



Abril 2016 - ISSN: 1988-7833

LOS NEGOCIOS SOCIALES DE LAS MUJERES POBRES DE IBAGUÉ COLOMBIA

Aracelly Buitrago Mejía *

Nubia Varón Triana **

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Aracelly Buitrago Mejía y Nubia Varón Triana (2016): "Los negocios sociales de las mujeres pobres de Ibagué Colombia", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (abril-junio 2016). En línea:
<http://www.eumed.net/rev/cccs/2016/02/empoderamiento.html>

Resumen

A través de la historia ha existido un interés generalizado por enfrentar el fenómeno de la desigualdad social y de manera específica los altos niveles de pobreza, tanto es así que en el año 2000 se reunieron 189 países en la ciudad de New York en la sede de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) donde fueron propuestos los llamados "Objetivos de desarrollo del Milenio" siendo uno de ellos la promesa de erradicar la pobreza extrema en el mundo, y aunque se han registrado disminuciones importantes, aún hace falta realizar mucha intervención para lograr la erradicación de la pobreza en el mundo; Colombia no es ajena a ese fenómeno y registra según el departamento nacional de estadística DANE a junio de 2015 el 7.9% población que vive en pobreza extrema y el 28,2% los que viven en estado de pobreza ; considerando los casi cuarenta y ocho millones de habitantes del país, las cifras resultan alarmantes.

* PHD (e) en Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad para la Cooperación Internacional de México. Directora del grupo de investigación Desarrollo Empresarial Sectorial Productivo y Competitivo DESPyC de la Universidad del Tolima. Profesora del programa de Administración Financiera de la Universidad del Tolima. Coordinadora del semillero de investigación Más Vida de la Universidad del Tolima. Coinvestigadora de la Universidad Cooperativa. Consultora Empresarial de la Asociación Colombiana de la Micro, Pequeña y Mediana empresa ACOPI Tolima y Cámara de Comercio de Bogotá, Bucaramanga y Cali. Correo electrónico: abuitragom@ut.edu.co.

** PHD (e) en Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad para la Cooperación Internacional UCI de México. Especialista en: Gerencia de Impuestos, Revisoría Fiscal y Auditoría Externa. Contador Público. Líder investigador Proyecto El Desarrollo Sostenible y los Negocios Sociales. Coordinadora semillero de Investigación "Comprometidos con la Inclusión Social y el Desarrollo Sostenible" COISDES Programa Contaduría Pública de la Universidad Cooperativa de Colombia. Profesora investigadora. Consultora Empresarial de la Asociación Colombiana de la Micro, Pequeña y Mediana empresa ACOPI Tolima Correo electrónico nuba.varont@campusucc.edu.co

El gobierno nacional realiza esfuerzos por disminuir esas cifras, mediante las acciones que desarrolla la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema, las gobernaciones y alcaldías, como también diversas organizaciones sociales y empresariales hacen aportes importantes para disminuir esas cifras, sin embargo aún no es suficiente, y siempre será bien recibida cualquier tipo de intervención que conduzca, sino a erradicar al menos a mitigar ese fenómeno.

Unido a lo anterior, se suma la discriminación y desigualdad de oportunidad de género, por lo cual se consideró de especial relevancia realizar esta investigación acción participante, en el marco del desarrollo del proyecto “El desarrollo sostenible y los negocios sociales en Ibagué Colombia” enfocada en la dimensión social del desarrollo sostenible, como una alternativa para mejorar la calidad de vida de población marginada, financiado por la Universidad Cooperativa e iniciado en junio de 2015, con asociaciones de mujeres en estado de pobreza y vulnerabilidad, cuyo desarrollo aporta evidencias de buenas prácticas de intervención para enfrentar esos flagelos: La pobreza y la discriminación contra la mujer.

Palabras Clave: Asociaciones, Empoderamiento, Supervivencia, Unidad productiva, Emprendimiento social, Negocio Social.

Abstract

Throughout history there has been widespread interest in confronting the phenomenon of social inequality and specifically high levels of poverty, so much so that in 2000, 189 countries met in the city of New York at the headquarters of the United Nations (UN) which were proposed so-called " Millennium development Goals " one of them being the promise of eradicating extreme poverty in the world, and although there have been significant decreases still more to do much intervention to eradicate poverty in the world; Colombia is no stranger to this phenomenon and recorded according to the national statistics department DANE June 2015 to 7.9% population living in extreme poverty and 28.2% of those living in poverty ; considering the nearly forty-eight million people in the country , the figures are alarming .

The national government is making efforts to reduce these figures by the actions developed by the National Agency for Overcoming Extreme Poverty, the governors and mayors, as well as various social and business organizations make important contributions to reduce those numbers, but not yet it is enough, and always will be welcome any intervention that leads, but to eradicate at least mitigate this phenomenon.

Together with the above , discrimination and inequality of opportunity gender adds , so it was considered particularly important this research participant share, in the framework of the project " Sustainable development and corporate business in Ibagué Colombia " focused on the social dimension of sustainable development as an alternative to improve the quality of life of marginalized people , funded by the Cooperative University and launched in June 2015, with women's associations in poverty and vulnerability , the development provides evidence of good intervention practices to address these scourges : poverty and discrimination against women.

Key Words

Associations, Empowerment, Survival, production unit, Social Entrepreneurship, Social Business.

Introducción

El Negocio Social es un nuevo tipo de empresa que se introdujo en el mercado con el objetivo de hacer una diferencia en el mundo. Es un concepto nuevo que, naturalmente, tiene un gran potencial para el desarrollo. Una vez que los Negocios Sociales sean reconocidos por la ley, muchas más empresas estarán interesadas en crear Negocios Sociales en adición a su actividad central y a sus actividades de responsabilidad social. Pero también muchos activistas del sector sin fines de lucro ven en los Negocios Sociales una opción atractiva ya que es una vía de crear una solución autosuficiente y que puede crear excedentes para la expansión, al ser una empresa que no produce pérdidas.

Los negocios sociales se apoyan en los siguientes principios:

1. El objetivo empresarial será el de superar la pobreza, o uno o más problemas sociales.
2. Debe tener sostenibilidad financiera y económica.
3. Los inversionistas pueden recuperar el monto de su inversión inicial pero sin intereses.
4. Cuando el monto de la inversión se amortiza, los beneficios de la empresa se reinvierten en la empresa para su expansión y mejora.
5. Es ambientalmente sostenible.
6. La mano de obra tiene salario de mercado con mejores condiciones de trabajo.
7. Debe hacerse con alegría.

El éxito de los Negocios Sociales se mide por el impacto de la actividad y calidad de vida en las personas o el medio ambiente, en lugar de la cantidad de dinero acumulado en un período de tiempo. Reinvertir su dinero en su propia compañía y hacerla crecer, beneficia a todo el mundo dentro de la misma empresa, desde el portero al propietario, clientes, la comunidad, la región, el país y todo el planeta. Entonces usted efectivamente habrá hecho un aporte real para mejorar la vida de miles de personas ayudando de paso a humanizar la economía, dejando un legado para las generaciones venideras.

Con la idea de los Negocios Sociales, el Profesor Muhammad Yunus, premio Nobel de Paz 2006, ha introducido una nueva dimensión para el capitalismo: un modelo de negocios que no se esfuerza por maximizar beneficios, sino que lo hace para servir a las necesidades más apremiantes de la humanidad. Por lo tanto, el primer objetivo de un Negocio Social no es el lucro, en su lugar su objetivo es resolver los problemas sociales con sus productos y servicios a precios asequibles, devolviendo sólo la inversión inicial y reinvertiendo sus beneficios en innovaciones para avanzar en sus objetivos sociales; aunque el Negocio Social es pionero en sus objetivos, es tradicional en su gestión: sus empleados son profesionales y pagados de acuerdo a los salarios del mercado. Este tipo de negocio puede o

no obtener beneficios, pero como cualquier otro negocio, no debe incurrir en pérdidas con el fin de ser capaz de sostenerse a sí mismo.

De otro lado, la sociedad ha llevado al establecimiento de roles de género apropiados debido a la herencia cultural, los cuales se evidencian y apropian en las personas desde sus primeros años de vida. El desarrollo de la vida moderna ha generado cambios y ha tendido a igualar las cargas para ambos géneros, sin embargo cada región cultural tiene procesos de cambio diferentes en términos de velocidad de transformación y apropiación del nuevo paradigma.

De acuerdo a diferentes postulados ha existido una carga histórica de la mujer como género subordinado, y valorizado principalmente por su capacidad de procreación y mantenimiento físico del hogar. Sin embargo, las mujeres han ganado espacios a partir del reconocimiento de las labores maternas como base de diferentes roles de la sociedad, reforzando el valor como género.

Empoderar y desarrollar las habilidades de las mujeres en actividades productivas sostenibles y de alta competitividad repercute en la construcción del tejido social y de una sociedad incluyente, generando escenarios para el fortalecimiento social y productivo a través de una transformación integral desde el ámbito cultural, personal, ideológico, comportamental, y ético, por lo cual se plantea la construcción de proyecto de vida y el fortalecimiento de unidades productivas de 60 asociaciones de mujeres en estado de vulnerabilidad en el municipio de Ibagué.

El plan de desarrollo de Ibagué camino a la seguridad humana (2012-2015) establece en el artículo 64 del capítulo 1 los criterios transversales a la seguridad humana establecidos a través de la expedición acuerdo 038 del 2008 del consejo municipal de Ibagué que muestra el diagnóstico de la situación de la mujer en Ibagué e identifica sus problemas enfatizando en la necesidad de ofertar programas orientados a la protección contra la violencia y agresiones, participación política, empoderamiento, empleo y desarrollo empresarial dirigidos a la mujer en estado de vulnerabilidad, fundamentado en los conceptos de equidad, igualdad, participación y respeto a los derechos de las mujeres.

Ante el reto que enfrenta el Departamento del Tolima y la ciudad de Ibagué de generar mayor desarrollo económico y competitividad, con mejor calidad de vida para la población y disminución de los altos niveles de desempleo, unido a la dinámica del mercado global, que exige mayor productividad y competitividad de las empresas, es urgente entregar herramientas que permitan desarrollar y mejorar la gestión empresarial de la mujer, haciéndola efectiva, eficiente y eficaz y a tono con el comportamiento de sus similares en el contexto nacional e internacional.

El programa de fortalecimiento socio económico de asociaciones de mujeres en estado de pobreza y vulnerabilidad del municipio de Ibagué, busca la inclusión social de poblaciones con riesgo de vulnerabilidad y en especial al trabajo de género mediante la inclusión de la mujer en diferentes escenarios, por ello el proyecto se orienta en primer lugar al empoderamiento de la mujer y al fortalecimiento del tejido social, y en segundo lugar al

logro de la autonomía de la mujer y sus asociaciones de mujeres mediante el desarrollo empresarial.

Metodología

La presente investigación se enmarca dentro de la estrategia de investigaciones sociales participativas, las cuales se caracterizan por involucrar a las comunidades estudiadas de forma activa en el proceso investigativo promoviendo la participación, la búsqueda de soluciones y la reflexión comunitaria de los problemas, identificando causas y destacando las potencialidades comunitarias para resolverlos.

Esta investigación fue de enfoque cualitativo porque permitió conocer información relacionada con las lideresas de las diferentes comunas de la ciudad de Ibagué Colombia y el proceso de conformación de las organizaciones de mujeres, y cuantitativo por cuanto permitió caracterizar las variables de la vocación empresarial y preferencia de actividad económica desarrollada por las mujeres, la disposición de recursos para los negocios y el compromiso con el mejoramiento de su calidad de vida, entre otras, con alcance exploratorio por cuanto existe escasa información sobre el desarrollo de negocios sociales por parte de las asociaciones de mujeres de Ibagué Colombia.

La investigación se torna descriptiva por cuanto el resultado del estudio hace descripciones del comportamiento de las variables: vocación y experiencia empresarial, niveles de organización empresarial, mejoras empresariales al estar asociadas, los sueños de las mujeres participantes, características de las unidades productivas, procesos de conformación de las asociaciones y de los productos o servicios desarrollados

Se define discrecionalmente la población objeto de estudio con las 60 asociaciones de mujeres de Ibagué, participantes en el programa de fortalecimiento socio económico de mujeres de Ibagué, programa FEMI. Se utiliza como técnica la entrevista y se complementa con una encuesta estructurada de cinco preguntas, con variables de tipo categórico.

Para el desarrollo del programa de fortalecimiento socio económico de asociaciones de mujeres en estado de pobreza y vulnerabilidad, se utiliza la guía metodológica diseñada por Borrero, C., Buitrago, A., Valencia, P., (2013) para la implementación de negocios, la cual parte del empoderamiento de la mujer como ser integral en su contribución al desarrollo, generación de competencias empresariales y la construcción del proyecto de vida familiar y empresarial como insumo base en el establecimiento de negocios sociales.

El programa de fortalecimiento socio económico de las asociaciones de mujeres, se desarrolla en 7 etapas:

1.

ensibilización hacia el emprendimiento social, innovación y asociatividad. Ésta primera etapa dirigida a las beneficiarias del programa tiene como objetivo generar

S

- | | |
|---|---|
| espacios de auto- reconocimiento para la identificación del proyecto de vida de las mujeres y sus familiares. | |
| 2. aracterización de la vocación y experiencias empresariales así como la disposición de recursos humanos, técnicos y financieros para el desarrollo de las unidades productivas. Esta etapa tiene como eje principal la exploración de las competencias de las beneficiarias para fortalecer el desempeño de roles en los diferentes escenarios de la sociedad, incluyendo el empresarial. | C |
| 3. iseño de las unidades productivas desde el área comercial, organizacional y finanzas con el apoyo de herramientas de fácil manejo y comprensión, lo cual se encuentra correlacionado con las competencias de las beneficiarias y la demanda del mercado. | D |
| 4. uesta en marcha de las unidades productivas. En esta etapa se acompaña y brinda asistencia técnica a las beneficiarias del programa para verificar que el desarrollo de los negocios se haga de acuerdo a lo proyectado en la fase de diseño. | P |
| 5. eguimientos al desarrollo de las unidades productivas. Medición de los avances de cada unidad productiva con base en los indicadores establecidos previamente. | S |
| 6. stablecimiento de redes empresariales de las asociaciones de mujeres. Dado el tamaño de las unidades productivas, es necesario establecer redes empresariales para mejorar su posición en el mercado. | E |

El programa se desarrolla con el apoyo de consultores expertos en las temáticas seleccionadas para la intervención, y en asistencia técnica de emprendimiento y fortalecimiento empresarial. La guía en mención brinda a los consultores del programa, orientaciones y herramientas coherentes con el entorno regional, para asesorar y brindar asistencia técnica a asociaciones de mujeres en estado de pobreza y vulnerabilidad, en la búsqueda de construcción o reconstrucción de tejido social e implementación de unidades productivas con potencial de desarrollo competitivo y alineado con el proyecto de vida de cada mujer y su familia.

Resultados

Se intervinieron en total 60 Asociaciones de Mujeres de Ibagué Colombia que se han agrupado por diversas razones: por necesidad de supervivencia, por pertenecer a un grupo para ser reconocidas, por tener representación ante diferentes entes gubernamentales, para lograr apoyos económicos y de capacitación de diversas instituciones, las cuales agrupan alrededor de 350 mujeres de Ibagué en estado de pobreza y vulnerabilidad.

En la definición del proyecto de vida de las mujeres pertenecientes a las 60 asociaciones de mujeres participantes en el programa enfocado al mejoramiento de su calidad de vida, para lo cual se realiza la convocatoria a 100 asociaciones de mujeres del municipio de

Ibagué, habiendo respondido 70 asociaciones a esta convocatoria; después de participar en el proceso de sensibilización del programa y haber comprendido su alcance, la disposición de tiempo para recibir la asistencia técnica, la implicación que tiene en su proyecto de vida, las mujeres se reúnen con las demás integrantes de cada asociación para dar a conocer el programa y obtener el aval y compromisos de las mujeres; 60 de estas asociaciones asumen el reto de participar en el programa, para lo cual diligencian una ficha de inscripción y firman el acta de compromiso.

Para visualizar en el corto, mediano y largo plazo el crecimiento de la unidad productiva que es diseñada y apoyada mediante esta intervención, así como el mejoramiento de las condiciones de vida personal y familiar, se realiza el ejercicio de identificación de los sueños y proyectos que aspiran a generar las mujeres de las asociaciones a través de los logros y crecimiento de sus unidades productivas, el cual es plasmado en el mapa de sueños de cada una de las mujeres participantes y les servirá de guía y de motivación para no desfallecer en el desarrollo de las actividades relacionadas con su empresa.

En el estudio se encontró que el 32% de las asociaciones de mujeres se dedican a desarrollar actividades económicas relacionadas con la producción y venta de alimentos. Otro 32% se dedica a la confección de prendas. El 22% desarrolla actividades de comercio, el 13 % se dedican a actividades económicas rurales.

Se identificaron 19 unidades de negocio que desarrollan actividades del sector de alimentos entre los que se destacan las panaderías y restaurantes cada uno con 4 unidades productivas; comida típica tamales con 3 unidades productivas; pulpas de fruta y lácteos cada una con 2 unidades productivas; y con 1 unidad productiva dedicada a la venta de alimentos carne de cerdo, arepas, quesadillas y tortas; 19 unidades dedicadas a la confección donde sobresalen 6 unidades productivas dedicadas a la muñequería y lencería, 4 unidades productivas con ropa en general, con 3 unidades productivas de bolsos, 2 unidades productivas dedicadas a la producción de uniformes y con 1 unidad productiva dedicada a la fabricación de buzos polo, camisas, blusas y trajes de novia; del sector comercio se identifican 14 unidades productivas; 4 dedicadas a la producción artesanal y accesorios, 3 dedicadas a la producción de productos de aseo y con 1 dedicada a producir artículos religiosos, calzado, sombreros de palma real; del sector agropecuario se identificaron 8 unidades productivas destacándose 2 unidades productivas dedicadas a la producción de café, pollos de engorde y huevos criollos y 1 unidad productiva dedicada a la producción de banano y aloe vera; y finalmente 1 unidad productiva en el área de servicios con organización de eventos.

Para potenciar las competencias de las asociaciones de mujeres en su contribución al desarrollo regional, se realiza la caracterización de las asociaciones de mujeres mediante la cual se identificó la vocación y experiencia empresarial, el número de mujeres beneficiarias, sus habilidades y destrezas, así como los recursos disponibles para el desarrollo de la unidad productiva y finalmente la identificación del perfil empresarial:

El total de mujeres beneficiadas con el programa FEMI corresponde a 341, siendo de mayor preferencia con el 31% la participación de 5 personas en la asociación; 20% con 3 asociaciones; 18% con 6 asociaciones; 13% con 4 asociaciones; 9% con 10 asociaciones;

3% con 8 asociaciones y 2% con 9 integrantes, otro 2% con 15 integrantes en la asociación y otro 2% con 20 integrantes en la asociación.

En las habilidades y destrezas se destaca entre las asociaciones su conocimiento y experiencia en cada una de las actividades inherentes al desarrollo de las unidades productivas, la mayoría de ellas posee un alto sentido de pertenencia, solidaridad, trabajo en equipo, compañerismo, unión y deseos de superación para el logro de las metas proyectadas. Debe destacarse como eje principal el mejoramiento de calidad de vida de cada una de sus familias.

En relación con los recursos disponibles se encontró que el 100% de las asociaciones cuentan con diversos recursos para su unidad productiva; aclarando que 63% de las unidades productivas cuentan con infraestructura propia para el desarrollo de la actividad con la salvedad que estos espacios están ubicados dentro del área social de sus viviendas; el restante 37% de las unidades productivas pagan alquiler por el área donde desarrolla las actividades.

En capital humano cada una de las participantes de las unidades productiva aportan su conocimiento, experiencia, habilidades, tiempo y en la mayoría de los casos la maquinaria e insumos básicos que requieren. Con respecto al Recurso financiero es muy limitado por estar sujeto a la comercialización de sus productos.

Después de analizar el perfil empresarial del total de las mujeres participantes en el proyecto FEMI se resalta un aspecto muy positivo y es que el 56% de las asociaciones de mujeres se caracterizan por aceptar los retos y asumirlos con responsabilidad, saben lo que quieren y trabajan duro para obtenerlos, están listas para iniciar el desarrollo de actividades conducentes al éxito; el 28% de las asociaciones reflejan su afinidad para desarrollar actividades empresariales, sin embargo, existe la posibilidad de que la idea no esté suficientemente estructurada lo que les genera temor a asumir retos y dan mucho valor a la necesidad de dedicar más tiempo a lo importante que a lo urgente, y finalmente con un porcentaje muy bajo del 16% muestran la necesidad de generar confianza en sí mismas, fortalecer sus capacidades en emprendimiento para potenciar labores en áreas específicas sin descuidar la labor administrativa y la actitud visionaria.

Una vez efectuado el estudio ontológico de las mujeres que participan del programa FEMI y de identificar sus valores, su capacidad, experiencia y vocación empresarial, se inicia el proceso de diseño de cada unidad productiva para lo cual se elabora el plan de empresa que abarca tres áreas fundamentales:

1. Organización de la empresa en la cual se elabora el direccionamiento estratégico mediante la definición de la misión, visión, objetivos, principios y valores. Se efectúa el diseño de la planta para operar la empresa, se elaboran los reglamentos requeridos para el funcionamiento de la empresa, se brinda la capacitación para el manejo y contratación del personal, se identifican los recursos disponibles y requeridos, los aliados claves de la asociación y las actividades prioritarias que deben desarrollar.

2. Desde el área de mercadeo se define el producto o servicio que se va a ofertar, se identifican los clientes, la forma de relacionamiento y los canales a utilizar.

3. Desde el área de finanzas se establece la inversión actual y la requerida para operar, se identifican los costos de materias primas, mano de obra y demás costos requeridos para el producto o servicio; se calcula el margen de contribución, el punto de equilibrio, la estructura de costos y el monto de las utilidades que va a generar el negocio.

Con las unidades productivas diseñadas y plasmadas en un plan de acción con indicadores de gestión y todas y cada una de las actividades que deben desarrollar desde las tres áreas funcionales mencionadas, se coloca en marcha cada una de esas unidades productivas, para lo cual se dispone del apoyo del estado mediante el suministro de maquinaria y equipo y materias primas requeridas para el desarrollo del negocio.

Sumados los recursos disponibles de cada asociación a los recibidos del estado y del acompañamiento técnico de la Universidad, las unidades productivas de las asociaciones de mujeres de Ibagué, inician la gestión de sus negocios, los cuales ayudarán a la mayoría sino a salir de la pobreza en un cien por ciento, si a mitigar esa condición, logrando a mejorar la calidad de vida de estas mujeres y de sus familias.

Conclusiones

Se considera de vital importancia la alianza público privada para apoyar a las mujeres en estado de pobreza y vulnerabilidad, tal como se ha dado en este caso que se han unido la Alcaldía de Ibagué y la Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué, para desarrollar en una alianza interinstitucional, el fortalecimiento socio económico de 60 asociaciones, quienes vincular a su proyecto productivo 324 mujeres.

También se evidencia el gran compromiso e interés de las mujeres que hacen parte de estas asociaciones, por mejorar su calidad de vida, la de sus familias y la de otras mujeres, por lo que es aconsejable continuar desarrollando este programa a otras comunidades que se encuentran en estado de pobreza y vulnerabilidad.

La gran mayoría de las unidades productivas diseñadas y puesta en marcha bajo este programa de intervención, brindan por ahora soluciones de supervivencia; se considera importante promover la asociatividad entre las asociaciones que desarrollan actividades similares, con el fin de generar volúmenes de producción significativos para poder llegar a mercados muy organizados que exigen de sus proveedores calidad, cumplimiento y stocks importantes para aprovisionamientos permanentes. En este sentido también se debe propender por vincular grandes empresas e hipermercados para con base en sus necesidades, inducir la producción de las asociaciones, asegurando de esta manera un mercado creciente y competitivo.

Para dar mayor cobertura a la población en estado de pobreza y vulnerabilidad es posible considerar el apoyo económico que brindan diversas organizaciones nacionales e internacionales, interesadas en contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, lo cual generalmente es una actividad que tienen ligada las organizaciones a la gestión de responsabilidad social de cada una de las empresas.

También es importante estudiar las diferentes fuentes de financiamiento y de cofinanciación de diversas organizaciones públicas y privadas, nacionales e internacionales que pudieran facilitar la implementación de negocios sociales para mejorar la calidad de vida de población en estado de pobreza y vulnerabilidad de Ibagué Colombia y otras regiones que también lo necesiten.

Referencias

Borrero, C., Buitrago, A., Valencia, P., (2013). Guía metodológica para el emprendimiento social de mujeres en estado de pobreza y vulnerabilidad. En edición Corporación de apoyo y desarrollo social Corsocial ONG.

Calderón, M. L. (2001). Los microcréditos: un nuevo instrumento de financiación para luchar contra la pobreza. *Revista de economía mundial*, (5), 121-138.

Departamento nacional de Estadística (DANE). 2015

Duque, E. (2007). La empresa social y su responsabilidad social. *Revista Innovar*, 17(30).

Fisac, R., et al. "La empresa social: revisión de conceptos y modelo para el análisis organizativo." *Revista Española del Tercer Sector* (2011): 41-66.

Fisac, R., de Carvalho Ferreira, N. A., Romero, A. M., Mateos, J. M., & Lezama, A. G. R. (2012). Iniciativas emprendedoras de lucha contra problemas sociales: distintas aproximaciones geográficas. In *XVI Congreso de Ingeniería de Organización*: Vigo, 18 a 20 de julio de 2012 (pp. 1065-1072).

Galiana, E. I., & Sastre, J. M. (2014). Reflexiones sobre la globalización, pobreza y desarrollo: incidencia en las organizaciones de economía social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 116, 160-179.

Género y emprendimiento. Guía de formación de mujeres empresas. San José Costa Rica. 2011.

Marbán Flores, R. (2007). Origen, caracterización y evolución del sistema de microcréditos desarrollado por el Grameen Bank en Bangladesh.

Marín, A., & Rivera, I. (2014). Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica. *Acta Universitaria*, 24.

Organización internacional del trabajo OIT. Consultado el 13 de julio de 2014 en www.oit.org.cr

Plan de desarrollo del municipio de Ibagué 2012-2015: Camino a la seguridad humana.

Romero-Picón, Y. (2013). Jefaturas femeninas: una aproximación a la feminización de la pobreza y de la responsabilidad en familias desplazadas por la violencia. *Tabula Rasa*, (18), 255-264.

Salinas, L. P. Análisis y comparación de modelos de negocio sociales.

Yunus, M. (2006). El banquero de los pobres. Los microcréditos y la batalla contra la pobreza. Barcelona: Paidós.