

**Reacción a resultados preliminares
del Censo Económico Nacional Urbano, CENU, 2026**

Mayoría en los negocios, minoría en los ingresos: la paradoja de las mujeres microempresarias en Colombia

Unidad de Analítica - Fundación WWB Colombia

Mayoría en los negocios, minoría en los ingresos: la paradoja de las mujeres microempresarias en Colombia

El tejido empresarial en las zonas urbanas del país se sostiene, en gran medida, sobre los hombros de las mujeres. Sin embargo, detrás de buena parte de esos negocios se esconde una realidad económica mucho más compleja y precaria: el rebusque como mecanismo de supervivencia.

Recientemente, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, ha venido socializando los resultados del Censo Económico Nacional Urbano (CENU). Uno de los datos que ocupó los titulares en los medios del país es que, por primera vez en un retrato amplio de la economía urbana, las mujeres son mayoría entre quienes sostienen los negocios de las ciudades colombianas.

Pero mientras se publican los microdatos y se amplía la información de este censo, vale la pena analizar a profundidad las condiciones de esta participación mediante otras fuentes disponibles como la Encuesta de Micronegocios (EMICRON) y la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) que revelan una brecha clara: al comparar micronegocios liderados por mujeres frente a los de hombres, ellas enfrentan menores ingresos, mayor informalidad y una carga de cuidado no remunerado que actúa como un techo invisible para su crecimiento.

Sin embargo, esta reflexión no busca reducir el emprendimiento femenino a una historia de precariedad, ni supone que los micronegocios estén condenados a permanecer en la subsistencia. La evidencia internacional muestra que muchos emprendimientos nacen como respuesta a restricciones económicas y laborales, pero se convierten en vehículos de movilidad social cuando existen condiciones adecuadas de financiamiento, productividad, formalización y acceso a mercados. La cuestión de fondo radica en analizar por qué emprenden las mujeres y qué tan posible es que esos negocios evolucionen hacia formas más sólidas de autonomía económica. En otras palabras, se trata de determinar si el emprendimiento femenino puede consolidarse como una vía efectiva para cerrar brechas económicas o si, por el contrario, continúa siendo una respuesta obligada ante la falta de alternativas.



La fotografía desigual del mapa económico

El liderazgo de los micronegocios en Colombia

Los micronegocios son una pieza fundamental del mercado laboral colombiano. En 2024, la Encuesta EMICRON registró cerca de 5,3 millones de estas unidades económicas en el país. Pero detrás de esa cifra persisten las mismas brechas de género que atraviesan buena parte de la economía: el 65 % de las personas propietarias son hombres (3,4 millones), mientras que las mujeres representan apenas el 35 % (1,9 millones).

La importancia de estos negocios va mucho más allá de quienes los dirigen. Las personas propietarias y sus colaboradores representan cerca de un tercio de la población ocupada del país, lo que convierte su desempeño en un factor clave para el bienestar económico de millones de personas.

Comprender la situación de estos negocios es fundamental para entender una parte importante de la economía colombiana. Las brechas que enfrentan las mujeres propietarias condicionan sus oportunidades de generar ingresos y de hacer crecer sus negocios. También afectan a millones de personas que dependen de ellos para su sustento. Entre propietarios y propietarias, colaboradores y los hogares vinculados a estas actividades, cerca de 20 millones de personas encuentran en los micronegocios una fuente de ingresos. Por eso, cerrar las brechas que limitan el desarrollo de los negocios liderados por mujeres, más que una apuesta por la igualdad, es una condición necesaria para ampliar las oportunidades de bienestar y progreso en el país.



¿Por qué se emprende?

Emprender por necesidad

Es común asociar el emprendimiento con la innovación, la autonomía y la capacidad de identificar oportunidades de negocio para convertirlas en proyectos sostenibles. Sin embargo, los datos muestran que una parte importante de los micronegocios surge como respuesta a la necesidad económica, más que a la búsqueda de una oportunidad de mercado.

La razón más frecuente para iniciar un negocio fue no contar con otra alternativa de ingresos. Una de cada tres personas emprendedoras señaló esta circunstancia como el principal detonante para emprender.



Hallazgo clave

Las mujeres reportan tres veces más que los hombres el motivo de "complementar el ingreso familiar" para iniciar su negocio.

Al sumar las dos principales motivaciones asociadas a la subsistencia —"no tener otra alternativa de ingresos" y "complementar el ingreso familiar"—, el 47,9 % de las mujeres propietarias emprendieron por razones vinculadas a la supervivencia económica del hogar, frente al 42,7 % de los hombres.

Si bien la diferencia no es abismal, la composición de esas motivaciones sí revela contrastes importantes. Mientras los hombres se inclinan más por emprender ante la ausencia de opciones laborales, las mujeres lo hacen con mayor frecuencia por el deseo de sostener la economía doméstica desde un rol complementario.

47,9%

de las mujeres emprendieron por razones de subsistencia
(vs. 42,7% de los hombres)

3^x

más mujeres que hombres reportaron "complementar el ingreso familiar"

32%

emprendieron por oportunidad de negocio (mujeres)

Aunque también existe un componente relevante de emprendimiento por oportunidad, el peso del emprendimiento asociado a subsistencia sigue siendo enorme. La encuesta sugiere que, para muchas mujeres, el negocio propio surge como respuesta a la exclusión laboral, la inestabilidad económica o las dificultades para acceder a empleos formales compatibles con las responsabilidades de cuidado.

Para muchas mujeres, encontrar un empleo de calidad sigue siendo más difícil que inventarse uno. En muchos casos, este último se trata de una estrategia de rebusque (o de subsistencia).

Reducir estos negocios a la categoría de "emprendimientos por necesidad" también puede resultar insuficiente. Investigaciones previas de la Fundación WWB Colombia sobre emprendimientos en contextos vulnerables han mostrado que las trayectorias empresariales están determinadas por una combinación de factores económicos, familiares y territoriales que desbordan la clásica división entre emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad.

Pero el hecho de que estos negocios nazcan de la necesidad no implica que carezcan de potencial. La pregunta relevante es cuántos logran superar esa etapa inicial de supervivencia y convertirse en una fuente estable de ingresos, crecimiento y autonomía económica para sus propietarias.



Distribución sectorial

Las mujeres emprenden donde los ingresos son más bajos

Las mujeres no participan de forma homogénea en la estructura productiva. Su presencia se concentra especialmente en actividades de comercio y servicios personales; sectores caracterizados por operar con menores niveles de capital, márgenes de ganancia más estrechos y altos niveles de informalidad.

Solo en actividades de servicios, las mujeres lideran cerca de 810.000 micronegocios. En comercio, otras 602.000 unidades económicas están bajo su dirección. En conjunto, estos dos sectores concentran el 75,3 % de todas las unidades productivas lideradas por mujeres.

Los hombres, por su parte, tienen una mayor participación en actividades con niveles más altos de productividad y valor agregado, como las relacionadas con tecnologías de la información, actividades inmobiliarias y otros sectores empresariales.

Esta distribución sectorial no es un dato menor. El sector en el que opera un negocio influye directamente en sus posibilidades de generar ingresos, crecer y acumular capital.

Los datos muestran que, incluso cuando participan de manera significativa en determinados sectores, los ingresos de los negocios liderados por mujeres suelen ser inferiores a los de los hombres. En manufactura, por ejemplo, las mujeres están al frente del 50,3 % de los micronegocios. Sin embargo, los liderados por hombres generan en promedio \$1,2 millones de pesos mensuales en ventas, mientras que los liderados por mujeres alcanzan apenas \$536.000.

Distribución por sector - presencia de mujeres (% del total del sector)

Alojamiento y restaurantes 72,7% mujeres



Ingreso prom.: ● Mujeres: \$764.647 ● Hombres: \$1.570.531

Salud y asistencia social 69,4% mujeres



Ingreso prom.: ● Mujeres: \$1.582.678 ● Hombres: \$3.513.826

Educación 60,6% mujeres



Ingreso prom.: ● Mujeres: \$902.976 ● Hombres: \$1.143.078

Manufactura 50,3% mujeres



Ingreso prom.: ● Mujeres: \$536.963 ● Hombres: \$1.257.493

Comercio 47,9% mujeres



Ingreso prom.: ● Mujeres: \$793.267 ● Hombres: \$1.551.543

TICs 18,4% mujeres



Ingreso prom.: ● Mujeres: \$1.695.763 ● Hombres: \$2.057.131

Transporte 3,2% mujeres



Ingreso prom.: ● Mujeres: \$1.817.835 ● Hombres: \$1.145.718

Construcción 0,2% mujeres



Ingreso prom.: ● Mujeres: \$1.871.860 ● Hombres: \$1.239.472

La brecha se repite prácticamente en todas las actividades económicas analizadas. Una de las diferencias más llamativas aparece en el sector de salud y asistencia social, donde las mujeres representan el 69,4 % de las personas propietarias. Aun así, los hombres reportan ingresos promedio superiores a \$3,5 millones de pesos mensuales, mientras que las mujeres registran alrededor de \$1,6 millones.



Incluso donde las mujeres participan más, ganan menos.

La desigualdad, por tanto, no se explica únicamente por la participación de las mujeres en sectores menos rentables. También persiste dentro de las propias actividades económicas donde tienen una presencia predominante.

La brecha va más allá de los sectores económicos

Las diferencias observadas entre sectores económicos también se reflejan en el conjunto de los micronegocios. La mediana de ingresos mensuales de los negocios liderados por mujeres fue de \$450.000 en 2024, equivalente al 34,6 % del salario mínimo vigente. Entre los hombres, la mediana alcanzó los \$820.000, es decir, el 63,1 % del salario mínimo.

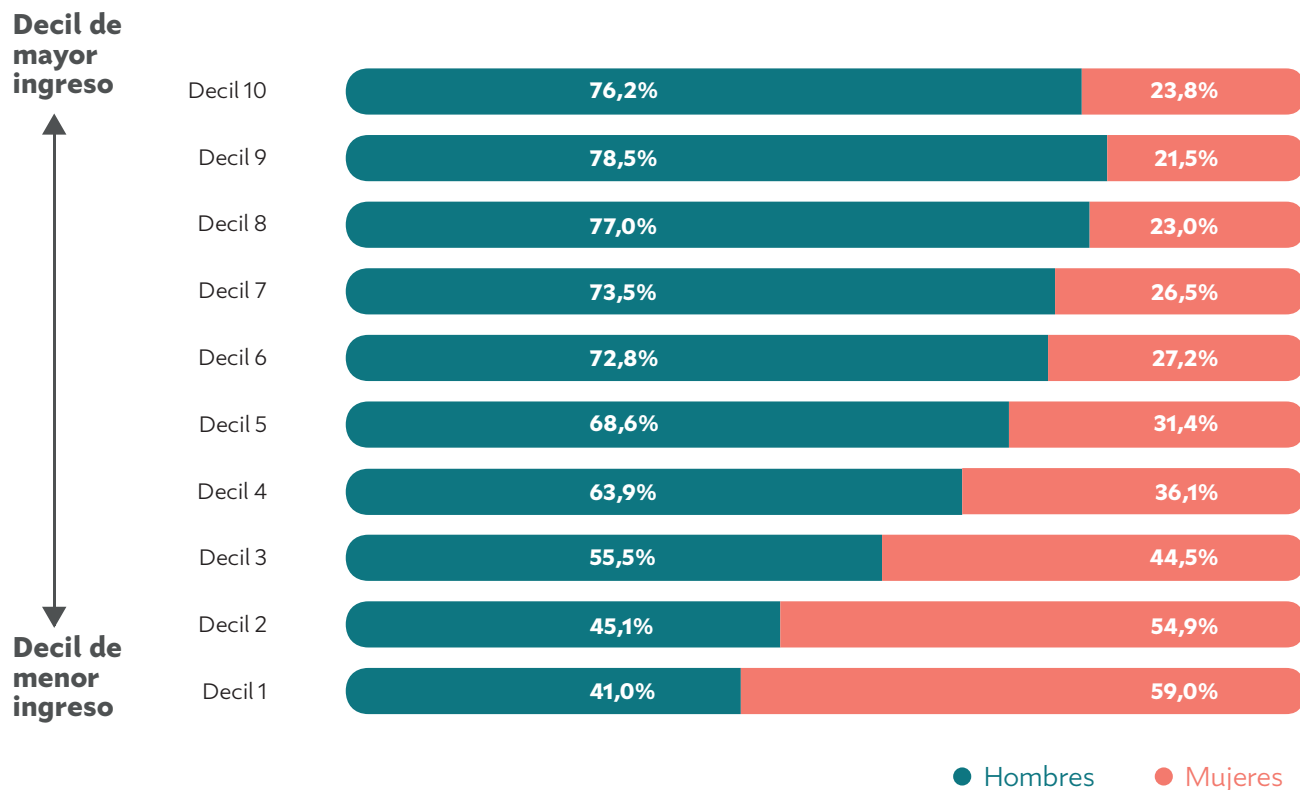
La brecha no solo se observa en el ingreso típico de los negocios. También aparece al analizar cuánto les queda a las personas propietarias de sus micronegocios. Para ello, los negocios se ordenan en diez grupos del mismo tamaño, desde aquellos con menores ingresos hasta los de mayores ingresos. Bajo esta mirada, las mujeres aparecen sobrerrepresentadas en los segmentos bajos y medios de la distribución, mientras que los hombres concentran una mayor proporción de los negocios ubicados en el grupo de mayores ingresos.

La diferencia está especialmente marcada en el decil superior, es decir, en el 10 % de los micronegocios con mayores ingresos. Allí se encuentran cerca de 379.000 liderados por hombres, frente a 118.000 liderados por mujeres. En otras palabras, los hombres prácticamente triplican a las mujeres en el segmento empresarial de mayores ingresos.

El resultado es una estructura empresarial en la que las mujeres participan activamente, pero enfrentan mayores dificultades para llegar a los niveles más altos de generación de ingresos. Aunque representan más de un tercio de las personas propietarias de micronegocios del país, su presencia disminuye a medida que aumenta el nivel de ingresos de los negocios.

Las brechas, por tanto, no se limitan a los sectores en los que emprenden las mujeres. También atraviesan toda la distribución de ingresos de los micronegocios, lo que sugiere que las barreras para consolidar negocios más rentables son persistentes y estructurales.

Posición en la distribución de ingresos – proporción por sexo en cada decil



Mientras los hombres alcanzan medianas cercanas a \$4 millones en activos, las mujeres se ubican alrededor de los \$2 millones. La diferencia también aparece en los tramos altos: el 10% de los negocios masculinos supera activos por \$50 millones, mientras que en los negocios femeninos de este mismo rango apenas superan los \$15 millones.



Informalidad y acceso financiero

La informalidad como punto de partida y como techo

La precariedad también se expresa en la posibilidad de operar el negocio en la formalidad. El 88,9% de los micronegocios liderados por mujeres no cuenta con Registro Mercantil, además, el 78,0% de las mujeres no tiene RUT. Más revelador aún es quién lleva registros contables: el 63,0% de las mujeres propietarias no lleva ningún tipo de registro, ni siquiera una libreta o cuaderno.

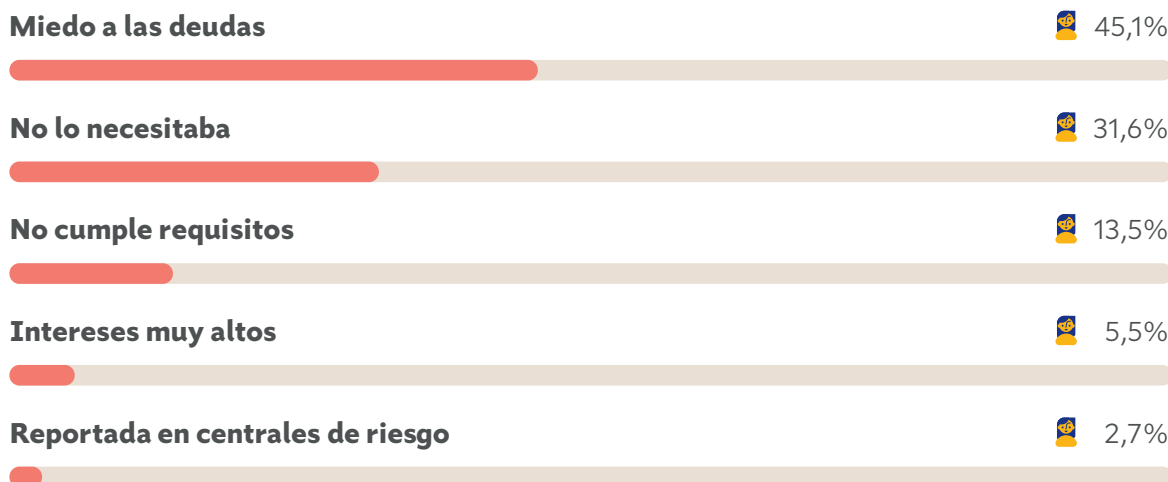
La informalidad limita el acceso al crédito e incluso lo hace más costoso, la posibilidad de crecimiento y la inserción en cadenas productivas más rentables. Sin registros, el negocio es invisible para el sistema financiero formal, no puede demostrar ingresos, no puede construir historial crediticio, y por ende, no puede escalar.

El muro del crédito

Durante el último año, solo 236.000 mujeres propietarias solicitaron algún crédito para su negocio. Es decir, el 86,1% no acudió al sistema de financiamiento.

La razón principal no es la exclusión directa del sistema, el 45,1% de las mujeres que no solicitaron crédito afirmó que no le gusta adquirir deudas. Otro 31,6% dijo que no lo necesitaba. Solo el 13,5% reconoció no cumplir los requisitos. Para una mujer cuyo negocio deja menos de medio salario mínimo al mes, endeudarse muchas veces parece un riesgo demasiado grande.

¿Por qué no solicitaron crédito? - mujeres propietarias



Entre las 236.000 mujeres que sí solicitaron crédito, la distribución es preocupante:

60,1% accedió a través de **instituciones financieras formales**.

20,9% recurrió al préstamo **gota a gota**, es decir, 1 de cada 5 mujeres que obtuvieron financiamiento. Una modalidad informal de tasas de interés extralegal que puede superar el 100% anual y que está asociada en Colombia con presión, acoso y ciclos de endeudamiento imposibles de romper.

19,0% utilizó **otras formas de financiamiento**. Incluye crédito de proveedores, casas de empeño, entidades microcrediticias (ONG) y préstamos de familiares o amigos.

Un ahorro sin futuro

El panorama del ahorro también revela fragilidad estructural. Solo el 18,1% de las mujeres propietarias ahorró dinero de su negocio durante el último año, pero la forma en la que lo hicieron sigue siendo informal: el 62,3% lo hacen en su propia vivienda, guardando el efectivo en casa. Apenas el 31,3% lo hace a través de una institución financiera.

Ahorrar en casa no construye historial financiero, no genera intereses ni sirve como garantía o aval ante un banco. El ahorro en efectivo es un colchón de emergencia, pero no una palanca de acumulación. Y sin acumulación, el círculo se cierra.





Espacio y movilidad

La casa como negocio, el hogar como única opción

Uno de los datos más reveladores de la EMICRON es el lugar desde donde operan los micronegocios. El 54,3% de los que son liderados por mujeres funciona desde la propia vivienda, en contraste con el 17,5% de los negocios liderados por hombres, quienes tienen una presencia mucho mayor en locales comerciales (12,8%), vehículos (17,0%), obras de construcción (3,3%) y actividades móviles.

En otras palabras, para muchas mujeres el espacio doméstico también funciona como espacio productivo. La imagen es potente porque detrás de esos negocios hay una realidad: cocinar, vender, cuidar y producir suelen ocurrir en el mismo lugar y al mismo tiempo.

Este patrón no es menor; operar desde la vivienda tiene consecuencias directas sobre el negocio, pueden tener menores costos de entrada, sí, pero también menor visibilidad, posibilidad de crecer, probabilidad de formalización, y capacidad de separar las finanzas del hogar de las del negocio.

Ubicación del negocio por sexo

Desde la vivienda - Mujeres

 54,3%

Desde la vivienda - Hombres

 17,5%



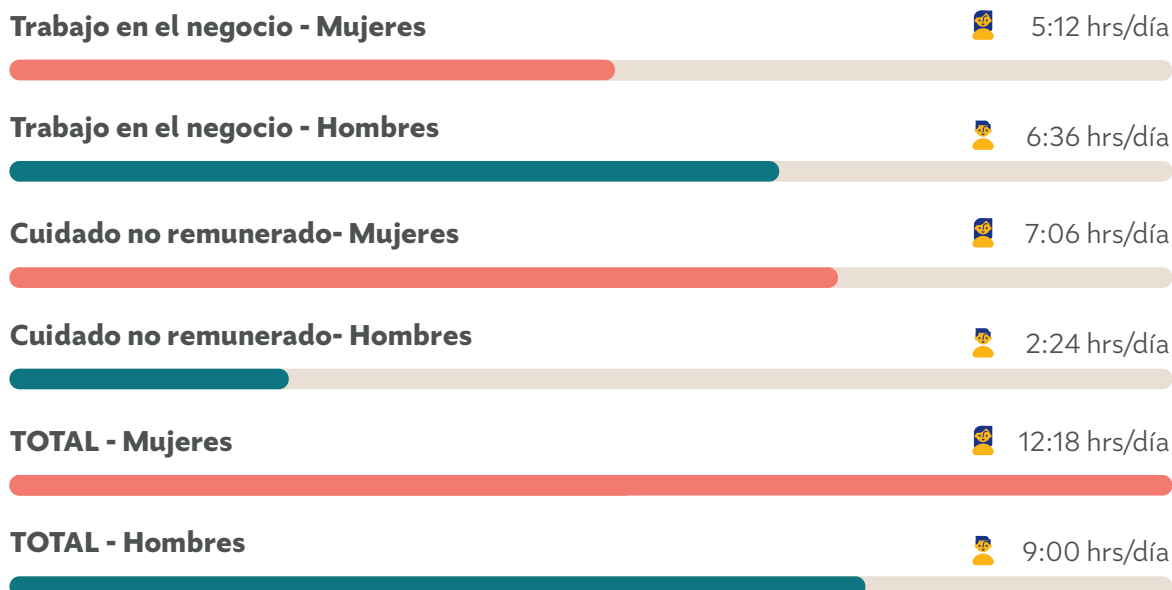
El trabajo que no se ve

La doble jornada: 12 horas y 18 minutos de trabajo diario

Las desigualdades que enfrentan las mujeres propietarias se expresan en los ingresos o en las oportunidades de crecimiento, pero también están marcadas por una distribución profundamente desigual del trabajo de cuidado. Los datos de la GEIH, articulados con la EMICRON, muestran que ellas dedican en promedio 7,6 horas diarias al trabajo de cuidado no remunerado (labores del hogar y la familia), mientras que los hombres propietarios destinan apenas 2,24 horas: menos de una tercera parte.

A esto se suma que mientras ellos trabajan en promedio 46 horas semanales en su actividad económica (6,36 horas diarias), ellas dedican 36,4 horas (5,12 horas al día).

Carga de trabajo total diaria (horas promedio)



Las propietarias de micronegocios trabajan en promedio **12,18 horas diarias**, sumando las horas de negocio y las de cuidado no remunerado. En contraste, los hombres trabajan 9 horas al día. En otras palabras, **las mujeres trabajan un 37,6% más**, pero solo una parte de ese esfuerzo se traduce en ingresos y es reconocido como trabajo productivo.

Las condiciones del hogar ayudan a explicar esa sobrecarga. El 50,7% de las mujeres propietarias vive con al menos un menor de 14 años, frente al 43,7% de los hombres. El 21,7% convive con al menos un menor de 5 años y el 33,2% comparte su hogar con al menos una persona mayor de 60 años.

Para muchas mujeres, la vivienda es, al mismo tiempo, el lugar donde funciona el negocio y donde transcurre buena parte de la vida doméstica. Allí se trabaja, se cocina, se cuida, se acompaña a los hijos en sus actividades escolares y se atiende a las personas mayores. Esa superposición de responsabilidades convierte el hogar en un espacio donde las fronteras entre el trabajo remunerado y el no remunerado prácticamente desaparecen.

La triple presencia —productiva, reproductiva y doméstica— es la realidad cotidiana de miles de mujeres en Colombia y uno de los principales factores que limita el crecimiento de sus negocios.

El principal activo que les falta a muchas mujeres no siempre es el capital. Es el tiempo.



Las condiciones del hogar

Ser jefa de hogar con un micronegocio no protege de la pobreza

En el conjunto de las personas propietarias de micronegocios, la incidencia de la pobreza monetaria es prácticamente la misma entre mujeres (31,9 %) y hombres (31,8 %). A primera vista, podría pensarse que el género no marca diferencias. Sin embargo, al incorporar la jefatura del hogar, esa aparente igualdad desaparece.

El 35,4 % de las mujeres que son jefas de hogar y propietarias de un micronegocio vive en condición de pobreza monetaria, frente al 30,5 % de los hombres en la misma situación. En otras palabras, ser jefa de hogar y sostener un micronegocio está asociado con una incidencia de pobreza de 4,9 puntos porcentuales.

El dato sugiere que el emprendimiento, por sí solo, no basta para cerrar las brechas que enfrentan muchas mujeres. Cuando la responsabilidad económica del hogar se combina con menores ingresos, una mayor carga de cuidado y negocios más frágiles, el riesgo de pobreza sigue siendo significativamente más alto.



El negocio no compensa la carga adicional que recae sobre ellas.

35,4%

tasa de pobreza entre mujeres jefas
de hogar con micronegocio

30,5%

tasa de pobreza entre hombres jefes
de hogar con micronegocio

El ingreso per cápita del hogar también refleja esta desigualdad. Las mujeres jefas de hogar propietarias de micronegocios registran un ingreso per cápita mensual cercano a \$1,0 millones, frente a los \$1,1 millones de los hombres en la misma situación. La diferencia puede parecer pequeña en términos absolutos, pero sobre una base de ingresos tan reducida tiene efectos concretos sobre las posibilidades de acceder a salud, educación, alimentación y de enfrentar imprevistos económicos.

Es aquí donde se hace evidente que tener un negocio no siempre significa alcanzar autonomía económica. Las mujeres jefas de hogar son quienes cargan con la mayor responsabilidad por el bienestar de sus familias; también son quienes con mayor frecuencia crean un negocio para complementar los ingresos del hogar y quienes presentan una mayor probabilidad de vivir en pobreza monetaria, aun siendo propietarias de un micronegocio. La propiedad de un negocio no transforma las condiciones materiales de vida si no está acompañada de las condiciones necesarias para que ese negocio crezca.

Esta realidad afecta a más de un millón de mujeres propietarias que además son jefas de hogar, cerca del 56 % del total, una proporción muy superior al promedio nacional de jefatura femenina (46,5 %). Esto significa que los micronegocios tienen una presencia especialmente alta en hogares donde la principal responsabilidad económica recae sobre una mujer y donde la mediana de ingresos del negocio apenas alcanza los \$450.000 mensuales.



El nuevo mapa del emprendimiento urbano

El liderazgo existe; lo que falta es entender qué significa

Como se mencionó al inicio, el DANE ha venido divulgando los resultados del Censo Económico Nacional Urbano (CENU), en el que se destaca que **las mujeres son mayoría entre quienes sostienen los negocios de las ciudades colombianas**.

El dato precisa que, de las cerca de dos millones de unidades económicas identificadas, alrededor de 1,2 millones respondieron las preguntas sociodemográficas sobre sus propietarios. Entre estas, 613.000 eran lideradas por mujeres (51,6 %) y 576.000, por hombres (48,4 %).

Las mujeres hoy dirigen la mayor parte de la economía urbana en Colombia, un hallazgo que rompe el mito de que los micronegocios seguían liderados mayoritariamente por hombres. Este dato revela una paradoja innegable frente al mercado laboral tradicional: mientras las estadísticas de empleo formal siguen mostrando una menor participación femenina y mayores barreras de acceso, el mapa de los micronegocios demuestra que ellas son quienes sostienen el motor empresarial de las ciudades.

No obstante, ese liderazgo numérico no basta para concluir que las brechas económicas se han cerrado. Saber quién dirige un negocio es distinto a conocer las condiciones en las que ese negocio opera, cuánto genera, qué capacidad tiene para crecer o qué nivel de bienestar ofrece a quienes dependen de él.

Es precisamente allí donde los resultados de la Encuesta de Micronegocios (EMICRON) aportan una lectura complementaria. Como muestra esta nota, una parte importante de los negocios liderados por mujeres se concentra en actividades de menor escala, menores ingresos y menor capacidad de acumulación. Además, sus propietarias enfrentan mayores cargas de cuidado, menores activos y una mayor probabilidad de vivir en pobreza, incluso cuando son jefas de hogar.

Por eso, el liderazgo empresarial femenino que revela el Censo debe leerse junto con otras dimensiones de la realidad económica. Que haya más mujeres al frente de los negocios urbanos constituye un avance importante en términos de participación, pero no significa, por sí solo, que esas mujeres hayan alcanzado condiciones de autonomía económica.

A medida que el DANE publique nuevas entregas del Censo Económico Nacional Urbano será posible profundizar este análisis. Mientras tanto, la evidencia de la EMICRON invita a mirar más allá del número de propietarias y a preguntarse por la calidad, la sostenibilidad y las posibilidades de crecimiento de los negocios que ellas lideran. El Censo muestra quién lidera los negocios. La EMICRON ayuda a entender en qué condiciones lo hace.



Hacia un nuevo enfoque de política pública

El liderazgo empresarial femenino no es, por sí mismo, autonomía económica

La autonomía económica real requiere más que la propiedad formal de un negocio. Requiere que este genere ingresos suficientes para sostenerse; lo que no ocurre cuando la mediana de esos ingresos es de apenas un tercio del salario mínimo. Requiere acceso a capital para crecer; lo que no ocurre cuando el 86% de las propietarias no solicita crédito y, entre quienes buscan financiación, una de cada cinco termina recurriendo al 'gota a gota'. Requiere tiempo para desarrollar el negocio; lo que no ocurre cuando la carga de cuidado no remunerado les consume más de 7 horas diarias adicionales. Requiere un espacio físico separado del hogar; lo que no ocurre cuando el 54% de los negocios funciona desde la vivienda. Y requiere que el negocio sea el eje de la economía, no un complemento; lo que no ocurre cuando representa apenas el 21,8% del ingreso total en hogares con jefatura femenina.



Ingresos suficientes: la mediana de ingresos del negocio femenino es \$450.000/mes, el 34,6% del salario mínimo de 2024.



Acceso a capital: el 86% no solicita crédito; quienes lo hacen, 1 de cada 5, recurre al gota a gota.



Tiempo para el negocio: 7 horas diarias de cuidado no remunerado reducen la jornada del negocio a 5,2 horas. Carga total: 12,3 horas diarias.



El negocio como eje del ingreso: representa el 21,8% del ingreso del hogar para mujeres jefas. El restante 78,2% depende de otras fuentes.



Protección frente a la pobreza: el 35,4% de las mujeres jefas de hogar con micronegocio viven en pobreza monetaria, 5 puntos más que sus pares masculinos.



Propiedad formal del negocio: existe en sentido práctico, pero el 88,9% opera sin registro mercantil. La propiedad es real pero invisible para el sistema.

El hallazgo del Censo Económico Nacional Urbano es genuinamente importante. Revela una transformación silenciosa en la estructura económica de las ciudades colombianas: las mujeres sostienen una parte creciente de la economía urbana. Pero la lectura de ese dato exige profundidad.

Cuando se observan los ingresos, la informalidad, la ubicación de los establecimientos, la distribución sectorial, la motivación del emprendimiento, su peso dentro del ingreso del hogar y las tasas de pobreza entre las jefas de hogar que emprenden, **lo que emerge es una historia de empoderamiento incompleto; una economía urbana profundamente sostenida por mujeres que emprenden desde condiciones estructuralmente desiguales.**

El negocio propio funciona en muchos casos como mecanismo de supervivencia frente a la precariedad laboral, la desigual distribución del cuidado y las barreras de acceso al empleo formal. Para muchas mujeres, emprender todavía no significa salir de la vulnerabilidad; significa, sobre todo, mantenerse a flote. Y mantener a flote un hogar —muchas veces como única proveedora, con hijos pequeños y adultos mayores a cargo, desde la sala de la casa, sin crédito, sin registros y con ingresos de un tercio del salario mínimo— no es emprendimiento de oportunidad; es resiliencia ante la exclusión y una situación de alto riesgo frente a choques externos.

Y aunque la Encuesta de Micronegocios suele capturar unidades económicas más pequeñas y potencialmente más precarias que las identificadas por el Censo Económico Nacional Urbano, los patrones de desigualdad persisten incluso al restringir el análisis a negocios urbanos con local fijo. Al hacer una lectura con enfoque de género, las brechas vuelven a aparecer de forma sistemática: menores ingresos, menor acceso a activos, más carga de cuidado y condiciones de mayor vulnerabilidad entre las mujeres propietarias.

Por eso, cuando se conozcan los resultados completos del Censo Económico, la pregunta no debería ser cuántas mujeres están emprendiendo, sino **en qué condiciones lo están haciendo y si esas condiciones pueden transformarse en algo más que pura supervivencia.**



Las mujeres ya están sosteniendo una parte creciente de la economía urbana colombiana. El desafío actual es potenciar el liderazgo que ya demuestran todos los días. El verdadero reto es construir las condiciones necesarias para que este esfuerzo deje de ser una estrategia de supervivencia y se convierta en una ruta real hacia la autonomía económica. Esto implica reconocer que millones de ellas emprenden desde la precariedad, sosteniendo simultáneamente sus negocios, sus hogares y las responsabilidades de cuidado.

La verdadera apuesta por la autonomía económica exige políticas que faciliten el acceso a financiamiento adecuado, impulsen la formalización, fortalezcan los sistemas de cuidado y generen condiciones para que sus negocios crezcan y acumulen valor. Solo así, las jefas del rebusque podrán convertirse en verdaderas arquitectas de su independencia económica, no porque hayan aprendido a sobrevivir mejor, sino porque finalmente contarán con las oportunidades necesarias para prosperar.