tiempo libre, de construcción de habilidades, etc.), la vulnerabilidad a la que se ven expuestas se entiende, según Castaño (2007), como:

(...) el grado en el cual un hogar o individuo sufre o puede sufrir de uno o más episodios de pobreza o la persistencia de esta, como consecuencia de un estímulo o shock. La pobreza será entendida como aquella que ocurre cuando una persona experimenta una privación fundamental, es decir la carencia de las capacidades básicas o esenciales para su bien-estar (p.8).

En algunas ocasiones, para disminuir estas condiciones de vulnerabilidad o pobreza, aceptan tratos denigrantes de parejas que les golpean o maltratan físicamente por su condición de madres, en otros casos, consiguen labores peligrosas como las agrícolas (fumigación) o la preparación de alimentos para trabajadores en predios con entornos llenos de riesgos (grandes calderos, humo producto de cocción en leña) o se dirigen a la ciudad a engrosar los cordones de miseria, por su falta de preparación y de acompañamiento ético.

Lo peor de toda esta situación resulta en la pérdida de confianza social y en procesos educativos truncados, que terminan erosionando más las familias y sociedades, cuando deciden confiar en las propuestas de las administraciones para disminuir sus pobreza o vulnerabilidades se encuentran con personas que las utilizan para la obtención de votos o para la adquisición de recursos, y al final terminan evidenciando que no se les ofrece una alternativa diferente a lo impuesto de modo paternalista, donde se siguen contemplando como elementos anexos al hogar y no como seres humanos con necesidades y libertades, es por tales motivos que se deben crear propuestas incluyentes, que sean de participación real, donde la apropiación sea un pilar de desarrollo de las comunidades, que permita el fortalecimiento de las personas y el mejoramiento de su entorno vital. Para lograr lo anterior se deben conocer y comprender los aspectos socioeconómicos de las madres cabeza de familia, desarrollar capacidades desde el conocimiento de sus necesidades y motivar para la creación, conservación y mejoramiento de empresas que permitan disminuir los riesgos sociales, y por ende, sean cada vez menos vulnerables. Al respecto Formichella (2004) conceptúa:

A lo largo de la historia, el hombre ha atravesado períodos de progreso y de cambio en su sociedad. Actualmente el mundo está modificándose velozmente, y los fenómenos de desempleo y exclusión están siendo cada vez más preocupantes, sobre todo en países como el nuestro. Ante esta falta de empleo comienza a vislumbrarse como una oportunidad el autoempleo, es decir la propia generación de trabajo. En

consecuencia, el concepto de emprendimiento, si bien ha sido importante a través del tiempo, últimamente ha cobrado mayor relevancia para nuestra sociedad (p.5).

Para conseguir esto se deben plantear herramientas de recolección de información confiables y amables, que promulguen por la participación afectuosa y real, que entreguen datos verídicos para que las acciones a partir de los análisis de los datos recolectados sea un motor de cambio que perdure, todo esto acompañado por un profundo respeto y empatía que permita aumentar la autoestima y sentir valoración por su compromiso y entrega en tan magnas labores de madres cabeza de hogar.

Kliksberg (1999) menciona al respecto, que:

Una autoestima fortalecida puede ser un potente motor de construcción y creatividad. La mediación imprescindible es la cultura. La promoción de la cultura popular, la apertura de canales para su expresión, su cultivo en las generaciones jóvenes, la creación de un clima de aprecio genuino por sus contenidos, hará crecer la cultura y, con ello, devolverá identidad a los grupos empobrecidos. (p. 42).

Apuntar al reconocimiento y al crecimiento humano es una alternativa integral ante los complejos fenómenos de las pobreza sociales, el crecimiento desde la comprensión y la transformación de ambientes para la adquisición de recursos que promulguen por satisfactores sinérgicos es fundamental en todos los proyectos que deseen continuidad y apropiación de los gestores sociales (para este caso en particular de las familias monomarentales), las posibles soluciones deben surgir desde y para la población y trabajar conjuntamente para el mantenimiento y mejoramiento continuo.

En Colombia se han realizado diferentes acercamientos con las madres cabeza de familia para intentar generar alternativas de desarrollo, conociendo bien el potencial que existe se han establecido proyectos que van desde la capacitación hasta la acción y el paternalismo, uno de los más notorios establece que:

Las mujeres son un motor para la organización de la comunidad, pueden crear condiciones para un proceso de empoderamiento en la sociedad, independiente del estado. Este es un proceso que incluye a las personas permitiéndoles ver donde están ahora, dónde quieren estar y desarrollar e implementar planes para alcanzar de forma autónoma sus metas. (Porra y López, 2008, p. 2)

La familia es la base estructural de la sociedad y desde esta se desprenden un sin número de posibles acciones para conseguir un bienestar que arroje entornos comunitarios agradables, tal condición, ha llevado a que muchos centren sus esfuerzos en comprender estas dinámicas familiares y posibilitar acciones que hagan crecer y fortalecer estas bases.

Tales casos se ven reflejados en los esfuerzos realizados por reconocidas universidades, como:

Universidad de Antioquia, la Universidad Pontificia Bolivariana, la Fundación Universitaria Luis Amigó y la Universidad San Buenaventura. Tales estudios han evidenciado que la mujer cabeza de familia se ha ido configurando como un modelo de organización que va en aumento, así como el predominio de las responsabilidades económicas y la sobre-compensación como estrategia para suplir carencias afectivas; esta sobre-compensación se evidencia en el deseo de tener los hijos cumpliendo con las expectativas de la madre, aun cuando esto implique renunciar a las necesidades de ella. (Viveros y Arias, 2006. p.11)

Para el caso de Risaralda, las acciones han sido mediadas por el SENA, Comfamiliar, diferentes ONG, entre otros estamentos, que han reconocido las necesidades de las familias monomarentales y han establecido proyectos para ayudar, algunos de estos han seguido un corte paternalista y otros se han centrado en el empoderamiento, todas estas ayudas resultan útiles, y mejor aún, cuando se conoce el abandono en el cual está sumido el sector rural del país y las difíciles condiciones de las mujeres en este entorno.

2. Justificación

La condición de pobreza que se evidencia en algunas regiones de Colombia es preocupante, aún más en los sectores rurales, las necesidades de este sector son más amplias y difíciles de satisfacer, puesto que la mayoría de los programas que se han desarrollado han resultado poco efectivos o paternalistas, lo cual ha desencadenado círculos viciosos que han llevado a condiciones de miseria en estos pobladores.

Según Perry (2010), el panorama es el siguiente:

En las áreas rurales colombianas viven 11.838.032 de personas, el 26% de la población nacional. El 62,1% de ellos, es decir, 7.351.418 de personas, vive en la pobreza, y el 21,5% de la población rural – 2.545.177 personas – vive en pobreza extrema, o indigencia. De manera que cerca de las dos terceras partes de los moradores rurales son pobres y más de la tercera parte de los pobres rurales se halla en la indigencia (p.4).

Bajo esta mirada es aún más perturbador el caso de Risaralda que “ya que lleva varias décadas presentando bajas tasas de crecimiento en su economía y un incremento del desempleo en los últimos años, junto con altas tasas de pobreza” (Cepeda, 2012, p. 46.). Ahora, si imaginamos un municipio como Santa Rosa de Cabal, que es reconocido por la oferta turística, dado que “posee una extensión total de 486 Km², de los cuales 20 Km² corresponden a área urbana y 466 Km² a área rural” (Cardona, Gaviria, y Villada, 2011, p. 47), y al encontrarse aproximadamente a 1.700 msnm y contar con una agradable temperatura promedio de 17 grados Celsius, se genera una diversidad de paisajes increíble y además el café, los termales, su oferta gastronómica (chorizos Santarrosanos) le han servido para ganarse un reconocido lugar en la memoria de los colombianos, sin embargo no todo marcha de la mejor manera, porque el sector rural, el más amplio del municipio, se encuentra abandonado, sus habitantes se descubren entre el olvido y la desesperanza.

Actualmente al municipio se le reconoce como ciudad dormitorio, la mayoría de la población urbana debe salir a otros municipios (Dosquebradas, Pereira) a buscar fuentes de ingreso para la satisfacción de sus necesidades, pero, los habitantes del campo no cuentan con esta opción y se encuentran con jornadas extenuantes y malos salarios, por lo anterior, muchos deciden abandonar el predio agrícola y en la mayoría de los casos, son los hombres los que primero se marchan, dejando atrás a sus esposas e hijos. “La falta de oportunidades económicas en el área rural fuerzan a la migración de miles de personas, en especial jóvenes, contribuyendo a la feminización y ancianización del agro” (Altieri, 2008, p.88).

Con estos datos es fácil comprender el creciente número de madres cabeza de hogar en Colombia, y en especial en la zonas rurales, según la ‘Encuesta longitudinal colombiana’ (EICA) de la Universidad de los Andes, “Las mujeres cabeza de hogar en ciudades pasaron del 35 al 39 por ciento, entre el 2010 y el 2016, mientras que en el campo el salto fue del 18 al 22 por ciento” (Universidad de los Andes, 2017.)

Las situaciones que han generado este aumento son muy variadas, lo que lleva a comprender que el problema es mucho mayor, porque se está evidenciando el pilar social y cómo este se puede ver afectado desde lo económico, educativo y afectivo; generando escenarios terribles para las personas que viven estas realidades. Díaz (2007), al respecto menciona:

La familia monoparental no sólo se refiere a la persona que ha sido abandonada por su pareja; hace alusión también a aquella persona que ha asumido sola, la opción de cuidado y educación de sus hijos e hijas. El concepto de “hogar con jefatura femenina” es útil para identificar un número cada vez mayor de hogares “sin hombres”, que incluyen los encabezados por viudas, un fenómeno creciente en las zonas urbanas de América Latina y el Caribe; así como los encabezados por madres jóvenes y sin pareja, que tienen hijos e hijas fuera del matrimonio o son abandonadas por su compañero. Por otra parte, se presentan situaciones como la separación, abandono, porque el hombre ha tenido que emigrar a otro lugar (pp. 86 - 87).

Tales cifras y condiciones llevan a pensar que se deben plantear propuestas efectivas para disminuir la vulnerabilidad de parte de la población campesina, en especial de las madres cabeza de hogar, puesto que ellas son quienes demandan mayor atención al asumir diferentes roles sociales (crianza de los niños, cuidado de familiares, satisfacción de necesidades básicas, entre otras) y una de las maneras es el empoderamiento popular para la creación de empresas, que les permita acceder a mejores recursos económicos y aprender a usar estos para el mantenimiento y crecimiento de la misma, además de buscar satisfactores sinérgicos que apunten al buen desarrollo de las personas.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Crear una propuesta de emprendimiento que contribuya a disminuir la vulnerabilidad económica de las madres cabeza de familia

3.2 Objetivos específicos

- Conocer los aspectos socioeconómicos de las madres cabeza de familia participes del proyecto.
- Identificar las principales necesidades para crear satisfactores que apunten al desarrollo de las capacidades de las madres cabezas de familia.
- Establecer factores motivadores para las madres cabezas de familia, que permitan el desarrollo de la empresa y su mejoramiento y además impulsen el desarrollo humano.
- Crear una propuesta de emprendimiento que contribuya a la disminución de la vulnerabilidad económica de las madres cabeza de familia

4. Contenido del informe

4.1.Marco Conceptual

Las cifras de las madres cabeza de familia en Colombia son cada vez mayores, y esto anudado a las vulnerabilidades que presentan, genera un escenario preocupante, puesto que existe una alta estigmatización y falta de empatía, que lleva a la explotación laboral y el incremento de la pobreza de este grupo social.

Las mujeres del país han sufrido transformaciones sociales y culturales sobre los roles que ejercen en la sociedad; esto se evidencia, entre otras cosas, en el crecimiento (en un 5%) del fenómeno de jefatura femenina en los hogares durante el periodo intercensal 1993-2005. Este fenómeno creciente, no solo en Colombia sino en toda Latinoamérica, evidencia una transformación en las estructuras de género y en la familia en general (Velásquez, 2010, p. 47).

Para nadie es un secreto que una mujer que tiene un hijo asume las mayores responsabilidades en el hogar, y esto explica que las posibilidades de recreación y educación formal disminuyan, coartando el desarrollo humano y aumentando las inequidades laborales, en muchas ocasiones la explotación laboral nace desde el reconocimiento de las necesidades de las madres, y en otras, las largas jornadas para dar mantenimiento al hogar, llevan a la poca disponibilidad de tiempo para compartir con el (los) hijos, además, los pocos momentos compartidos se transforman en nuevas jornadas laborales, dado que en muchas ocasiones los estudios y el hogar desgastan a la agotada madre que llega a casa, por esto se considera que la mujer lleva una doble jornada laboral, una que le permite conseguir ingresos y otra destinada al desarrollo de su hijo.

Entre los hogares de bajo ingreso, los que están encabezados por mujeres enfrentan por lo general ciertos problemas, ya que ellas sufren discriminación en los mercados laborales o en los intentos de lograr apoyo para actividades generadoras de empleo o para la mejoría del hogar (Velásquez, 2010, p. 48).

Esto lleva a pensar propuestas de desarrollo, que ayuden a disminuir las vulnerabilidades de las madres cabeza de familia, y que a su vez generen empoderamiento para mantener el tiempo para las actividades que se establezcan, es por tal motivo que el emprendimiento con énfasis humano y permeado por la innovación juega un papel determinante en la disminución de la pobreza de las familias colombianas, y en especial, de las monomarentales.

4.2. Emprendimiento

Los procesos de emprendimiento han sido desarrollados desde diferentes disciplinas (Sociología, Economía, Administración, etc.), todos consideran la motivación y las decisiones desde análisis de escenarios como los procesos que transforman las empresas, para que posteriormente se trasmuten en planes de negocios y evolucionen en modelos administrativos donde lo humano siempre juega un papel preponderante. Formichella (2004) menciona que:

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad (p.8).

Los escenarios donde se dan estos procesos siempre tienen un alto grado de incertidumbre, dado la competencia, los riesgos, la dinámica económica social, necesidades y barreras de distinto tipo generan riesgos latentes.

Es por tales motivos que un emprendedor se:

(...) caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquiva a la comprensión de sus propias dinámicas (Rodríguez, 2009).

El desarrollo desde diferentes disciplinas indica que la interdisciplinariedad es una constante en el emprendimiento, y se deben considerar los comportamientos, pensamientos y la economía y sus procesos para que las estrategias terminen beneficiando al emprendedor, y en este caso específico al grupo poblacional que se intenta impactar positivamente, para una mejor comprensión de lo descrito, se presenta la tabla 1, donde se especifican los datos.

Tabla 1.

Propósitos para el emprendimiento

Perspectivas de pensamiento para el emprendimiento	Propósito
Comportamental	Identificar la complejidad de la persona, la empresa y el entorno
Cognitiva	analizar contextos de las representaciones de los fracasos o los éxitos, los resultados deseados, la perseverancia, o la información para la toma de decisiones
Económica	Identificar, apoyar y aconsejar mediante la estructura de modelos asociados a los objetivos de maximización de beneficios
Procesos	Establecer retos para el fenómeno del emprendimiento. Se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas, para su desarrollo

Fuente: elaboración propia con base en (Rodríguez, 2009)

Por lo anterior, el emprendedor facilita los procesos para el desarrollo de una actividad económica a través de la innovación y además toma las oportunidades que brinda el mercado para generar beneficios, ya sea ofreciendo un servicio o un producto, para asegurar su proyección el emprendedor también cuenta con la virtud de motivar y contagiar a quienes participan de su propuesta de emprendimiento, para que estos inicien focos de mejoras continuas y se aseguren los fenómenos asociativos que permitan el crecimiento del proyecto.

4.3 Pobreza rural

Las condiciones de pobreza que se encuentran en el sector rural son abrumadoras, según un especial de la revista *Semana* (2012), titulado: Cifras así es Colombia rural, indica que “El ingreso promedio de un campesino era en 2009 de 220.000 pesos, mientras en la ciudad el ingreso promedio alcanzaba está 668.000 pesos (p.1)”. Esto indica que una gran parte de la población en este ambiente percibe menos de una tercera parte de lo pactado por ley, además la apatía de las administraciones ha llevado al sector que sustenta la ciudad (el campo) a condiciones de miseria.

Desigualdad y pobreza constituyen la realidad social y económica de buena parte de la población campesina y rural. La mayoría de los hogares rurales (65%) viven en condiciones de pobreza o de pobreza extrema (33%) y sin acceso a servicios de calidad. Estos factores han contribuido a la violenta historia política del país (Baribbi y Spijkers, 2011, p. 6).

En muchas ocasiones se plantean estrategias para disminuir estas condiciones de pobreza extrema, pero uno de los graves problemas es la falta de ingreso para la satisfacción de necesidades básicas, no solo basta la provisión de agua o alcantarillado o presentar datos de aumento de la esperanza de vida como elementos de éxito en los planes, de nada vale aumentar la cantidad de años si estos se desarrollan bajo los peores escenarios.

La problemática de la pobreza constituye un desequilibrio social asociado con factores estructurales expresados en la insatisfacción de las necesidades y requerimientos básicos de las personas. Esta compleja situación se relaciona con una variedad de factores y circunstancias que responden a dinámicas históricamente determinadas por características sociales, económicas, políticas y culturales. Un alto porcentaje de la población en situación de pobreza del país habita en el sector rural y las estrategias para solucionar este problema deben considerar las dinámicas propias de la población que reside (Jaramillo, 2006. P.47).

Los campesinos se transforman en las personas que terminan asumiendo gran parte de las malas administraciones, estar alejados de los centros urbanos donde se maneja de manera más efectiva la información, les hace invisibles y una presa fácil para los politiqueros, estafadores, violentos, entre otros que solo buscan aprovecharse de estas personas. Comprender la situación de la zona rural es imaginar los problemas urbanos multiplicados unas cuantas veces, dado lo alejado del sector no pueden acudir a buenos centros de salud, tienen jornadas laborales extensas, en entornos difíciles; en algunos casos manipulando sustancias tóxicas (agroquímicos); con bajos salarios y servicios sanitarios, habitacionales, recreacionales y nutricionales muy diferentes a los de la zona urbana.

4.4 Familias monomarentales en el entorno rural

Se debe comprender como familia monoparental, aquella donde solo uno de los progenitores está asumiendo el mantenimiento económico, educacional, motivacional y todo lo demás que se desprende del desarrollo humano para con su hijo, en esta investigación se considera que las madres, cuando llevan esta situación, se denominan familias monomarentales, este término fue tomado de Morgado, González, y Jiménez (2003), quienes establecen además que:

(...) los problemas fundamentales a los que tienen que hacer frente estas familias se encuentran los económicos, la conciliación de la vida laboral con el cuidado de sus hijos e hijas, la sobrecarga de responsabilidades, los laborales y los relacionados con la vivienda (p. 1).

Para nadie es un secreto que las responsabilidades femeninas en el mantenimiento del hogar y cuidado de hijos es mayor, es un trabajo no remunerado que ocupa la mayor parte del tiempo, y además es poco reconocido por familiares y vecinos, la situación de pobreza que

se vive en las zonas rurales lleva al despoblamiento del mismo en búsqueda de alternativas más amables, y en muchas ocasiones es el hombre quien decide partir para mantener el hogar o simplemente para conformar otro. En otras ocasiones son los escenarios de violencia los que llevan a la creación de familias monomarentales, donde las realidades colombianas despojan un eslabón y son las mujeres quienes deben empezar la búsqueda de recursos económicos para la satisfacción de ciertas necesidades, sin descuidar ninguna de las obligaciones anteriores.

Las oportunidades para las madres cabeza de familia en los entornos rurales son complicadas, tal y como lo expresa Jaramillo (2006):

Las mujeres rurales y la pobreza, destacando el problema del acceso de la mujer a la tierra y la herencia, al considerar que la pobreza de la mujer está directamente relacionada con la ausencia de oportunidades y autonomía económica, la falta de acceso a educación, los servicios de apoyo y los recursos económicos, incluido el crédito, la propiedad de la tierra y el derecho a la herencia, sumados a su mínima participación en el proceso de adopción de decisiones (p.55).

También se debe considerar que la violencia contra la mujer es común y más aún cuando estas son madres solteras, dado que muchas están dispuestas a soportar malos tratos por parte de un hombre con tal de disminuir sus vulnerabilidades o suplir ciertas necesidades, en otros casos buscan empleos y muchos se aprovechan de la situación que viven y entonces les ofrecen salarios más bajos de lo habitual, condiciones riesgosas en su ambiente laboral y en el peor de los casos, sin estar bajo ningún amparo en caso de enfermedad, accidente, o vejez. Jaramillo (2006) explica al respecto que:

Las estadísticas disponibles demuestran que la participación de las mujeres rurales se ha incrementado desde un 15,1% en 1990 hasta llegar a un 20,1% en el año 1999, lo que ha llevado a algunos autores a señalar ésta como una de las actividades económicas que se está feminizando. Pero este trabajo generalmente es temporal y carece de protección laboral. Las estadísticas de pobreza muestran una creciente afectación de las mujeres rurales señalando que casi tres cuartas partes de las mujeres bajo la línea de pobreza carecen de cotizaciones de la seguridad social, lo cual las hace estar desprotegidas, tanto en el presente, ante los accidentes laborales, como en el futuro cuando no estarán en condiciones de trabajar más, ni tener derecho a una jubilación (pp.56-57).

Por todo lo anterior, ser mujer y estar al cuidado del hogar en un entorno rural es una realidad de abandono que pocos queremos aceptar, son tantas las adversidades que llevan a condiciones miseria que se requiere de un accionar diferente e incluyente, donde se pueda evidenciar y comprender las necesidades reales de las personas para empezar a actuar y ser partícipes de la transformación social a través del empoderamiento popular.

4.5 Empoderamiento popular y capital social comunitario

Comprender las diferentes relaciones que existen entre disciplinas y actitudes y aptitudes de los gestores sociales, es necesario para la orientación de acciones efectivas que lleven al mejoramiento de la calidad de vida y promulguen el desarrollo humano. Es preciso impulsar la empresa desde lo humano, participando de los procesos que construyen amistad, y por ende, respeto; es concebir la organización comunitaria como un elemento vivo, que se desarrolla y muta creando innovación en el mercado para mantenerse en el tiempo bajo los mejores estándares sociales.

Construir Capacidad Comunitaria (CC) y empoderar a las comunidades para que actúen sobre sus condiciones de vida, son procesos políticos y sociales difíciles que requieren estrategias, habilidades y competencias procedentes de diferentes campos y disciplinas (Espinosa de Restrepo, 2001, p.1).

Para lograr empoderamiento popular se debe construir un capital social que tenga una historia en común y a partir de esto crear identidad entre los gestores para facilitar la relación humana y la confianza a través de la empatía, esto permite una serie de beneficios para emprender acciones grupales que impacten a todos los miembros y cooperación constante para el mantenimiento del proyecto social.

Para que las acciones empresariales que tiendan a disminuir la vulnerabilidad económica se mantengan en el tiempo, se deben establecer una serie de estrategias que surjan desde las decisiones de los individuos que participan del proceso, estos a su vez deben entender las normas que permiten el funcionamiento de la empresa y los tipos de metodologías que se aplican, según las capacidades identificadas de los gestores del proyecto.

El capital social comunitario es la institucionalidad formal e informal que integra las normas culturales de confianza entre individuos, por un lado, con las prácticas de cooperación entre todos los miembros de un sistema social. Los aspectos individuales y colectivos se compenetran. Por otra parte, los mecanismos por los cuales se produce el capital social comunitario a partir de sus “precursores” abarcan tanto las expectativas de los individuos de reciprocidad como las sanciones comunitarias de las normas (Durston, 2000, p.24).

Por lo anterior, se debe pensar en la conformación de redes institucionales recíprocas para enriquecer el empoderamiento de los sectores abandonados, que presentan vulnerabilidades que les empobrecen. Por medio de personas proactivas, dichas redes permiten la transformación social y generan beneficios que mueven los engranajes de lo que sienten como propio (empresa humana): buscan recursos, generan estrategias sinérgicas y son coherentes en sus decisiones; además comprenden y respetan las normativas generadas por

el grupo que conforma el proyecto, para enfrentar de la mejor manera los problemas y las oportunidades que se presenten.

Las estrategias racionales de las personas optimizan un conjunto de satisfactores diversos, no todos ellos de carácter económico. Una vez satisfechas las necesidades materiales básicas del hogar, los agentes económicos siguen con sus esfuerzos en diferentes campos de actividad, sea para lograr una satisfacción emocional a través del consumo superfluo, sea para maximizar otros satisfactores emocionales de naturaleza social, como el prestigio, la admiración, la aceptación por un grupo, el cariño y la amistad (Durston, 2000, p.24).

4.6 Concepto de negocio

Para lograr empezar a comercializar una serie de productos en el mercado, es necesario establecer una serie de lineamientos que permitan conseguir clientes, y estos a su vez generen un ingreso para motivar a los gestores empresarial hacia la innovación y pensar en estrategias administrativas que permitan optimizar los recursos, de acuerdo con los objetivos planteados y controlar los procesos para llevar precios y artículos competitivos.

La propuesta de negocio entonces debe ser una mezcla de diferentes disciplinas que permita ser sinérgica al momento de articular la propuesta de valor, debe ser lo suficientemente objetiva para identificar el segmento de mercado que desea impactar y la cantidad de ingresos que espera percibir; además de definir los canales de distribución y las necesidades de la población para crear los elementos que suplan estas carencias; y por último, mantener el espíritu innovador, como un elemento que supone ventajas para todos los partícipes de la empresa.

Es válido aclarar que el negocio propuesto para las familias monomarentales es un conjunto de elementos organizativos que describen y caracterizan una serie de acciones o actividades que permiten facilitar la comercialización y creación de artículos, que piensa a su vez en la evolución de los mismos, dependiendo de la dinámica cultural. Para este último aspecto es perfectamente viable considerar un elemento que permita al negocio mantenerse en el tiempo: “Las estrategias” que se entienden como las propuestas y actividades que impactan los procesos y por ende los productos, es por ello que la creación de la propuesta de negocio debe ser ampliamente comprensiva de las necesidades humanas y brindar libertades para que las personas puedan manifestar todo su potencial (en las negociaciones, creaciones, modificación y optimización de procesos, entre otros) para así aprovechar todas las oportunidades y fortalezas y disminuir las amenazas y debilidades. Es de este modo como las estrategias se aplican en el entorno y la propuesta de negocio vislumbra las oportunidades, la mezcla de estas permite la retroalimentación y la constante renovación de la empresa.

Para que el proceso funcione se deben considerar una serie de elementos, como: la eficiencia de los procesos, la venta de artículos o servicios que se diferencien de los existentes; además de los beneficios que tiene el mismo con respecto a los demás en lo que respecta al cuidado ambiental y la responsabilidad social.

Para dar cumplimiento a lo anterior, se hace la aplicación del modelo CANVAS desarrollada por Alexander Osterwalder, dado que “es una herramienta lo suficientemente sencilla como para ser aplicada en cualquier escenario: pequeñas, medianas y grandes empresas, independientemente de su estrategia de negocio y público objetivo” (Osterwalder, 2011, p.2).

Además su facilidad de comprensión y efectividad en la ejecución, le permite a las gestoras del proyecto interactuar con el mismo, y desde allí ser partícipes de la creación y mantenimiento de las estrategias que permiten la consolidación de la empresa para acercarse de la mejor manera a lo propuesto por el autor, el cual considera necesario dar respuesta a nueve módulos que comprenden: los clientes, la oferta, la viabilidad económica y la infraestructura con la que se cuenta. Esto se observa con mayor detalle en la tabla 2, donde se explica cada módulo y se evidencian los alcances de la propuesta y su correcta relación con el proyecto de las familias monomarentales.

Tabla 2.
Módulos empresariales

Nombre	Actividades y definiciones
1. Segmento de mercado (clientes)	Segmentar los clientes, para conocer el nicho de mercado y las oportunidades de negocio. Se debe cubrir alguna necesidad y/o solucionar un problema.
2. propuesta de valor	Saber por qué somos innovadores y qué nos diferencia de nuestra competencia y nos acerca a potenciales clientes. La mejor estrategia para un emprendedor es renovar un nicho de mercado.
3. Canales de Distribución	Delimitar los canales de comunicación, distribución y de estrategia publicitaria, para fortalecer la marca e idea de negocio. Incluye, tanto los canales que vamos a utilizar para explicar a nuestros clientes cuál es la propuesta de valor, como para ofrecérsela (venta y postventa). Se pueden utilizar y combinar diferentes canales (directos e indirectos y propios y de socios).
4. Relaciones con los clientes	Tipo de relaciones que se establecen con cada uno de los segmentos de clientes. Estas pueden ser: personales (cara a cara, telefónicas, etc.), automatizadas (a través de tecnología como e-mail, buzones...), a través de terceros (externalización de servicios), individuales (personalizadas), colectivas (a través de comunidades de usuarios).

5. Fuentes de Ingresos	Son la consecuencia de los demás módulos, pero paradójicamente tienen que ser a priori, es decir, antes de empezar se debe saber cuáles serán las fuentes de ingresos.
6. Recursos clave	Identificar los activos y recursos clave imprescindibles en el engranaje de la idea empresarial: humanos, tecnológicos, físicos (locales, vehículos, naves, puntos de venta, etc.). Mayores o menores recursos requerirán de mayores o menores esfuerzos financieros, intelectuales, de acuerdos con terceros, etc.
7. Actividades clave	Actividades que darán valor a nuestra marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas. Qué somos y qué queremos ser.
8. Red de alianzas o asociaciones o socios clave.	Definir las estrategias de networking (es una forma de conocer gente nueva en un contexto de negocios o de relaciones entre profesionales) con potenciales socios o proveedores. Establecer acuerdos de colaboración con terceros para compartir experiencias, costes y recursos (socios estratégicos, socios industriales, socios inversores, economías de escala, etc.) que les permitan diseñar, desarrollar y gestionar proyectos de negocio.
9. Estructura de costos	Marcar las estructuras de costes, para llegar a saber el precio que tendrá que pagar el cliente por adquirir el bien o servicio que ofrecerá la idea de negocio. Definir el tipo de financiamiento del negocio que, al principio, no es rentable. Calcular el dinero necesario hasta ser rentable.

Fuente: Tomado y modificado de (Osterwalder, A. 2011, pp.3-5).

Cuando se conocen los módulos, se puede pensar en las estrategias a tomar, en la visión y misión de la empresa y las características que logran diferenciar el producto para alcanzar más nichos de mercado.

En esta parte es donde se evidencian las habilidades de los gestores sociales, puesto que sus capacidades son las que marcan su posición en la empresa y desde allí se crea efectividad en los procesos, el potenciar las cualidades de las madres cabeza de familia lleva a mejorar las relaciones al interior de la empresa e impacta positivamente al cliente.

5. Proceso Metodológico

La forma de recopilar la información y analizar la misma en las familias monomarentales del municipio de Santa Rosa de Cabal, vereda Guacas, se sustentó en una serie de acercamientos con gestores sociales que permitieron contactar a grupos organizados de las madres cabeza de hogar, para esto se recurrió a quienes tienen relación directa con programas de bienestar familiar y la alcaldía del municipio, desde allí se dio paso al contacto directo con los dirigentes de la población objetivo y posteriormente a cada una de las madres cabeza de familia, donde a través de compartires (espacios donde se comparten alimentos e historias) y charlas sobre lo cotidiano, se migró a las entrevistas semiestructuradas (ver anexo 1) y cuando se contaba con la suficiente confianza de todas las partes, se pasó a la encuesta tipo Likert (ver anexo 2), esto con la finalidad de recopilar los datos que permitieran identificar las habilidades y sueños de las madres cabeza de hogar.

5.1 Zona de estudio

El Municipio de Santa Rosa de Cabal se encuentra localizado en el flanco occidental de la Cordillera Central, entre alturas que van desde los 5.200 m.s.n.m. en el Nevado de Santa Isabel, hasta los 1.400 en la vereda Las Mangas. Limita por el Norte con Chinchiná y Villamaría, por el Sur con Pereira y Dosquebradas, por el Oriente con el Departamento del Tolima y por el Occidente con Marsella y Dosquebradas. (Guzmán y Osorio, 2013)

Las personas participes de la investigación viven en la vereda de Guacas, y todas cumplen la condición de ser madres cabeza de familia.

La vereda se caracteriza por ser turística y productora de café, se encuentra a dos kilómetros del hospital vía Chinchiná.

Las frases desarrolladas para la encuesta tipo Likert surgieron directamente de las conversaciones informales, donde se tocaron temas económicos, sociales, sueños, habilidades, entre otros.

Con el análisis de la encuesta tipo Likert se pretende crear un plan que permita disminuir la vulnerabilidad económica de las madres cabeza de familia y mostrar como la satisfacción sinérgica de ciertas necesidades, permite el desarrollo humano y el mejoramiento continuo de los proyectos; además se apunta al desarrollo humano de cada integrante y su entorno, intentando la satisfacción “(...) en relación con uno mismo, en relación con el grupo social y en relación con el medio ambiente” (Max-Neef, Elizalde y Hopenhayn 1994, p.43).

La encuesta tipo Likert nació desde las conversaciones informales, donde se conocieron muchos aspectos de las familias monomarentales a través de entrevistas semiestructuradas, logrando así un acompañamiento amable para la recolección de información y la toma de decisiones para presentar una propuesta de emprendimiento.

5.4 Fases de la investigación

Acercamiento: para la obtención de la información, resultó necesario establecer vínculos que permitieran una comunicación efectiva y la desaparición de la presión que origina la relación investigador-sujeto, para que en su lugar aparezca la relación entre iguales, comprendiendo esto como aquello que genera conversaciones veraces e informales, para lo cual se concertaron espacios de compartir (alimentos e historias), que lograron una aceptación real para la entrega de información y transformación de la misma en un elemento que disminuya las vulnerabilidades de esta población.

Recolección: en diferentes espacios y momentos, a través del diálogo se empezó a aplicar la encuesta tipo Likert, en todo momento las madres cabeza de familia tuvieron el apoyo y las explicaciones del investigador para la total comprensión de las frases y su calificación. Con esto se pretendió evitar ocupar a la población objetivo y que se produjeran malos entendidos al momento de diligenciar la encuesta.

Análisis: las diferentes apreciaciones recolectadas a través de la encuesta tipo Likert, fueron analizadas para evidenciar las necesidades más apremiantes y las virtudes con las cuales cuentan las madres cabezas de hogar, esto con el fin de establecer una serie de escenarios donde se potencien las habilidades y se creen planes efectivos que permitan el éxito empresarial.

Construcción: con los escenarios planteados, donde cada integrante aportó desde sus cualidades, se presentaron diferentes propuestas que apuntan a la disminución de las vulnerabilidades encontradas, desde allí se generaron diálogos para la elección, transformación y sinergias de las propuestas empresariales originadas con la información recolectada

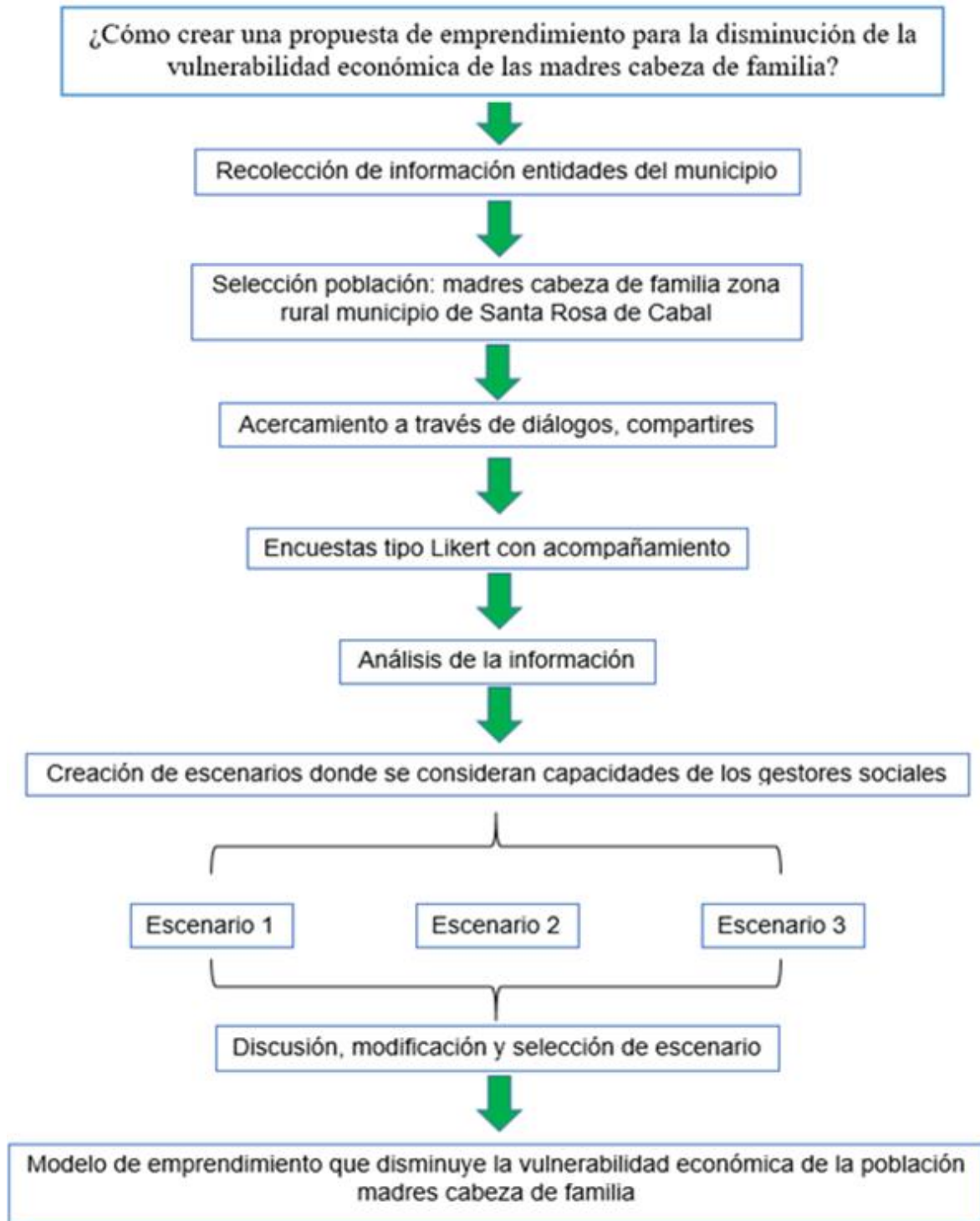


Figura 2. Resumen de las actividades metodológicas.

Fuente: Elaboración propia.

Para comprender las condiciones en que viven las familias monomarentales, en un primer momento se establecieron contactos clave para generar los espacios de encuentros grupales, desde allí se plantearon los diferentes horarios de visitas y se dio inicio a los compartires, con esto se buscó crear un camino de amistad para que la recolección de información, a través de entrevistas semiestructuradas y encuestas tipo Likert, fuera lo más aproximada a sus sentires. Al contar con estos datos se procedió a los análisis y se crearon escenarios para luego ser discutidos y retroalimentados, permitiendo consolidar una propuesta que disminuya la vulnerabilidad económica de este grupo social, creada desde y para ellos, con lo cual se pretende mantener, por más tiempo las actividades y crear procesos de mejoramiento continuo para que cada vez se fortalezcan más y cambien y vivan sus necesidades más amablemente.

6. Presentación y análisis de resultados

Para facilitar el análisis de la información recolectada en la encuesta tipo Likert, se presenta la figura 3, que reúne todas las percepciones de las madres cabeza de familia y se contemplan tres posibles calificaciones: una que registra los datos obtenidos entre 1 y 4, que indica desagrado, carencia o falta de habilidad; el segundo mide los valores entre 5 y 7, que indica que se cuenta con la habilidad, que la situación no es desagradable y que se cuenta con lo necesario; y el último, que considera las calificaciones entre 8 y 10, indica una alta habilidad, gran satisfacción y se tiene más de lo necesario.

Después de terminadas las conversaciones y las encuestas tipo Likert, se analizan las habilidades de las familias monomarentales y sus necesidades, estableciendo tres posibles escenarios:

1. La mayoría indican que sus habilidades con las manualidades son buenas, por lo tanto la fabricación de artesanías innovadoras es el camino a seguir.
2. La mayoría muestra afición y talento para la preparación de alimentos, se establece entonces la comercialización de chorizos con valores y características especiales.
3. Aproximadamente la mitad de la población expresa habilidades para las artesanías y la parte restante para la preparación de alimentos, para lo cual existe un escenario mixto, donde se establecen ambas prácticas.

En todos los casos nombrados anteriormente, establecer roles, canales de comercialización y socios estratégicos.

6.1 Artesanías

Las artesanías presentan una serie de elementos de interés, el primero tiene que ver con los insumos para su producción, los cuales en muchas ocasiones son materiales reciclados o de un bajo valor comercial, que además dan pie a la creación de espacios innovadores en los hogares, donde las madres no abandonan sus espacios de formación familiar, además permiten la libertad de transformación de los materiales, lo que lleva a alimentar la potencia humana de descubrir y transformar para solucionar y fomentar la seguridad, al permitir la toma de decisiones para la modificación de artículos que posibilitan llenar los espacios existentes en el mercado.

La condición social de permitir y aceptar la modificación de los artículos es fundamental para los estilos de vida, que ahora se manifiestan y permiten a las personas con escasos recursos de las zonas rurales, crear objetos que despiertan interés y admiración, como lo establece un estudio de factores de éxito en los negocios de artesanías, donde se menciona que “La artesanía es apetecida por compradores de mediano y alto poder adquisitivo” (Hernández,

Yescas y Domínguez, 2007, p. 80). Y si esta además está bien terminada y a un buen precio llama más la atención y el apoyo que se brinda impulsa las capacidades y los talentos de este grupo poblacional.

El mismo trabajo concluye que existen una serie de factores de éxito “innovación administrativa, impacto del financiamiento, tecnología de producción, tecnología en administración, capacidad en el manejo del proceso, del empaque, diferenciación e información” (Ibíd., p. 77) que permiten a las artesanías posicionarse y crear mejores condiciones de vida para los directamente relacionados, además este tipo de prácticas apunta al desarrollo humano desde lo social, económico, educativo y refuerza la confianza y el amor por las actividades y productos desarrollados.

6.2 Producción de alimentos (chorizos)

Santa Rosa de Cabal es reconocida por su gastronomía, especialmente en lo que respecta a los chorizos, su sabor y la presentación del producto anudada a la belleza del paisaje, atrae a visitantes de todas partes del mundo, el plan de ordenamiento territorial Santa Rosa de Cabal “apuesta por el Turismo y el Desarrollo Rural como los dos grandes cimientos de nuestro PDT” (Alcaldía Santa Rosa de Cabal. 2016., p.2), bajo este amparo es realmente útil la creación de empresas comunitarias, que oferten este producto que se encuentra bien posicionado e ingresen al mercado con valores agregados, como nueva combinación de ingredientes, insumos agroecológicos, entre otros, que permitan ocupar y acaparar nichos de mercado y turistas que se comprometen con el apoyo social.

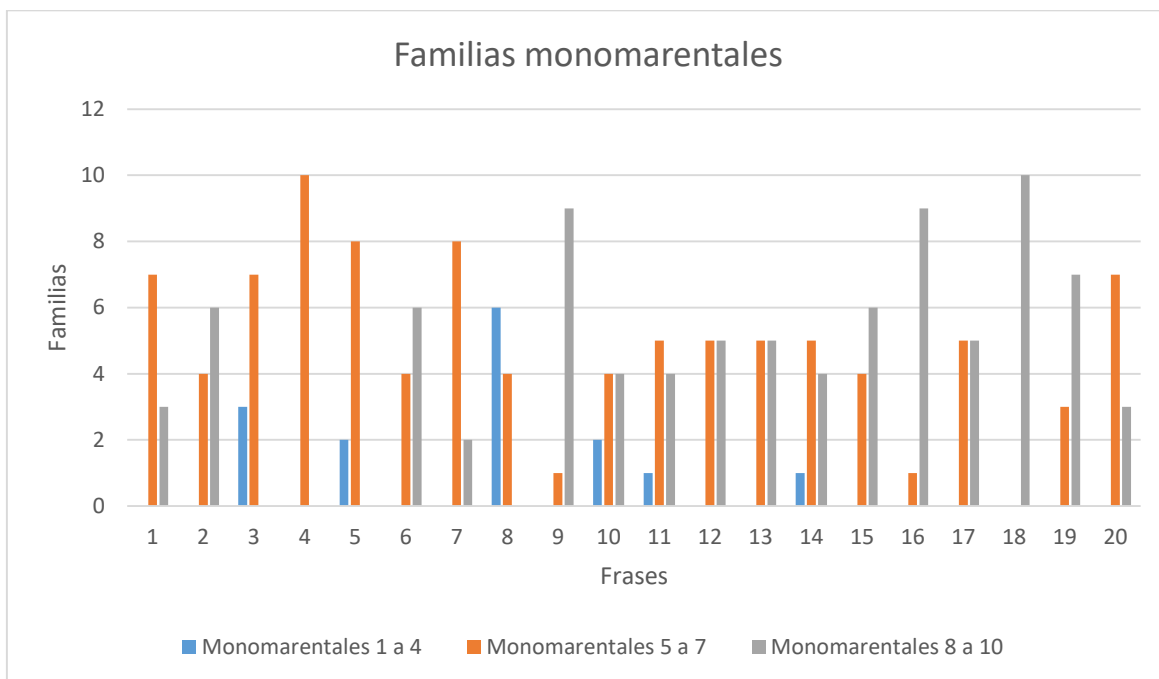


Figura 3. Análisis de las encuestas

Fuente: Elaboración propia, 2017.

El análisis de las encuestas tipo Likert, dejó claras las habilidades y algunas de las percepciones de las madres cabeza de familia, una de ellos es el poco disfrute de cocinar (frase 5), de las diez (10) familias participes, siete califican por debajo de 7 como se observa en la figura 3, y de estas, dos valoran en 4, lo que indica que no se encuentran muy a gusto con esta labor, y por ende, no estarían en el escenario de comercialización de alimentos (caso chorizos); caso contrario con las habilidades manuales, donde solo una persona calificó de manera neutra (5) esta frase en la encuestas (numero 2), mientras que las demás indican que cuentan con buenas cualidades para este escenario.

A continuación se presenta un resumen completo de las frases y las percepciones de las madres cabeza de familia (ver tabla 3), esto permite establecer roles y acciones para el desarrollo de la propuesta de emprendimiento para disminuir la vulnerabilidad económica de este grupo social.

Tabla 3.
Resumen percepciones encuesta tipo Likert

	Frases encuesta tipo Likert	Familias monomarentales										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Cuando tengo problemas los soluciono de una manera efectiva	6	5	8	6	9	9	5	7	7	6	68
2	Cuento con buenas habilidades para la fabricación de artesanías	7	9	7	8	9	5	6	9	9	8	77
3	Cuento con el suficiente tiempo para compartir con mis amigos	5	6	6	4	6	7	4	6	4	6	54
4	Cuento con tiempo para desarrollar mis habilidades	6	6	5	5	6	7	6	5	7	7	60
5	Disfruto cocinar	4	5	5	7	7	5	4	6	7	5	55
6	Disfruto compartir con mis amigos	8	7	8	6	8	10	8	7	7	8	77
7	El apoyo de mis familiares y amigos es bueno y constante	7	6	7	5	7	9	5	6	5	8	65
8	El dinero que adquiero es suficiente para cubrir las necesidades familiares	5	4	4	3	5	4	6	4	5	4	44
9	Los espacios donde habito los mantengo muy ordenados	8	9	7	8	9	10	10	9	8	9	87
10	Me comunico asertivamente	5	4	5	6	8	9	8	7	5	4	61
11	Me considero muy buena innovando	6	6	8	9	8	7	7	5	4	8	68
12	Me relaciono bien con las personas	8	7	7	6	7	10	9	7	8	9	78
13	Mi estado de salud es bueno	6	5	8	9	8	8	9	7	5	5	70
14	Mi habilidad para negociar es buena	6	5	5	8	4	9	7	6	9	9	68
15	Respeto mis amigos y entiendo sus puntos de vista	7	8	8	9	9	9	10	7	6	7	80
16	Soy afectuoso con mis amigos	8	10	9	9	10	9	8	8	7	9	87
17	Soy buena trabajando en equipo	7	8	8	5	6	9	8	8	7	7	73
18	Soy ordenada en el manejo del dinero	8	9	9	9	10	10	9	8	8	8	88
19	Soy solidaria con mis amigos	8	8	7	6	8	8	9	8	8	7	77
20	Tengo mucha energía para las labores cotidianas	5	6	6	7	7	8	8	7	8	6	68
	TOTAL	130	133	137	135	151	162	146	137	134	140	

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Los totales horizontales nos indican la sumatoria de las valoraciones de todas las familias participes en el trabajo, lo cual permite identificar una serie de fortalezas y oportunidades con esta población, por ejemplo, el mayor puntaje se obtiene en la frase 18, lo cual indica una amplia capacidad para manejar efectivamente el dinero, esto se explica por la condición que han soportado para mantener su hogar, con los pocos recursos que obtienen deben conseguir todo lo que requieren para el funcionamiento de su núcleo familiar, esta carencia económica las ha transformado en excelentes administradoras de recursos y además comprenden el valor del dinero y la importancia del mismo para la satisfacción de necesidades básicas.

A pesar de los significativos progresos logrados en las últimas décadas, en todo el mundo los mercados de trabajo siguen estando divididos por géneros y parece haberse estancado el avance hacia la igualdad de género. La participación femenina en la fuerza laboral (PFFL) se ha mantenido por debajo de la participación masculina; las mujeres realizan la mayor parte de los trabajos no remunerados y cuando tienen un empleo remunerado, están sobrerrepresentadas en el sector informal y entre la población pobre. También se ven ante significativas diferencias salariales frente a sus colegas varones. En muchos países, las distorsiones y la discriminación en el mercado laboral restringen las opciones de las mujeres para conseguir un empleo remunerado, y la representación femenina en los altos cargos y entre los empresarios sigue siendo baja (Elborgh-Woytek, Newiak, Kochhar, Fabrizio, Kpodar, Wingender y Schwartz, 2013, p.4).

La falta de empleo y de oportunidades, para este caso en particular, transformó a las mujeres y les permitió proyectarse como individuos que bajo las mismas condiciones salariales desempeñarían un excelente papel en la administración del hogar, la cita anterior también apoya la razón para no disfrutar la preparación de alimentos, ya que en muchas ocasiones los recursos físicos no son los mejores para la elaboración y transformación de productos alimenticios, y en la mayoría de los casos, las largas jornadas para la adquisición de recursos les agotan y el saber que deben continuar con las labores en sus casas, sin remuneración ni tampoco valoración moral por las demás personas, les hace sentirse infravaloradas.

Con el surgimiento de las clases sociales aparece también la discriminación de la mujer y su conversión, por parte del hombre, en un objeto de placer y procreación.¹ A lo largo del desarrollo de la sociedad los individuos fueron aprendiendo, a través del proceso de socialización, el comportamiento que cada uno debe asumir según fuera hombre o mujer. Esta diferenciación, que abarca normas de comportamiento, actitudes, valores, tareas, etc., y donde lo femenino se debe supeditar a lo masculino, trasciende a todas las esferas de la vida y provoca una relación de poder donde el hombre es el dominante mientras que la mujer, su papel y tareas, son devaluados socialmente (Herrera, 2000, p.2).

Este motivo llevó a abandonar el escenario de la producción de alimentos, puesto que están demasiado agotadas y desesperanzadas con las labores del hogar, dado que en sus mentes existe una relación de esto con malestar y falta de aprecio, mientras que las artesanías o la fabricación de elementos por fuera de la cocina, es visto como el descanso de las duras faenas domesticas; bajo esta perspectiva, la elaboración de artesanías es una recompensa, y si esta es remunerada, se realizará aún con más esmero.

Los mejores elementos con los que cuenta el emprendimiento en este grupo poblacional, además de la administración del dinero, se enfocan en lo humano, razón que valida la importancia de una propuesta que sustente el respeto y la comprensión de y por los demás, como se observa en la tabla 3, las frases 15 y 16 muestran la importancia del afecto y el respeto por el otro para estas familias, las cuales han sido, en muchas ocasiones irrespetadas por su condición, y han sufrido y desde esto han consolidado un actuar que corresponda con lo que esperan recibir y no con lo que han obtenido, son el ejemplo de la empatía y la necesidad de amor para continuar llevando su vida, esto solo indica que las relaciones desarrolladas por la empresa donde participen estará cimentada por la conversación y el dialogo que construye; mientras que el numeral 9 representa la administración de recursos, diferentes al económico, para mantener los procesos eficientemente.

Las frases que obtuvieron una peor calificación muestran una clara carencia económica (frase 8) y es bien conocida la realidad de las familias monomarentales y su poca participación de empleos dignos, si esto se desarrolla en un entorno rural es aún peor, puesto que además de laborar de manera exagerada para conseguir X cantidad de dinero, se le paga menos porque se conocen sus necesidades y los empleadores saben de su vulnerabilidad y por eso las

explotan con menos dinero y jornadas más largas y/o peligrosas, esto explica la falta de recursos económicos para suplir todas las necesidades fundamentales para que su entorno social más próximo funcione medianamente bien.

Los datos en este sentido parecen variar muy poco con los años, los salarios de las mujeres son en general inferiores a los de los hombres. Según los últimos datos disponibles en el INE la ganancia media por hora de los hombres es un 19,5% superior a la de las mujeres y en el caso de la ganancia media anual este porcentaje se eleva hasta el 35,7% (Sarriegi. 2009, p. 117).

Esta búsqueda incesante de recursos económicos genera una serie de pobreza que desmotivan a las mujeres, la falta de tiempo para compartir con los amigos y familiares (frase 3) les lleva a estresarse y con esto se afecta su salud, con esto empiezan a descubrir que aquello que les gusta, que les apasiona en verdad, se ve comprometido a otras realidades y se enfrentan a la tristeza de no tener tiempo para ser la mejor versión de lo que pueden ser, la falta de desarrollar sus habilidades les genera cierta amargura.

Sin embargo, son pocos los aspectos negativos entregados por las familias y estos resultan fáciles de superar a través de la propuesta de emprendimiento con énfasis en el desarrollo de las habilidades de las personas, si se analiza la tabla número 3 más del 80% de las percepciones indican escenarios, que con un poco de trabajo en equipo, se pueden transformar en verdaderas fortalezas, esto muestra un camino amable para el desarrollo del proyecto.

Si se consideran los resultados de la tabla en forma vertical, se obtiene la visión de cada familia con respecto a las frases de la encuesta, dicho de otra manera, desde el análisis de estos datos se pueden establecer algunos roles en el programa de emprendimiento, aquellas con los puntajes más altos pueden ser los elementos motivadores para la creación y la negociación, claro está que la dinámica de los procesos tiende a modificar estas percepciones, dado que encuentran mejores espacios para desarrollar su personalidad y se torna más fácil la adquisición de recursos y el trato entre los gestores del proyecto.

Con esta información se plantea la propuesta y se explican las variables y dimensiones para la realización del proyecto, además del modelo de CANVAS usado para lograr la comprensión total de los procesos.

7. Propuesta de emprendimiento para la disminución de la vulnerabilidad económica de las madres cabeza de familia

Estar ubicadas en una de las veredas con mayor número de visitantes en un municipio que le apuesta al turismo, es algo que se debe aprovechar, para este caso en particular, la vereda Guacas cuenta con una serie de atractivos como el Templete, el Verraco de Guacas, haciendas cafeteras, y su cercanía y al centro poblado, además la calidad paisajística le hacen uno de los lugares más visitados en el municipio.



Figura 4. El Verraco de Guacas y el Templete
Fuente: archivo propio del autor, 2017.



Figura 5. Calidad paisajística
Fuente: archivo propio del autor, 2017.

La tabla número 4 nos muestra cuáles son las variables, las dimensiones y los requerimientos para establecer la propuesta empresarial con las artesanías, además explica los requerimientos para luego pasar a explicar la aplicación del modelo CANVAS.

Tabla 4.

Lo necesario para emprender

Variables	Dimensiones	Requerimientos escenario
Financiamiento	Situación financiera actual y corto plazo	Para la creación de artesanías se recurre a materiales reciclados o de bajo costo, el local para la comercialización se gestionará a través de la alcaldía en los primeros meses y después de algunos meses se contará con los recursos para alquilar o comprar uno.
Tecnología	En producción	Al crear artesanías los requerimientos en tecnología serán pocos, puesto que la mayoría de las labores se realizarán a mano.
Innovación	De producto	Artículos elaborados completamente a mano y de difícil adquisición en el mercado de artesanías actual.
	De proceso	Especialización en los procesos, dependiendo de las habilidades de las personas participes en el proyecto.
	De administración	Desarrollo a escala humana.
Capacidades de marketing	Precio competitivo	La especialización en las labores y los elementos de bajo costo o reciclados permiten competir en el mercado.
	Diferencia	Productos elaborados a mano y por familias monomarentales.
	Mejorar	Altos niveles de cuidado en los terminados y fabricación de artículos dependiendo de las necesidades de los clientes.
	Cantidad	La especialización en las labores permite disminuir tiempos y movimientos para una demanda X de artículos.
	Posicionar	Contactar a grandes medios de información para presentación del proyecto, su misión y visión.
	Canales de distribución	Las estrategias comerciales que apoyan a comunidades vulnerables permiten acceder a clientes y empresas con alta capacidad adquisitiva.
	Publicidad	Estrategia donde se evidencia el reciclaje de materiales y la disminución de la vulnerabilidad de las familias monomarentales.
	Promocionar	Contactos en diferentes sectores que permitan enseñar los productos elaborados y además rescaten la historia detrás de los mismos.

Capacidades del personal	Para el negocio	Mujeres con habilidades para clientes y proveedores, donde se consigan los mejores precios y productos.
	Para los procesos	Mujeres hábiles y dispuestas a innovar en la creación de artesanías.
	Para administrar	Mujeres organizadas, comprometidas y con proyección para con los recursos adquiridos.

Fuente: Tomado y modificado de: (Hernández, Yescas y Domínguez, 2007, p. 85)

Como se evidenció con las percepciones recopiladas a través de los diálogos y las encuestas tipo Likert, la mayoría de las variables se suplen de la mejor manera, porque se cuenta con alianzas estratégicas que permiten la adquisición de insumos y la adquisición de herramientas y alianzas comerciales se explican a través del modelo CANVAS.

Tabla 5.
Modelo CANVAS

Nombre	Actividades y definiciones
Segmento de mercado (clientes)	Aprovechar la gran afluencia de turistas en la zona, alianzas estratégicas con las empresas del municipio para la generación de regalos en momentos especiales.
Propuesta de valor	Las artesanías se venden en el municipio, pero la mayoría son fabricadas por maquinas o simplemente los artesanos las compran y revenden, lo cual implica que se encuentran varios artículos iguales y carentes del trabajo manual. Las artesanías desarrolladas por las familias monomarentales serán hechas a mano con subproductos de otras empresas (americana de curtiembres) y serán portadoras de la historia que existe detrás de la fabricación de la misma, lo que permite al cliente conocer los valores agregados del producto. A petición de las empresas se pueden crear los artículos con medidas y colores personalizados.
Canales de Distribución	A través de la página web se mostraran los procesos de la fabricación de artesanías, a través de las emisoras de los municipios se invitara a propios y visitantes a conocer la dinámica empresarial de las madres cabeza de familia. Las mismas familias distribuirán elementos informativos a la comunidad y se establecerán alianzas con la administración municipal para ser partícipes en eventos.
Relaciones con los clientes	En la mayoría de los casos la relación será directa, esto con la intención de dar a conocer la historia de emprendimiento de las madres cabeza de familia, posteriormente el internet permitirá contactar clientes y enviar catálogos y productos a través de empresas de mensajería.

Fuentes de Ingresos	Venta de artesanías únicas, personalizadas y que disminuyen la vulnerabilidad de un grupo social. Artesanías hechas por artesanos con amor.
Recursos clave	Humanos: madres cabeza de familia con diferentes habilidades administrativas, comerciales, innovadoras, proactivas, además de personas que conozcan y capaciten este grupo en la fabricación de artesanías. Tecnológicos: se requieren pocos elementos tecnológicos para la fabricación de artesanías, sacabocados, agujas, hilos, pegantes, entre otros. Físicos: en un principio los sitios donde habiten las madres cabeza de familia serán los talleres artesanales, esto con la intención de disminuir costos y mantener la visión de creación de artesanías como momento de ocio y anti estrés. Insumos: retales de cuero que vende a bajo precio la empresa americana de curtiembres, posible negociación con la administración para obtener mejores precios.
Actividades clave	Capacitaciones para entender la creación de artesanías, especialización de funciones para la optimización de tiempos y movimientos.
Red de alianzas o asociaciones o socios clave	Con la administración municipal para que entiendan la misión y visión de la propuesta de emprendimiento y desde allí se genere apoyo para la adquisición de un local para la muestra de los productos. Conversaciones y acuerdos con las empresas del municipio para que apoyen la empresa, porque además de disminuir vulnerabilidades en familias monomarentales, usa subproductos de otras empresas creando obras únicas. Con las academias (UNISARC, UTP, entre otras) para capacitaciones que permitan motivar y educar a las personas participantes del proyecto. Entidades bancarias: banco de la mujer.
Estructura de costos	Gastos de constitución, documentos, licencias, permisos, insumos y herramientas, pago de nómina, gastos operativos, servicios públicos, y todo lo relacionado con la creación y mantenimiento de le empresa de artesanías.

Fuente: Elaboración propia

Para considerar la variabilidad de la propuesta empresarial, se desarrolló una simulación económica de cinco años, dado lo innovador de los artículos ofrecidos, de los cuales en el municipio no se ha visto ninguno elaborado con tal nivel de detalle y bajo estándares ambientalmente amables (subproductos de empresas de la región), es válido aclarar que las estimaciones de ventas y capacitaciones están desarrolladas desde un punto intermedio,

puesto que la venta de estos artículos es alta y bien valorada por los turistas, además de presentar valores agregados como la personalización de artículos.

Los gastos generados en las herramientas e insumos es muy bajo, y la capacidad de crear artículos desde cada uno de los hogares de las familias participes disminuyen los costos enormemente, además, con el pasar de algunos días se descubrirá quiénes son más efectivas en ciertas labores, logrando establecer cadenas de producción que disminuyan los tiempos de creación de artesanías y mejoren los acabados.

Tabla 6.
Proyección de propuesta empresarial

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas de Artesanías	100.000.000	120.000.000	144.000.000	172.800.000	207.360.000
Servicio de capacitación a otras empresas	0	6.000.000	6.600.000	7.260.000	7.986.000
Venta de Herramientas de Artesanías	0	5.000.000	5.500.000	6.050.000	6.655.000
total de ingresos	100.000.000	131.000.000	156.100.000	186.110.000	222.001.000
costos mano de obra	36.000.000	48.000.000	60.000.000	72.000.000	84.000.000
costo de materia prima	25.000.000	27.500.000	30.250.000	33.275.000	36.602.500
costo de distribución	5.000.000	5.500.000	6.050.000	6.655.000	7.320.500
total costo	66.000.000	81.000.000	96.300.000	111.930.000	127.923.000
utilidad bruta	34.000.000	50.000.000	59.800.000	74.180.000	94.078.000
Gastos de Administración	12.000.000	12.840.000	13.738.800	14.700.516	15.729.552
Total gastos de administración	12.000.000	12.840.000	13.738.800	14.700.516	15.729.552
Utilidad operacional	22.000.000	37.160.000	46.061.200	59.479.484	78.348.448
impuestos del 34%	7.480.000	12.634.400	15.660.808	20.223.025	26.638.472
Utilidad neta	14.520.000	24.525.600	30.400.392	39.256.459	51.709.976

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la tabla, existe una buena rentabilidad y se observan los fenómenos de capacitación para empresas, esto ofrecido después del primer año, donde las madres cabeza de familia empiezan a expandir sus experiencias para demostrar a otras, propuestas como aprovechar los recursos y las necesidades del mercado, también la continua elaboración de artículos y la creación de estrategias y herramientas para dar cumplimiento a las solicitudes de los clientes, lo que ha creado modificaciones significativas a algunas herramientas y materiales, los cuales se comercializaran expandiendo aún más el impacto de la propuesta empresarial.

8. Conclusiones

Es necesario pensar en una propuesta de desarrollo que aborde lo humano y lo considere como el eje de desarrollo social, primero las personas, porque son lo más importante en la ecuación.

Los grupos poblacionales vulnerables, como las familias monomarentales, han aprendido de todas sus necesidades y se han convertido en grandes administradoras de recursos, además desean fervientemente iniciar sus propios negocios, puesto que han sido explotadas en muchas ocasiones por su condición familiar.

Para emprender un negocio es necesario tener una misión y una visión clara, para impactar de la mejor manera el mercado, ofreciendo buenos productos al alcance de los turistas, es bien conocido que los productos elaborados a mano, son bienes muy apreciados por los visitantes al municipio y desde allí es donde se diferencia la propuesta empresarial y se aprovechan las habilidades de las gestoras participes del mismo.

El contacto directo con los clientes y proveedores permite dar a conocer la historia de la empresa y desde allí adquirir nuevos clientes que están comprometidos con el mejoramiento social desde propuestas de emprendimiento.

Los contactos estratégicos empiezan desde la adquisición de insumos (Americana de curtiembres) a bajos precios y las alianzas con la administración municipal para adquirir sitios de muestra en comodato, próximos a las vías más turísticas.

El estudio de modelos para emprendimiento llevó a seguir el modelo desarrollado por Osterwalder, su facilidad de interpretación y efectividad en los procesos lo hace útil para la población de familias monomarentales, quienes requieren facilidad y resultados para comprometerse con el proyecto.

La aplicación de la encuesta tipo Likert debe ser desarrollada a través de diálogos y compartires para obtener la información más aproximada a la realidad, se deben crear espacios amigables para lograr afianzar los vínculos sociales y conocer las percepciones de las personas.

La identificación de los nichos de mercado y aprovechar las habilidades y experiencias de las personas, es uno de los mejores caminos para pensar en propuestas de negocios, y si además se madura desde factores de cuidado ambiental, se obtienen ideas innovadoras donde los productos pueden ser altamente valorados, y por ende, comercializados a precios justos. Al brindar servicios personalizados se logran ventas y experiencias en los clientes que permiten el mantenimiento y mejoramiento de los procesos y de los artículos y servicios prestados.

Bibliografía

- Alcaldía Santa Rosa de Cabal. (2016). Plan de desarrollo territorial. Recuperado el 12 de Noviembre de 2017, de http://www.santarosadecabalarisaralda.gov.co/Nuestros_planes.shtml?apc=gbxx-1-&x=2716950
- Altieri, M. A. (2008). El papel estratégico de la sociedad científica latinoamericana de agroecología (socla) frente a los desafíos y oportunidades para una agricultura sustentable en la América latina y el Caribe del siglo XXI. *Agroecología*, 3, 87-96.
- Arcila, K. (2004). Diagnóstico situación actual de la mujer campesina en el municipio de Pereira. Pereira: contrato de cooperación no. 738 entre municipio de Pereira (secretaría de desarrollo rural) y la fundación para el desarrollo de Risaralda.
- Baribbi, A. y Spijkers, P. (2011). Campesinos, tierra y desarrollo rural. *Reflexiones desde la experiencia del tercer laboratorio de paz*. Bogotá: Acción Social-Unión Europea.
- CARDER. (2003). Municipio de Santa Rosa de Cabal, Veredas. Recuperado el 12 de septiembre de 2017, de: http://siae.carder.gov.co/media/plantilla_institucional/archivos/Santa%20Veredas.jpg
- Cardona, J. Gaviria, A. y Villada, O. (2011). Santa Rosa de Cabal estudio socio-económico. Recuperado el 15 de Septiembre de 2017, de <http://camarasantarosa.org/wp-content/uploads/2015/02/20130901163337INFORME-FINAL-ESTUDIO-SOCIOECONOMICO-CC-SRC-2012-1-2.pdf>
- Castaño, L. (2007). Una aproximación a la vulnerabilidad. Recuperado el 12 de septiembre de 2017, de https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/desarrollo%20social/boletin34_1.pdf
- Cepeda, L. (2012). LA ECONOMÍA DE RISARALDA DESPUÉS DEL CAFÉ: ¿HACIA DÓNDE VA?. 12 de febrero de 2018, de Banco de la Republica Sitio web: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/re_152.pdf
- Díaz, P. I. U. (2007). Familias monoparentales con jefatura femenina, una de las expresiones de las familias contemporáneas. *Tendencias & Retos*, (12), 81-90.
- DNP. (2014). Observatorio nacional de familias. Recuperado el 5 de marzo de 2017, de <https://observatoriodefamilia.dnp.gov.co/Portals/0/Documentos/Bolet%20C3%ADn%203%20-%20Observatorio%20de%20Familias.pdf>
- Durston, J. (2000). *¿Qué es el capital social comunitario?* CEPAL. Santiago de Chile.

- Elborgh-Woytek, K., Newiak, M., Kochhar, K., Fabrizio, S., Kpodar, K., Wingender, P. y Schwartz, G. (2013). Las mujeres, el trabajo y la economía: Beneficios macroeconómicos de la equidad de género. *Documento de análisis del personal técnico del FMI*.
- Espinosa de Restrepo, H. (2001). Incremento de la capacidad comunitaria y del empoderamiento de las comunidades para promover la salud. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 19(1).
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. VII Congreso de Administración. “La Administración en un mundo complejo” “La recuperación de la Competitividad, el Crecimiento y el Trabajo”. Buenos Aires, Argentina.
- Guzmán, J. y Osorio, G. (2013). Diagnóstico de Riesgos Ambientales - Santa Rosa de Cabal. Recuperado el 15 de septiembre de 2017, de <http://www.carder.gov.co/intradocuments/webExplorer/diagn-esticos-riesgos-ambientales>
- Hernández, H., Yescas, M. y Domínguez, M. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios gerenciales*, 23(104), 77-99.
- Herrera Santi, P. (2000). Rol de género y funcionamiento familiar. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 16(6), 568-573.
- Jaramillo, P. S. (2006). Pobreza rural en Colombia. *Revista colombiana de sociología*, (27), 47-62.
- Kliksberg, B. (1999). El rol del capital social y de la cultura en el proceso de desarrollo. *Revista venezolana de gerencia*, 4(9).
- Max-Neef, M. A., Elizalde, A. y Hopenhayn, M. (1994). *Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Montevideo, Uruguay. Icaria Editorial.
- Morgado, B., González, M. D. M., & Jiménez, I. (2003). Familias monoparentales: problemas, necesidades y recursos. *Portularia*, 3,
- Osterwalder, A. (2011). *Modelo de Canvas*. Barcelona: Deusto SA Ediciones.
- Perry, S. (2010). *La pobreza rural en Colombia*. Chile: Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural RIMISP.
- Porra, L. y López, J. (2008). Propuesta de un programa piloto de acción social y capacitación dirigido a mujeres cabeza de familia de la UPZ San Cristóbal norte, de la localidad de Usaquén en Bogotá. Recuperado el 6 de marzo de 2018, de <http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/43210.pdf>
- Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (26), 94-119.
- Sarriegi, M. L. (2009). Mujeres, tiempos, crisis: Combinaciones variadas. *Revista de Economía Crítica*, 8, 113-120.

- Semana.com. (2012). Así es la Colombia rural. 14 de febrero de 2018, de Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría Olózaga Sitio web: <http://especiales.semana.com/especiales/pilares-tierra/asi-es-la-colombia-rural.html>
- Universidad de los Andes. (2017). Cada día hay más mujeres cabeza de hogar en el país. Recuperado el 10 de septiembre de 2017, de <https://encuestalongitudinal.uniandes.edu.co/es/destacados/elca-en-los-medios/386-el-tiempo-8>
- Velásquez, S. (2010). Ser mujer jefa de hogar en Colombia. *Revista de la información básica*, 4(2), 47-58.
- Viveros Chavarría, E. y Arias Muñoz, L. M. (2006). *Dinámicas internas de las familias con jefatura femenina y menores de edad en conflicto con la Ley Penal: características interaccionales*. Facultad de Desarrollo Familiar. Línea de Investigación Calidad de Vida. Medellín: Fundación Universitaria Luis Amigó.