



UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA

“EL EMPRENDIMIENTO DE LAS
MUJERES PROMOTORAS DE LA ZONA
DE JOSÉ GÁLVEZ BARNECHEA DEL
DISTRITO DE VILLA MARÍA DEL
TRIUNFO-PERÚ: BARRERAS, PERFIL,
PERSPECTIVAS, MOTIVACIONES Y
LAS OPORTUNIDADES DE MERCADO
EN TIEMPOS DE PANDEMIA POR LA
COVID-19”

TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE
MAESTRO EN GERENCIA DE PROYECTOS
Y PROGRAMAS SOCIALES

DOMINGO FERNANDO MEDINA LOSNO

LIMA, PERÚ

2023

ASESOR

Mg. Luis Fernando Llanos Zavalaga

JURADO DE TESIS

MG. JULIO ANDER MAYCA PEREZ

PRESIDENTE

DR. WALTER HUMBERTO CASTILLO MARTELL

VOCAL

MG. ROBERTO ALFONSO GUSHIKEN MIYAGUI

SECRETARIO (A)

DEDICATORIA.

A mi madre que me ayudó mucho en esta lucha.

A mi esposa, por su constante apoyo y amor a mi persona.

A mis hijos por ser amarlos tanto.

A mi padre que está en el cielo por estar siempre presente.

A mis hermanas por quererlas mucho

AGRADECIMIENTOS.

A Dios, a mi padre y mi gran amigo el Dr. Ítalo por ser mi guía diaria

FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Tesis Autofinanciada

EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MUJERES PROMOTORAS DE LA ZONA DE JOSÉ GÁLVEZ BARNECHEA DEL DISTRITO DE VILLA MARÍA DEL TRIUNFO-PERÚ: BARRERAS, PERFIL, PERSPECTIVAS, MOTIVACIONES Y LAS OPORTUNIDADES DE MERCAD

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Universidad Peruana Cayetano Heredia Trabajo del estudiante	1%
3	WSP PERU S.A.. "Actualización y Modificación del Instrumento de Gestión Ambiental de la Planta de Fabricación de Cemento-IGA0019040", R.D. N° 255-2020-PRODUCE/DGAAMI, 2022 Publicación	1%
4	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad de Salamanca Trabajo del estudiante	<1%
6	es.scribd.com Fuente de Internet	<1%

TABLA DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCION	1
II.	PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
2.1	Planteamiento del problema	4
III.	JUSTIFICACIÓN	12
IV.	ANTECEDENTES	15
V.	MARCO TEORICO CONCEPTUAL	20
5.2	Emprendimiento femenino.....	24
5.2.2	Perfil de la emprendedora	31
5.2.3	Particularidades generales sobre emprendimiento femenino	36
▪	Pasión por el trabajo	37
▪	Autoconfianza:	37
▪	Necesidad de logros:.....	37
▪	Gestión de riesgos.....	37
▪	Iniciativa:	37
▪	Tolerancia al cambio	37
5.2.4	Perspectivas del emprendimiento.....	38
5.2.4.1	Perspectiva económica.....	39
5.2.4.2	Perspectiva social-institucional	41
5.2.4.3	Perspectiva cultural.....	44
5.2.4.4	Perspectiva psicológica-motivacional.....	45
5.2.4.5	Perspectiva de procesos.....	46
5.3	Barreras que limitan el emprendimiento femenino	46
5.3.1	Barreras educativas	47
5.3.2	Barreras sociales.....	50
5.4	Oportunidades de mercado positivas que ofrece la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú para emprender	54
VI.	OBJETIVO	62
6.1	Objetivo general.....	62
6.2	Objetivos específicos.....	62
VII.	METODOLOGÍA	63
7.1	Tipo de estudio	63

7.2	Población y muestra.....	64
7.2.1	Criterios de inclusión y exclusión.....	65
7.2.2	Tipo de muestreo	66
7.3	Matriz de consistencia	68
7.4	Técnicas de recolección de información (58), (59)	70
7.5	Plan de procesamiento y análisis (55).....	71
7.6	Triangulación de datos.....	73
7.7	Aspectos éticos	75
VIII.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	79
VIII.	CONCLUSIONES.....	121
IX.	RECOMENDACIONES.....	125
X.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	126
	ANEXO I. PROPUESTA DE FORMATO PARA JUICIO DE EXPERTOS	136
	ANEXO III. MATRIZ DE INSTRUMENTO	138

RESUMEN

El crecimiento de la actividad emprendedora de la mujer va en aumento en los últimos años; su empoderamiento y crecimiento no sólo como madre, sino como mujer auto generadora de ingresos y del desarrollo de sus familias simbolizan un grupo importante de la masa trabajadora que contribuyen en la economía de mercado sobre todo de los países en vías de desarrollo.

En Latinoamérica, el Perú ha dado un importante paso después de Brasil de ser considerado el segundo país en incentivar el emprendimiento de la mujer con oportunidades laborales. La presente investigación focalizó su estudio en un grupo de 23 mujeres de la zona de José Gálvez Barnechea del Distrito de Villa María del Triunfo con el objetivo de conocer cuáles han sido las principales barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de la pandemia por la COVID 19.

La pandemia por la COVID 19, paralizó la economía de todos los países del mundo quienes desviaron sus ingresos y esfuerzos en combatir esta enfermedad. Los resultados de emprendimiento femenino producto de la pandemia llevó a muchas mujeres a reinventarse para afrontar la dura situación económica que trajo consigo varias consecuencias. En el caso de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de villa maría del triunfo-Perú, que fueron materia de esta investigación, la situación de vida las llevó a desarrollar habilidades convirtiéndolas sin querer en emprendedoras, muchas de ellas por la necesidad, u otras aprovechando la oportunidad de vida que les tocó vivir. De acuerdo con ello, es que se fortaleció un compromiso de las mujeres con su localidad, con sus familias y les permitió desarrollar nuevas habilidades para lograr una mejor calidad de vida.

Palabras Clave: Empoderamiento, Emprendedor, Habilidades, mercado, motivación, barreras, reinventarse.

ABSTRACT

The growth of women's entrepreneurial activity has been increasing in recent years; her empowerment and growth not only as a mother, but as a self-generating woman of her income and the development of her families symbolize an important group of the working mass that contributes to the market economy, especially in developing countries.

In Latin America, Peru has taken an important step after Brazil to be considered the second country to encourage women's entrepreneurship with job opportunities. The present investigation focused its study on a group of 23 women from the José Gálvez Barnechea area of the Villa María del Triunfo District with the objective of knowing what the main barriers, profile, perspectives, motivations and market opportunities have been in recent times. of the COVID 19 pandemic.

The COVID 19 pandemic paralyzed the economy of all the countries in the world who diverted their income and efforts to combat this disease. The results of female entrepreneurship resulting from the pandemic led many women to reinvent themselves to face the harsh economic situation that brought with it various consequences. In the case of the women who are the subject of this research, the life situation led them to develop skills, inadvertently turning them into entrepreneurs, many of them out of necessity, or others taking advantage of the life opportunity they had to live. The women's commitment to their locality and their families was strengthened and allowed them to develop new skills to achieve a better quality of life.

Keywords: Empowerment, Entrepreneur, Skills, market, motivation, barriers, reinvent yourself.

I. INTRODUCCION

Las personas que deciden llevar a cabo iniciativas de emprendimiento muchas veces enfrentan un conjunto de obstáculos en el proceso de consolidación y sostenibilidad de sus negocios. La magnitud de estas dificultades generalmente aumenta cuando están involucrados emprendedores que habitan en países en vías de desarrollo y más aún, cuando pertenecen a grupos de bajo nivel socioeconómico (NSE), como ocurre en gran parte de casos de emprendimientos femeninos. Una diversidad de elementos económicos, culturales, políticos y sociales influyen en las iniciativas de emprendimiento de este sector, lo que genera muchas veces contextos adversos al momento de desarrollar este tipo de proyectos.

Según estimaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en la región se encuentran presentes nudos estructurales que entorpecen el ejercicio de los derechos de las mujeres y la consecuente conquista de la igualdad de género, entre ellos se pueden mencionar: a) desigualdad socioeconómica y pobreza, b) conductas culturales donde prevalece la discriminación y superioridad de género, c) división sexual del trabajo y d) relaciones de jerarquía desiguales en el ámbito público.(1)

Ahora bien, el Global Entrepreneurship Monitor Women (GEM Women) de 2020 estimó que al menos la tercera parte de los emprendimientos a nivel mundial son ejecutados por mujeres. En aquellos países con un menor desarrollo económico los niveles de emprendimiento son mayores, y en aquellos países con elevados niveles de renta la cantidad de emprendimientos son menores, lo que quiere decir que “las mujeres emprenden por necesidad”. (2)

La participación cada día más activa de la mujer trabajadora y emprendedora, constituye sin lugar a duda, un hecho que ha tenido una relevancia en los últimos años tanto en el Perú como en varios países de la región, esto ha generado que el concepto del “desarrollo de la fuerza emprendedora” tenga mayor relevancia. De acuerdo con la literatura actual, un emprendimiento exitoso es producto de la formación educativa y por supuesto del acceso al financiamiento.

A raíz de la declaratoria de pandemia a consecuencia del COVID-19, por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en marzo de 2020, se generó una crisis no solo en el sector de salud, sino también a nivel socioeconómico, por lo que se trata de una crisis sistémica, en este sentido, la afectación de indicadores económicos como la caída de los ingresos, empleo, entre otros, ha generado que muchas iniciativas de emprendimiento se han visto afectadas. La caracterización de pandemia se refiere “a la propagación mundial de una nueva enfermedad” (3), en este caso, se trata del COVID -19 que se ha expandido en casi la totalidad de los países afectando considerablemente un gran número de personas. A consecuencia de la pandemia por la COVID-19 fue necesario tomar un conjunto de medidas drásticas para mitigar la propagación de este virus, entre ellas, el aislamiento social o la cuarentena, lo que ha ocasionado que las personas permanezcan en sus hogares, por lo que han tenido que idear nuevos mecanismos para garantizar ingresos económicos. (3)

En la presente investigación se estudió la situación de un conjunto de mujeres habitantes del sector urbano–marginal de la zona de José Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo (VMT), en Lima; las cuales se han convertido en líderes comunitarias de programas sociales, que cuentan con

experiencia en el manejo de población y gozan de gran reconocimiento en su comunidad. Adicional a ello, organizan de manera muy detallada su desempeño en el ámbito social y familiar; sin embargo, han presentado una serie de barreras que les han impedido consolidar sus proyectos de emprendimiento en este periodo.

Cabe destacar que se describen las motivaciones, características y las barreras que imposibilitan a este colectivo de mujeres llevar a cabo sus proyectos de emprendimiento, tomando en cuenta elementos de orden económico, social y familiar, así como aquellos vinculados con la pandemia por la COVID-19 que atraviesa actualmente el planeta.

II. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2.1 Planteamiento del problema

En América del Sur, Brasil es el primer país que presentó casos de éxito de emprendimiento femenino en los sectores C-D. En este país se gestionó programas de inserción de la población femenina que habitan en las favelas. Los gobiernos locales liderados por el Gobierno Central propusieron créditos y beneficios a mujeres que muestren el interés en desarrollar ideas de emprendimiento. La participación de la población mostró resultados alentadores que luego fueron imitados en otros países para lograr así la disminución en los índices de la pobreza y el incremento de la curva económica (4).

Respecto a este desarrollo del emprendimiento de las mujeres en América Latina, el Perú no fue la excepción. De los casi 30 millones de habitantes, según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (año 2019), se reportó aproximadamente 6 millones trescientos mil casos de emprendedores. De ellos, 3 millones de casos de emprendimiento fueron de mujeres. Del número de casos de mujeres emprendedoras, 87 % se encontró en los sectores A-B, 7% en los sectores C-D y 6% en las zonas rural-indígena (5).

Los resultados mostrados ubicaron al Perú entre los primeros países en la región y “entre los cinco con mayor actividad dentro del grupo de economías eficientes” (5). En Perú, se registró un considerable incremento comparado con los hombres (22.5% mujeres y 21.9% hombres). En el sector *fintech*, las mujeres se encuentran a la cabeza en 44% de estas organizaciones. De acuerdo con Activa

Perú, los emprendimientos “han desarrollado en Perú frente al incremento de la tasa de desempleo e ingresos con motivo de la pandemia por la COVID-19” (5).

Esta situación problemática no es ajena a un grupo de mujeres del sector urbano–marginal de la zona de José Gálvez Barnechea, una de las seis zonas definidas en el distrito de VMT, quienes se dedican a la labor voluntaria de promotoras de programas sociales. En el distrito VMT existen 28 programas sociales, formados al 100% por mujeres a quienes se les denomina promotoras y administrados directamente por el gobierno local y el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, y todos ellos luchan por combatir la pobreza del distrito. (5)

Vildoso señaló que la escala de actividades económicas se incrementó a partir de experiencias en pequeñas empresas. Este autor señaló que las mujeres desarrollaron un liderazgo de tipo transformacional. Según este autor, en los sectores A-B de la población se presentaron los primeros casos de éxito de emprendimiento femenino a partir del año 1995; sin embargo, existió lentitud y muchas barreras que dificultaron el emprendimiento femenino en los sectores C-D. Esa lentitud se debió a la falta de apoyo en la formalización, seguimiento, impulso, orientación y gestión familiar; en otras palabras, escasa o nula ayuda las instituciones del Estado. La presente investigación se centró en este segmento, específicamente en las mujeres promotoras de los programas sociales. (6)

Cabe destacar que las entidades del Estado vinculadas con la atención de poblaciones vulnerables aun cuando desarrollan programas sociales no contemplan explícitamente planes de ayuda al emprendimiento femenino. Así, el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social estuvo enfocado en los temas de calidad de vida de la

población y lucha contra la pobreza, mientras que el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables buscó erradicar la violencia. Por el contrario, son los sectores privados guiados por la banca los que impulsaron los movimientos de emprendimiento con un objetivo netamente económico, sin un respaldo sostenido que permita continuidad, crecimiento y desarrollo. (7)

Convertir a la mujer que trabaja en programas sociales en emprendedora permitiría que se puedan crear nuevas formas de ingreso, con lo cual se lograría aumentar su calidad de vida y la de su familia y también tener una población activa que contribuya al crecimiento económico del país. Para aportar a esa meta social, se deben conocer cuáles son las barreras que limitan que este emprendimiento registre una curva ascendente, pues hasta ahora las mujeres de la zona de José Gálvez encuentran obstáculos para desarrollarse como emprendedoras a pesar de sus conocimientos empíricos y experiencias.

En correspondencia con lo anterior, es conveniente traer a colación que estudios recientes, como el presentado por Panta denominado “Propuesta metodológica para el desarrollo de emprendimientos productivos promovidos por mujeres de escasos recursos. Aplicación al Valle de Cañete-Perú” de la Universidad Politécnica de Madrid (España), indicó que uno de los grandes problemas que enfrentan las mujeres de escasos recursos al momento de desarrollar nuevos emprendimientos, es “su falta de empoderamiento, cuyo origen está en sus bajos niveles educativos y su falta de acceso al crédito”. (8)

Perú registró aproximadamente un grupo de 1,3 millones de Mypes (Micro y pequeña empresa) empoderados y formalizados por mujeres quienes han

encontrado durante su formación, subsistencia y desarrollo infinidad de barreras para poder alcanzar el éxito comparado con las oportunidades de los hombres. Las mujeres constituyen una parte fundamental del desarrollo económico. (9)

Saavedra mencionó que desde hace 30 años las mujeres con su perfil de lucha vienen contribuyendo en el desarrollo económico y social de los países; sin embargo; sus principales obstáculos continuaron siendo los problemas de género, sobre todo en la inserción al mercado laboral y social. También señaló Saavedra que Perú ha logrado una importante ubicación en toda América Latina, ocupando el cuarto lugar por haber conseguido la mayor tasa de introducción en el mercado laboral (9)

En el Perú, los datos del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo señalaron que las mujeres registran una tasa del 22.5% de emprendimientos con relación a las MYPES comparado con los hombres que alcanzan un 21.9%. Hasta el 2021 existieron 1.3 millones de MYPES lideradas por mujeres, generando un promedio de 4.8 millones de puestos laborales. (5)

Con relación a la participación de la mujer frente a la crisis por la COVID-19, se registró una gran desigualdad frente al hombre, el documento “Impactos de la epidemia del coronavirus en el trabajo de las mujeres en el Perú”, desarrollado por el Ministerio de la Mujer y el PNUD, mencionó que las mujeres dejaron sus puestos de trabajo, se acortaron oportunidades, se concentraron más en la cercanía con sus familias. El hombre fue el que salió a trabajar y presentó más oportunidades de inserción frente a la mujer. (5)

El documento también detalló tres puntos que se convierten en barreras que impiden el desarrollo del emprendimiento en las mujeres: (5)

- **Ausencia de sistemas de financiamiento**

Jack Burga, líder del proyecto Ignite en Perú, mencionó que el ecosistema financiero favorece a los hombres hasta en tres veces para la obtención de un crédito comparado con las mujeres, a quienes se les pide hasta un aval. (5)

Sumado a ello, otro inconveniente es la baja participación de la mujer en el sistema financiero especialmente en los segmentos D-E. Información obtenida del documento “Perú: Brechas de Género, 2020” desarrollado por el INEI, en el año 2019, mencionó que solo 41.3% de las mujeres formalizaron su ingreso al sistema financiero y el 39.9% alguna vez había intentado ingresar al sistema financiero, pero desistió por la abundante información que se solicita (5).

Siguiendo la línea de la poca participación de la mujer en el sistema financiero, solo el 14.7% logró acceder a una capacitación brindada por las entidades bancarias. Se observó un gran ausentismo ante las invitaciones realizadas por el personal de banco, la justificación es que luego de terminada la capacitación no lograron acceder a un crédito por falta de papeles y todo queda en un intento.

- **Escaso acceso a formación empresarial**

Susana Osorio, especialista en género de CARE Perú, escribió en el documento “Impactos de la epidemia del coronavirus en el trabajo de las mujeres en el Perú” que las barreras tienen que ver con paradigmas que son creados por las mismas mujeres quienes dentro de su imagen de desarrollo no se logran proyectar

como líderes, dando paso a los hombres a quienes ellas por voluntad propia consideran más preparados. (5).

- **Falta de tiempo por trabajo familiar no remunerado**

Las mujeres de los sectores urbano-marginales invirtieron hasta 20 horas de su tiempo diario en labores de casa (cuidado de los hijos, alimentación, estudios, vestimenta, limpieza, orden, salud) labores que muchas veces asumen al 100% sin tener la ayuda de sus parejas. Para este grupo de mujeres el tiempo invertido en las familias es otra barrera para alcanzar el emprendimiento. La Organización Internacional del Trabajo (OIT), mencionó que las mujeres invirtieron el 76.2% de su tiempo en trabajo no remunerado o de casa, dedicándole dos o tres veces más tiempo que los hombres. (10)

Cabe destacar que en diciembre de 2019 comenzaron a reportarse pacientes hospitalizados a consecuencia de un cuadro de insuficiencia respiratoria, consecuencia de un virus (SARS-CoV-2) en la provincia de Hubei, China, posterior a ello, en febrero de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) denominó a esta enfermedad viral como COVID-19 (Coronavirus Disease, 2019); más adelante, en marzo de 2020, la máxima autoridad de la OMS Tedros Adhanom Ghebreyesus, declaró a la COVID-19 como pandemia. (3)

De acuerdo con estimaciones por parte del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la pandemia por la COVID-19 es la crisis de salud global y “el mayor desafío que ha enfrentado el planeta desde la Segunda Guerra Mundial” (3), para mediados de enero de 2022, la cantidad de contagiados a nivel mundial rondaba los 354 millones de casos y los decesos están cerca de seis

millones de personas, mientras que la cantidad de recuperados es casi 282 millones de personas. (11)

Más que una crisis de salud, la pandemia por la COVID-19 ocasionó una crisis socioeconómica que de acuerdo con estimaciones de expertos dejó profundas y duraderas cicatrices, sobre todo en el sector económico y laboral, por lo que este suceso representó un desafío a tomar en cuenta al momento de analizar los principios que intervienen en el área del emprendimiento femenino. (11)

Al momento de plantear el tema del emprendimiento femenino se colocó atención en el crecimiento que está teniendo antes los nuevos desafíos post-pandemia. Sobre el emprendimiento, no se pudo dejar de lado la equidad de género que es un eje fundamental del cambio a nivel social, cultural y económico.

Con la evolución social, las mujeres ocuparon cada vez más y mejores espacios laborales, sin embargo, se destacó que, a lo largo del camino hacia el desarrollo de carreras profesionales, las mujeres no han dejado de emprender en el sentido genérico del término.

Fomentar la tarea del emprendimiento en las mujeres ha sido una tarea fundamental por varias razones, la principal de ellas es la disminución de las brechas de género y la generación de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

En el caso de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú, aun cuando participan activamente en actividades vinculadas con generación de ingresos extras, poseen un conjunto de limitantes para generar ideas de emprendimientos exitosos. Se destacó que el

desarrollo de emprendimientos femeninos no solo es importante para la sociedad en general y el mercado en su conjunto, sino también muy beneficioso, ya que, al reducir las brechas de género, hay una sociedad más igualitaria y plural en ideas, negocios y oportunidades.

Ante ello, se planteó la siguiente pregunta problema: ¿Cuáles son las principales barreras, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú, en tiempos de pandemia por la COVID-19?

Asimismo, se estableció las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cuáles son las principales motivaciones que poseen las mujeres promotoras de programas sociales de la zona de Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, para llevar a cabo proyectos de emprendimiento, en tiempos de pandemia por la COVID-19?
- ¿Cuál es el perfil de la mujer promotora de la zona de Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, que desea desarrollar proyectos de emprendimiento, en tiempos de pandemia por la COVID-19?
- ¿Cuáles son las principales barreras socioeducativas que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú, en tiempos de pandemia por la COVID-19?
- ¿Qué oportunidades de mercado existen en la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú para emprender, en tiempos de pandemia por la COVID-19?

III. JUSTIFICACIÓN

Un estudio exploratorio realizado por Avolio sobre la participación de la mujer emprendedora de Latinoamérica concluyó que las mujeres pertenecientes a un bajo nivel socioeconómico (NSE) dan el primer paso a un emprendimiento colocando como primera justificación la necesidad económica y dejando en un segundo lugar a la búsqueda de oportunidades. Es decir, el deseo de alcanzar la independencia económica es una de las causas por las que las mujeres llevan a cabo iniciativas de emprendimiento tanto los problemas económicos como sociales son causas para que las mujeres realicen un emprendimiento (7).

El determinar las barreras que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT-Perú, y la vinculación con su perfil, motivaciones y las oportunidades de mercado en esta área, en tiempos de pandemia por la COVID-19, permitió brindar una respuesta oportuna desde el ámbito académico, a los fines de atender y superar aquellos elementos o situaciones que obstaculizan que las mujeres peruanas de los sectores urbano-marginales y rurales lleven a cabo con éxito sus iniciativas de emprendimiento, en función de alcanzar su calidad de vida.

Diversas investigaciones y experiencias realizadas en países como México y Colombia señalaron que el apoyo del Estado para el emprendimiento a través de los programas sociales, con énfasis en la capacitación y como superar situaciones adversas, arrojaron resultados altamente positivos para la calidad de vida en grupos de mujeres de bajos recursos económicos (12) (13). En este contexto, y aún más con la pandemia por la COVID-19, generó entre otras cosas, la pérdida de empleo,

todo estudio académico que contribuyó con el empoderamiento de mujeres que pertenecen a un bajo nivel socioeconómico (NSE), con miras a alcanzar su independencia económica, generó un impacto social positivo.

Al momento de iniciar un proyecto de emprendimiento es preciso tener en cuenta las fortalezas; oportunidades; debilidades y amenazas. En este sentido, el presente trabajo pretende colaborar con el esfuerzo por determinar con mayor especificidad las enseñanzas que se pueden captar de la aplicación de los programas sociales en relación con las capacidades efectivas de generación del emprendimiento en el contexto de la pandemia por la COVID-19, sin dejar de lado aquellas barreras que puedan limitar estas iniciativas, con lo cual se aportarán propuestas para que el acceso a la economía formal y permanente crezca de forma constante en la vida económica de VMT, con perspectiva de aplicación a otras zonas de la ciudad de Lima.

Los temas relacionados a las limitantes de las iniciativas de emprendimiento de las mujeres pertenecientes a un bajo NSE en el Perú han sido tratados previamente; sin embargo, el caso específico de mujeres promotoras de programas sociales, de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT-Perú, quienes, a pesar de compartir su labor diaria en ayudar a su comunidad y ser amas de casa, han iniciado el emprendimiento de una actividad económica carecen de investigaciones con rigor académico. Con el caso de la pandemia por la COVID-19 se hace aún más necesario profundizar en esta área desde el punto de vista académico, debido a que por ser la pandemia una situación que no se tenía prevista, es necesario considerar nuevos enfoques teóricos vinculados al emprendimiento de las mujeres.

Por tratarse de una investigación orientada en el estudio de un fenómeno específico de carácter social, el presente estudio busca contribuir al análisis de una situación en particular a través del estudio de un sector definido de la población, lo cual comprende también el análisis de una muestra considerable y da soporte metodológico para futuras investigaciones en el área.

El alcance de la investigación en el área social y de emprendimiento, así como su contribución a este campo de estudio, permitirá la disposición de recursos económicos para alcanzar con éxito los objetivos propuestos, adicional a ello, la disposición de las mujeres promotoras que son objeto de estudio, para reconocer las limitaciones, opciones de capacitación y el impacto en su entorno familiar es un indicador de la necesidad por identificar y superar barreras que limitan concretar proyectos de emprendimiento, sobre todo en los tiempos de pandemia por la COVID-19.

IV. ANTECEDENTES

Zapata y col. presentaron un estudio denominado “El género como factor determinante del emprendimiento tecnológico en Sudamérica” en la *II Xornada Universitaria Galega en Xénero* (año 2014). El análisis se basó en una muestra tomada de países sudamericanos (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela) que comprende a mujeres con edades entre 18 y 64 años, tomando en consideración datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del 2011. El estudio comprendió un análisis descriptivo mediante modelos *logit*, para medir la incidencia asociada al género en los emprendimientos vinculados con el área tecnológica. Los resultados revelaron que las mujeres tienen menos probabilidad de éxito en los emprendimientos tecnológicos, al contrario de lo que sucede en los emprendimientos convencionales. Estos hallazgos indican que el emprendimiento de las mujeres con relación al uso de la tecnología no ha superado barreras sociales e incluso personales las cuales obstaculizan este tipo de proyectos. Este estudio contribuye a la presente investigación, por cuanto es necesario tener en cuenta que el género influye notablemente en las iniciativas de emprendimiento tecnológico, es decir, el género femenino tiene menos probabilidades de emprender con éxito en el campo de tecnología. (14)

Tumi y Flores son autores del artículo éxito de las mujeres empresarias de Puno señalaron a través de una observación cualitativa, transversal de corte descriptivo que la población estuvo conformada por 14 grupos empresariales al mando de mujeres en la ciudad de Puno. Esta investigación reportó que el conocimiento de la oferta y demanda del mercado, el acceso a la tecnología y conocimientos previos y también el espíritu de ahorro determinan el éxito en el

emprendimiento (15). Este artículo contribuyó a la presente investigación, por cuanto existen similitudes con relación al objeto de estudio y la metodología aplicada, además que se indicó aquellos factores económicos y sociales que contribuyeron al éxito de emprendimientos por parte de mujeres en Perú.

Saavedra y Camarena publicaron el artículo “Retos para el emprendimiento femenino en América Latina” (9) en el 2015, el cual “describió la situación del emprendimiento femenino en Latinoamérica” (14). Se trató de una investigación documental que analizó: a) las razones para emprender, b) las diferencias del nivel educativo entre mujeres y hombres emprendedores, c) rendimientos de empresas dirigidas por mujeres y hombres emprendedores, d) grado de éxito de las empresas bajo la dirección de mujeres y hombres, e) obstáculos en el acceso a créditos que deben enfrentar las mujeres empresarias y f) diferencia en la dimensión de los negocios dirigidos por mujeres y hombres. También se abordó aquellas políticas que apoyan iniciativas de emprendimiento femenino. La investigación determinó que las mujeres tienen mayor iniciativa que los hombres al momento de iniciar un negocio por necesidad, adicional a ello, usualmente las mujeres poseen mayores niveles de estudio que los hombres, y la sobrevivencia de las empresas a cargo de mujeres y hombres son similares. La investigación mostró “que el tamaño de operación de los negocios es menor en las empresas lideradas por mujeres; y que las políticas de fomento empresarial que apoyan a las pequeñas empresas (PYMES) no están dirigidas específicamente a las empresarias” (9). Este artículo, constituyó un importante aporte debido a que tomó en cuenta, entre otras cosas, aquellas barreras que deben enfrentar las mujeres para iniciar con éxito su proyecto de emprendimiento, elementos que son objeto del presente estudio.

Bilbao (2017) desarrolló su Tesis doctoral titulada “Institutos de educación superior pedagógicos como medio de empoderamiento en mujeres de los tres contextos de Perú”. El objetivo fue conocer el empoderamiento de las estudiantes jóvenes peruanas que decidieron realizar estudios de educación inicial en algún Instituto de Educación Superior” (16). Tomó en consideración la relación que existió con el emprendimiento, las barreras para estudiar y la esperanza que se logró al alcanzar la meta de estudios, (16).

El estudio se llevó a cabo en tres áreas del Perú: sierra, costa y selva. Esta investigación está basada en un diseño transversal y un análisis correlacional; para ello, se aplicaron encuestas en tres centros de educación superior de tres áreas geográficas del Perú. Los resultados obtenidos apuntaron a una actitud positiva hacia el emprendimiento; el autoconcepto; la satisfacción y los valores personales. Los análisis por área geográfica demostraron diferencias sustanciales de acuerdo con las variables estudiadas. Es decir, existieron diferencias en cuanto a la percepción de cómo iniciar un emprendimiento según la región de origen (sierra, costa o selva) en concreto en materia de proactividad, empatía, autonomía, posibilidad de riesgo, autoconcepto, satisfacción con la vida y valores personales (16). Se encontró que “la proactividad está vinculada con el nivel de satisfacción personal”. Los resultados de la investigación indicaron que las mujeres que habitan en la costa de la geografía peruana tenían más probabilidades de tener mayor satisfacción personal en comparación con aquellas mujeres que habitaban en la sierra o en la selva (16). Esta investigación contribuyó a reconocer que las variables concernientes con el emprendimiento de las mujeres peruanas son relevantes para

su satisfacción personal, calidad de vida y deseos de fortalecer y/o consolidar su independencia económica.

El Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (CLADEA) publicó en el 2018 el artículo “Desafíos y oportunidades para el emprendimiento femenino sostenible en entornos adversos” (17). En él se explicó cómo el trabajo colaborativo genera motivación para “afianzar y hacer sostenibles negocios en el tiempo” (17), reemplazando al factor educación usualmente “considerado necesario y valioso para el crecimiento, desarrollo y sostenibilidad del emprendimiento” (17). El estudio fue realizado en Arequipa, con 1.300.000 habitantes y 42% de la población económicamente activa (PEA) pertenece al sector servicios, sujeto de estudio en esta investigación. Esta investigación cualitativa aplicó entrevistas en profundidad semi-estructuradas a 11 emprendedoras integrantes de la Sociedad Picantera de Arequipa (SPA). Se encontró que la motivación de las mujeres emprendedoras de la SPA proviene de: a) la tradición y b) la red colaborativa SPA. Este estudio indicó que el arraigo cultural y las redes de colaboración son elementos que juegan un papel fundamental en los proyectos de emprendimiento femenino y a la vez constituyen alternativas para dar continuidad a los mismos frente a situaciones como el acceso limitado a la educación, considerando el entorno de las economías emergentes como el Perú afectadas por la COVID-19. (17)

Panta es la autora de la Tesis doctoral “Propuesta metodológica para el desarrollo de emprendimientos productivos promovidos por mujeres de escasos recursos. Aplicación al Valle de Cañete-Perú” de la Universidad Politécnica de Madrid (España). Esta investigación del año 2019 abordó aquellas barreras de las mujeres emprendedoras que habitan en el Valle de Cañete, quienes se caracterizan

por un bajo nivel educativo y falta de acceso a créditos financieros. La autora tomó en cuenta para su estudio cuatro proyectos que tienen en común los elementos de capacitación y crédito. La metodología de esta investigación se caracterizó por ser secuencial, con el objeto de identificar “a través de filtros un perfil femenino con potencial e intención de emprender, articulando el crédito con la financiación en capacitación e inversión (binomio C-C)” (18). Los resultados determinaron que el binomio C-C tiene una considerable influencia en el emprendimiento femenino con efectos positivos a largo plazo (18)

Esta investigación demostró que el acceso a créditos y financiación además de la capacitación son elementos clave para llevar a cabo con éxito iniciativas de emprendimiento, en este sentido, se deberá analizar si las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea disponen del acceso a créditos, financiamiento y capacitación o si, por el contrario, carecen de los mismos, al momento de llevar a cabo sus iniciativas de emprendimiento.

v. MARCO TEORICO CONCEPTUAL

5.1 El emprendimiento: conceptos y teorías

La palabra emprendedor era utilizada para referirse a las personas que realizaban viajes lejanos en búsqueda de oportunidades de vidas inciertas. (19)

Diversos economistas de la época tomaron los estudios de Cantillon y empezaron a crear investigaciones para reforzar este aporte entre los siglos XVIII y XIX. Entre las investigaciones destacaron las del sociólogo Maximilian Weber, de origen alemán. Weber describió al emprendedor como aquella persona innovadora, con un espíritu motivacional y con lo que llama alta necesidad del logro. A principios del siglo XX, este significado no estaba marcado en las principales publicaciones económicas, ni Adam Smith ni Alfred Marshall incluyeron el concepto en sus análisis económicos. (19)

A mediados del siglo XX, el término emprendedor se conceptuó diferente y aparecieron aportes importantes como los de Hizrish, uno de los hombres más influyentes en la administración moderna y social quien logró definir a la actividad “emprender” o “emprendimiento” como el proceso de crear algo nuevo que tiene valor". El autor incluyó en sus investigaciones el aporte de la mujer en el emprendimiento de una nación y la caracteriza como una persona que gasta tiempo y energía, asume la carga de riesgo psicológico, financiero y social, a cambio de dinero y del resultado deseado. Hizrish mencionó, por primera vez, “la influencia que ha llevado el emprendimiento femenino a los sectores menos favorecidos en la repartición de la riqueza y que está dando resultados impactantes en las economías de los mercados, principalmente de las naciones con alto índice de pobreza”. (19)

Tomando los aportes de Hizrigh, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en su publicación en el 2017, reflexionó sobre el emprendimiento. Mencionó que el ser humano para llevar una idea de negocio y saber desarrollarla en el mercado analiza varios frentes y son los conocimientos y experiencias las que permiten alcanzar el éxito. “Todo emprendedor busca alcanzar una mejor contribución económica y mejor expectativa social tanto para su propio beneficio como para su familia; por ello es importante el nivel de aprendizaje que ha logrado obtener”. (20).

Los últimos aportes y definiciones sobre emprendimiento siguiendo las investigaciones de Hizrigh son los trabajos de Acs y Varga, dos economistas norteamericanos quienes en su investigación “El crecimiento político social del emprendimiento en la economía de un país” (2009) señalaron que en “países como Brasil, Kenia e India, las políticas sociales buscaron brindar soporte a la población más vulnerable; sin embargo, son pocas las iniciativas para impulsar el emprendimiento lo cual contribuiría con un incremento de la Población Económicamente Activa (PEA), por lo que señalaron que el emprendimiento femenino debe impulsarse en países en vías de desarrollo y también en los países con un desarrollo ya consolidado”. Acs y Varga señalaron que el emprendimiento debe considerarse como la realización de las habilidades especiales del individuo. Destacaron los aportes de Hizrigh al señalar que emprender es una combinación racional de factores de producción basados en el enfoque innovador del riesgo. Los autores explicaron que el emprendimiento nace de la creación de una idea que genera independencia y solvencia económica, que muchas veces también impulsa a otras personas a la generación de ingresos. “El fracaso de este depende muchas

veces de la falta de apoyo, impulso y facilidades que deben ser proporcionados por los gobiernos tanto central como local”. (19) (21)

Juan Bautista Say, fundador de la escuela clásica francesa y representante de la corriente económica de Adam Smith, destacó que el éxito de un emprendedor es importante tanto para el individuo como para su entorno social. Resaltó que “un país en desarrollo es aquel que está compuesto por comerciantes, industriales y agricultores trabajando en desarrollar la materia y lograr ingresos”. (22)

Alfred Marshall, destacado economista inglés (1842-1924), señaló que el éxito no solo se traduce en dinero sino en organización. También indicó que los emprendedores tienen habilidades especiales y son líderes por naturaleza. (23)

De acuerdo con Joseph Schumpeter (1882-1950), la tarea de todo emprendedor es reformar y/o revolucionar los mecanismos de producción a través de la innovación tecnológica, para producir nuevas mercancías o mejorar la cadena de producción, para de esta manera abrir nuevos mercados de abastecimiento. Destacó la visión emprendedora del empresario y la innovación ofreció nuevas herramientas para el desarrollo económico; en este sentido, la teoría del emprendedor de Schumpeter indicó que el emprendedor no debe perseguir como fin último el deseo de acumular dinero o riqueza, sino priorizar el liderazgo y la innovación. Schumpeter analizó la innovación desde un enfoque holístico y distingue tres elementos primordiales: invención, innovación y difusión. Definió como invención el proceso científico-técnico, que conllevó al descubrimiento de algo; por otra parte, la innovación abarca el cómo se presenta lo inventado hacia el público, mientras que la difusión está relacionada con el método organizativo, para

ser difundir el invento. Schumpeter colocó el punto focal del emprendimiento en la innovación, lo que conlleva a soluciones y a identificar ventajas comparativas en el mercado. El emprendedor schumpeteriano persiguió, “el desarrollo independiente alejado de la dependencia de su sistema de trabajo”. (24)

Ludwig Von Mises, economista austríaco, estimó tres características para los emprendedores. La primera indica que un emprendedor es un evaluador, por lo que debe calcular beneficios, costos y con base a ello toma sus decisiones y al tomarlas descubrir nuevas necesidades y mecanismos de producción, así como futuras acciones para fortalecer su posición en el mercado. La segunda característica del emprendedor es la de empresario, debido a que debe planificar cómo utilizar los recursos para producir, la última característica es la capacidad para abordar de manera inteligente la incertidumbre, ya que debe actuar en función del futuro ya que no es posible conocer las acciones que realizan otros seres humanos. (25)

Kinich, uno de los fundadores de la “Escuela Económica de Chicago”, señaló que algunos agentes económicos a los que él llama emprendedores son más proclives a enfrentar la incertidumbre con respecto a las variaciones propias del mercado. Entre las funciones más importantes de un empresario es la innovación que contribuye en gran medida con el avance de una economía que busca continuamente crecer y fortalecerse. (26).

En la presente investigación, la teoría del emprendimiento de Schumpeter es considerado el fundamento teórico más adecuado para determinar las barreras que limitan el emprendimiento de mujeres promotoras de la zona de José Gálvez

Barnechea del distrito de VMT-Perú y la vinculación con su perfil, motivaciones y las oportunidades de mercado en esta área, en tiempos de pandemia por la COVID-19, debido a que esta teoría se centra en que los emprendedores deben tener esa capacidad de innovar y superar obstáculos presentes, priorizando el liderazgo en su entorno. Estas características las posee la población objeto de estudio (mujeres líderes con deseos de emprender y por superar obstáculos y de innovar en tiempos de pandemia por la COVID-19).

5.2 Emprendimiento femenino

La OIT considera que el emprendimiento femenino es la forma natural que tienen las mujeres para asumir nuevos retos, desafíos y poder superar la pobreza, y lograr la mejora económica de sus familias (10). Prieto tipificó seis perfiles de las mujeres que inician un emprendimiento: a) las mujeres jóvenes que tienen mayores oportunidades laborales; b) mujeres jóvenes que tienen estudios truncaos; c) mujeres que terminaron sus estudios; d) mujeres que no cuentan con una base de educación; e) mujeres que tienen barreras o restricciones con el entorno externo en el que se desenvuelven y f) las mujeres que han desarrollado habilidades basadas en conocimiento empíricos. Concluyó que la falta de una necesidad económica no es influyente para iniciar un emprendimiento, pero el alcanzar el logro, un reconocimiento y conseguir autonomía o independencia son factores determinantes que llevan a las mujeres al emprendimiento (27).

En México se han desarrollado programas de apoyo al emprendimiento en mujeres, entre ellos se encuentra Promotora Social México (PSM), la cual “impulsa iniciativas de emprendedores sociales que están orientadas a mejorar la calidad de

vida de personas menos favorecidas” (20), por medio de la inversión, el financiamiento y donativos, todos orientados al desarrollo integral de la persona. A la fecha, esta organización ha realizado 21 inversiones de capital o deuda en empresas y cinco en fondos de inversión. (12)

En Colombia se presentó una experiencia similar, la cual está focalizada en la población de Bucaramanga, un pueblo ubicado en la zona norte, donde el índice de pobreza se ubica cerca del 85 %. Desde el año 2007 se creó el programa “Mujeres ahorradoras en acción” el cual estuvo dirigido a las promotoras de programas sociales quienes iniciaron un emprendimiento. El programa busca la generación de ingresos de este grupo de mujeres, para lo cual no importó el tamaño de emprendimiento que tengan, pues se las capacitó en negocios, tecnología, inversión, como ahorrar y bancarizarse. Los resultados han sido abrumadores económicamente; además, mejoró el nivel de satisfacción de cerca de cinco mil familias y en el caso de las mujeres se logró un incremento de la autoestima. (13)

En un estudio exploratorio realizado en Kenia por Okoth, Nambuswa y Namusonge (2016) se concluyó que “las Pequeñas y Medianas Industrias (PYMES) están ganando una importancia abrumadora y que a pesar de que el bajo nivel de educación, la ausencia de capital y las restricciones culturales o religiosas afectan a las mujeres que inician un negocio”, una parte importante de este sector participó en actividades de producción a pequeña o mediana escala (28).

En Perú se han encontrado investigaciones sobre emprendimiento femenino. Avolio (7) y los estudios de Orihuela y Osorio (29), revelaron información importante sobre las similitudes encontradas en las descripciones de las mujeres

que iniciaron el emprendimiento de un negocio y variables demográficas, laborales y familiares. Los estudios mencionaron el origen del emprendimiento de las mujeres de las zonas urbano-marginales y los elementos que las han motivado a crear un negocio y lograr transformarse en empresarias. Agrupan a las mujeres por sus prácticas similares y evalúan el ciclo de vida desde que deciden emprender hasta que logran iniciar un negocio.

Los estudios de Álvarez y Cáceres (2017) y Kostovski (2017) guardan similitudes en cuanto al análisis del modelo antropológico humanista de Pérez López, el cual fue empleado para conocer a detalle las motivaciones para desarrollar emprendimientos por parte de las mujeres pertenecientes a la Agrupación de Mujeres Emprendedoras (caso Arequipa) y del distrito de La Unión, departamento de Piura. Ambos estudios concluyeron que motivaciones tanto internas y externas suscitaron la creación de sus empresas. (30), (31)

Toledo, mencionó que el inicio del emprendimiento en las mujeres se debe a una necesidad que tiene dos variables importantes: una económica y otra vinculada al desarrollo. Ambas variables influyeron para que la mujer dé el primer paso para emprender. La investigación concluyó que las mujeres emprenden por las siguientes razones: primero, por sus capacidades; segundo, por las relaciones con el entorno; tercero, por el buen manejo de la comunicación; cuarto, por su responsabilidad; quinto, por tener una actitud de ganadoras, y, sexto, por manejar un buen carácter (32).

Arellano (2018) investigó el emprendimiento femenino en el comercio comercial de Gamarra (Lima) y los factores que podrían influir en el

emprendimiento. Concluyó que la edad es el principal factor determinante, seguido del nivel de educación, como tercer factor se encuentra la apreciación y aprobación de la familia; el cuarto factor es la necesidad de dar una vida más digna a sus familiares. La investigación confirmó que las mujeres en edad adulta tienden a emprender más. (33)

5.2.1 Motivaciones de la emprendedora

Shapero (1985) hace un importante aporte al mencionar que no existe emprendimiento sin una motivación. Tomó en cuenta dos aspectos importantes e influyentes en la motivación para emprender: (34)

- **Apostar por una renovación:** puede ser positiva o negativa, pero surge una nueva interrogante: ¿Qué es lo que hace a unas personas cambiar sus vidas y a otras no? En ese caso, el autor se enfocó en la conveniencia que tiene cada persona para realizar una valoración de sus habilidades y conocimientos para dar el siguiente paso a la independencia.
- **Decisión de iniciar un negocio:** el autor ilustró en esta decisión la factibilidad considerada como una mezcla entre conocimientos, recursos, experiencias, la relación con otras personas que las llevó a valorarse e independizarse.

Shapero, en la Tesis Doctoral “Gender Differences in Motivations for Becoming an Entrepreneur” señaló que la motivación siempre aparece al iniciar un emprendimiento y es impulsada por una oportunidad o por la necesidad ante la falta de oportunidades. (34)

Otro aporte importante es la investigación “The Theory of economic development” de Schumpeter (2003) que mencionó el aumento de la colaboración de las mujeres en la gestión de emprendimiento de la economía de un país. El autor consideró tres aspectos importantes que son parte de las motivaciones: (35)

- **A nivel personal:** cambios propios en la persona. La manera como se auto percibe. Confianza y capacidades internas.
- **A nivel social:** poder de negociación con sus pares a través de un grado de confianza.
- **A nivel colectivo:** las actividades que se realizan pueden ser homogéneas; sin embargo; el poder de gestión es diferente.

El autor señaló también que “la motivación determina el desarrollo de la actividad emprendedora y su éxito”. Realizó un estudio comparativo donde se observó que el reconocimiento de las motivaciones incrementó la probabilidad de emprender cualquier negocio y que sus prioridades nacieron por un problema familiar y anhelo de superación.

Para el sustento se apoyó en tres elementos determinantes: (35)

- **El comportamiento:** depende puramente de la opinión de cada individuo.
- **Factor social:** dominado por la presión social para realizar un tipo de conducta.
- **Nivel de evaluación de la conducta:** que es percibido como una evaluación del comportamiento del individuo.

Concluyó su investigación señalando que la motivación induce a la autoconfianza que se fundamenta en el conocimiento de las habilidades y, principalmente, en las capacidades para realizar tareas y tener éxito; sin embargo,

este estudio también indicó que muchas mujeres rechazan oportunidades de emprendimiento debido a que perciben que carecen de habilidades para ello o que tienen menos autoconfianza o faltas de oportunidades para alcanzar el éxito. (35)

De acuerdo con un estudio realizado por la Asociación de Mujeres del Pacífico, en Perú la tasa de emprendimiento femenino es superior a la del emprendimiento masculino. En líneas generales el estudio dividió a las mujeres peruanas en seis grupos los cuales poseen distintas razones para llevar a cabo un proyecto de emprendimiento: (46)

- **Mujeres jóvenes con iniciativas de empleabilidad:** mujeres que no tienen hijos y que aún no tienen la experiencia laboral. Deciden emprender por necesidad.
- **Mujeres en desarrollo con prohibiciones externas:** mujeres que poseen experiencia laboral, pero su salario no cubre sus expectativas de vida.
- **Mujeres afianzadas con una carrera truncada:** son aquellas mujeres que emprenden debido a una frustración económica. Estas mujeres también poseen experiencia laboral.
- **Jóvenes mujeres emprendedoras:** son mujeres que emprenden por iniciativa propia, tienen una preferencia natural hacia esa actividad.
- **Mujeres en desarrollo:** son mujeres que emprenden por disposición personal, luego de una dilatada práctica laboral.
- **Mujeres consolidadas profesionalmente:** aquellas que emprenden por la insatisfacción con su actual trabajo. Poseen amplia experiencia laboral y tienen mayor preparación para el emprendimiento.

En líneas generales el emprendimiento es una fuente de desarrollo y en el caso de las mujeres esta actividad le permitió equilibrar su vida personal, familiar y laboral. De acuerdo con el Primer Informe sobre Programas de apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza Pacífico (2016), en los últimos años el emprendimiento en Latinoamérica ha cobrado importancia debido al aumento de la motivación de las mujeres por emprender. Sin embargo, las mujeres deben superar un conjunto de obstáculos como por ejemplo el acceso a servicios financieros. El 78.1% de las mujeres laboralmente activas de la región se concentran en las secciones que tienen baja productividad y bajas remuneraciones, aun así, representan cerca del 40% de la población económicamente activa” (40). “Las mujeres consideran la gestión de emprender como una alternativa para lograr mejoras para sus familias y su desarrollo profesional”. (36)

El elemento más relevante para las emprendedoras potenciales es la independencia económica en primer lugar y la independencia laboral en segundo lugar. Es decir, las mujeres consideran que ser emprendedora les otorga la posibilidad de prescindir de trabajos donde no obtienen suficiente remuneración económica. “En las emprendedoras nacientes y consolidadas la independencia económica es un elemento de gran importancia y relevancia en el desarrollo personal al representar la posibilidad de obtener experiencia y aprendizaje”. (36)

También se deben otras variables con igual grado de relevancia como el poder equilibrar las actividades personales y laborales.

La proposición de manejar los horarios propios surgió de un conjunto de trabajos de investigación en el área del emprendimiento y parece ser lo que mejor

define como independencia, es decir el hecho de poder decidir cuándo y cuánto trabajar. (36)

“El emprendimiento femenino es necesario para la vitalidad económica de una sociedad, debido a que ofrece nuevas oportunidades de trabajo y contribuye en gran medida con la generación de riqueza”. (36)

5.2.2 Perfil de la emprendedora

Hizrich mencionó que “la fórmula para lograr ser una mujer emprendedora exitosa es la combinación de actitudes, actividades y aspiraciones vinculadas a la necesidad de ser autosuficiente en su entorno”. Está demostrado con la certeza de que los hijos de padres emprendedores o con negocio propio poseen mayores posibilidades para que en un futuro ellos mismos puedan emprender el suyo, y esto como consecuencia de haber desarrollado tempranamente más habilidades gracias a su entorno. (19)

En el 2021, reporte del Banco Mundial para la regulación de pequeñas y medianas empresas emprendedoras mencionó que la formación de un emprendedor no solo está compuesta por cualidades, sino que los emprendedores se pueden formar en cualquier período de su vida y alcanzar motivación y éxito. Para emprender se requiere de capacitación, la cual se puede adquirir en cualquier momento. (37)

En 2006, Gürol y Atsan indicaron que las uniones más exitosas en alineación emprendedora es la capacitación acompañada del “componente práctico o experimental, de aprender haciendo”; es decir, todo se puede aprender, nada es

imposible. En cuanto a los contenidos, consideraron que además de inspirar destrezas empresariales, se debe formar en gestionar de administración de personal y liderazgo. “La formación emprendedora orienta la necesidad de superación a través de fortalecer el control interno; además, incide en fortalecer las habilidades para empezar y hacer crecer un negocio que en la mayoría de las veces empieza por casa.” (38)

Ortiz, Camargo y Duque estudiaron la personalidad de la mujer emprendedora, que se desarrolla en tres etapas: (39)

- **Transmisión de valores:** la mujer influye en los valores que trasmite a sus hijos, además de generar un ambiente familiar que se encuentre en concordancia. Actualmente, la mujer emprendedora debe tener un constante diálogo con consigo misma, su familia y la sociedad para tener una mejor comprensión de las problemáticas existentes y encontrar una solución. En general, las mujeres que llevan a cabo emprendimientos desean transmitir sentido de superación a los miembros de su entorno familiar, en otras palabras, predicar con el ejemplo, debido a que desean que sus hijos y familiares más cercanos repliquen el éxito. Esto conlleva gran responsabilidad y necesidad de profundizar los valores vinculados con la honestidad, éxito, empatía y profesionalismo.
- **Siguiente generación:** la madre inculca valores que se siembran desde la infancia. Su rol de formadora es innato. Las mujeres tienen una gran responsabilidad, pues conjugan virtudes y valores que son los pilares a nivel familiar y laboral. Cuando las mujeres ejecutan proyectos de emprendimiento, asumen un compromiso tanto personal como familiar, esto se debe a que uno de los motores que impulsan estas iniciativas es lograr la independencia económica y garantizar el futuro de sus hijos

y entorno familiar, para que de esta manera dispongan de herramientas que faciliten su estabilidad financiera y disminuya la dependencia de otros. La mujer emprendedora tiene más aversión al riesgo, pero sobre todo tienen en cuenta la compatibilidad con la familia.

- **Líder emocional:** su reto, al involucrarse laboralmente en la empresa familiar, consiste en desarrollar sus habilidades y de alguna manera demostrar sus destrezas y fortalezas. Las mujeres peruanas emprendedoras han optado por romper esquemas culturales impuestos y participar en el mundo de los negocios. Esto implica que ser emprendedora, es una forma de ser y actuar ante circunstancias puntuales. Las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT-Perú desempeñan una doble función: como madres y como líderes emprendedoras que deben enfrentar un conjunto de desafíos.

A la par de estos tres ámbitos, la mujer emprendedora debe fortalecer una serie de características que van de la mano con una actitud emprendedora: (39)

- **Proactividad:** se refiere a la capacidad de anticiparse a los hechos.
- **Abrir los propios caminos:** implicar construir el futuro propio e indagar sobre las estrategias para plasmar su visión de negocio.
- **Confrontar sus miedos:** pueden ocurrir cambios no previstos o que se hagan muchos intentos hasta obtener el resultado esperado, pero es parte del proceso de adquirir más experiencia.
- **Superar obstáculos:** en el camino del emprendimiento se encontrarán una serie de obstáculos y depende de la actitud de la mujer emprendedora cómo manejar los mismos, por lo que la perseverancia y el trabajo conjunto ayuda a superar las barreras.

Pizarro en 2014 sobre el perfil emprendedor de la mujer de los sectores C y D de poblaciones urbano-marginales, consideró 10 vías de movilidad integral dentro de la personalidad que orientan el perfil al emprendimiento: (40)

- **La movilidad interior:** comienza como movimiento personal, en el que las personas buscan cambiar las expectativas a las que aspiran.
- **La movilidad psicológica:** ayuda al sujeto a orientarse en contextos radicalmente distintos, actualizando rasgos caracterológicos, actitudes, disposiciones y hábitos. Las personas inmigrantes son expertas en reubicación y adaptación en contextos culturales diversos.
- **La movilidad eventual:** la capacidad para tratar con la diversidad social de identidades y con diversos roles sociales.
- **La movilidad física o geográfica:** los inmigrantes, por su actitud de emprendimiento, son capaces de aprender a vivir en nuevos espacios. La mayoría de ellas van al centro de las ciudades de los países desarrollados. La ciudad es un símbolo de movilidad, innovación y, creatividad social y económica. Por tanto, es también un lugar de interacciones y de ascenso social. Es innegable que el tránsito entre los contextos rurales, semiurbanos y urbanos a nivel nacional o internacional implica una constante confrontación de identidades.
- **La movilidad relacional:** las tecnologías de la información y comunicación del transporte permite a mucha gente establecer contactos con más personas en diferentes partes del mundo y en tiempo real. Por tanto, cambian los patrones de las relaciones humanas.

- **La movilidad comunicacional:** las nuevas comunicaciones permiten el aumento y diversidad de la conectividad para la conversación e intercambio con personas muy distintas y en contextos muy diversos.
- **La movilidad mediática:** en la actualidad, muchas personas de origen inmigrante tienen una mayor facilidad para desarrollar la capacidad de consultar y participar en fuentes de información o conocimiento mucho más diversas, a nivel mundial y en tiempo real, que hace diez años.
- **La movilidad social:** integra las trayectorias de cambio de clase social, nivel educativo, ocupación o estatus. La movilidad social para muchos inmigrantes depende del origen y de la clase social en la que se insertan en el país de destino.
- **La movilidad económica:** permite ampliar la capacidad para mover recursos humanos e intercambiar valores, bienes y servicios físicos, y abstractos por todo el mundo, en tiempo real. Este tema se aborda desde el transnacionalismo económico, del cual son protagonistas muchos inmigrantes.
- **La movilidad política:** entendida como un alto grado de libertades y posibilidades o derechos operativos de comunicación, participación y emprendimiento. Las personas y colectivos reclaman moverse a los centros de decisión y hacerse presentes para codecidir con otro modelo de gobernanza.

En síntesis, se puede decir que la vida cotidiana de las personas se encuentra en constante movimiento que involucra no solo personas, sino redes, información y todo tipo de recursos (capitales, bienes, servicios, entre otros). Este proceso está marcado por tres fenómenos importantes de carácter mundial: la globalización, el emprendimiento social y la migración. Estos fenómenos han ayudado a empoderar

el emprendimiento femenino desde el año 2000 a la actualidad, generando una oportunidad y moldeando un perfil de estilo de vida para las mujeres. (39)

Las bases teóricas de Gürol y Atsan fueron consideradas en esta investigación por establecer una estrecha vinculación entre la capacitación y el componente práctico o experimental al momento de desarrollar con éxito un proyecto de emprendimiento. (38)

5.2.3 Particularidades generales sobre emprendimiento femenino

El proyecto de investigación *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* en su publicación *Women's Entrepreneurship Report (2017)* señaló que cerca de 126 millones de mujeres en el mundo se encuentran iniciando o gestionando algún negocio propio o han optado por su independencia económica en 67 economías del mundo, dato importante que se complementa con un promedio de 98 millones de mujeres que actuaban al frente de negocios establecidos (20). En la publicación se destacó tres importantes investigaciones de éxito e impacto en las economías de sus países en Brasil, India y una tercera de empresas medianas en Rusia. Concluyó que las particularidades del emprendimiento femenino la convierten en una actividad que registra importantes aportes en la economía de un país. El impacto traspasa al grupo de mujeres ubicadas en los sectores C y D, quienes tuvieron como impulso inicial el respaldo de autoridades locales, para luego conseguir la autonomía en sus decisiones. (20)

Esta investigación mencionó seis cualidades importantes de las mujeres de sectores C-D que hoy ya son consideradas emprendedoras: (20)

- **Pasión por el trabajo:** hay una alta intencionalidad y pasión por la actividad empresarial que realizan, porque hay muchos retos que deben superar y sin esta cualidad el emprendimiento no logrará el éxito anhelado.
- **Autoconfianza:** confían en sus capacidades, destrezas y emprendimiento. La autoconfianza las lleva a luchar contra cualquier obstáculo.
- **Necesidad de logros:** buscan conseguir el éxito y lograr sus sueños.
- **Gestión de riesgos:** asumen riesgos, y los calculan en su negocio y lo controlan. Saben que el riesgo también incluye a sus familias; sin embargo, prefieren apostar por un futuro mejor.
- **Iniciativa:** el emprendedor tiene la oportunidad de cristalizar y concretizar las ideas que le apasionan.
- **Tolerancia al cambio:** se adaptan al cambio y lo perciben como algo normal, al responder a cambios del entorno y los experimentan como una nueva oportunidad de su emprendimiento.

Gholipour y Pirannejd, en su estudio “*Motherhood and entrepreneurship: the mumpreneur phenomenon international*”, planteó una diferencia entre la particularidad del emprendimiento femenino con el del hombre. Mencionó que, para el hombre, la principal preocupación de emprender es ganar dinero, además de buscar siempre autonomía; mientras que para las mujeres el emprendimiento es el medio para alcanzar a satisfacer una necesidad personal y de su entorno familiar.

(41)

Otro importante aporte en el estudio “Singularidad del emprendimiento femenino” señaló que las mujeres emprendedoras se caracterizan por tener

similares motivos que las llevan a iniciar un negocio. El principal motivo es su preocupación por su familia; es decir, pensar en su desarrollo y mejora (41).

Novak en 1998 mencionó que “los países de Suramérica son paternalistas, pues subvencionan programas de ayuda social con mujeres promotoras como intermediarias” para que la ayuda llegue a quien es beneficiario; sin embargo, aún no se ha trabajado en una perspectiva a futuro sobre brindar oportunidades de desarrollo a la mujer que trabaja como promotora en habilidades que le permitan generar ingresos para ella y su familia. Novak señaló que los gobiernos no brindan el apoyo necesario a las mujeres provenientes de los estratos sociales más bajos que viven en zonas de extrema pobreza, y que por diversos factores no pueden alcanzar un emprendimiento o desarrollo de una idea que les permita mejoras económicas sin descuidar su labor principal de madre de familia. (42)

Las particularidades sobre el emprendimiento femenino abordadas por los autores Gholipour; Pirannejd y Novak se vincularon con las bases teóricas de Schumpeter en materia de emprendimiento, ya que indicaron que las mujeres se caracterizan por tener mayor iniciativa para llevar a cabo proyectos de emprendimiento con respecto a los hombres; lo que demuestra su capacidad de liderazgo; además de gestionar adecuadamente oportunidades de innovación en situaciones adversas. (41) (42)

5.2.4 Perspectivas del emprendimiento

Tomando en cuenta la teoría del emprendimiento de Schumpeter, las perspectivas del emprendimiento se refirieron al análisis que se realiza en el curso de un negocio, con atención en las metas establecidas en un futuro. Para Prieto, una

mujer emprendedora logra identificar, dentro de una oportunidad, un evento desconocido para ella (27). “La mujer emprendedora primero busca el sostenimiento, y, en segundo lugar, compensar sus anhelos o retos personales, sociales, y culturales, trabajar en ellos y alcanzar el éxito; sin embargo, la falta de confianza, el miedo y el temor al fracaso pueden dificultar el logro de sus metas”. Schumpeter identificó cinco perspectivas del emprendimiento: 1) económica; 2) social-institucional; 3) cultural; 4) psicológica-motivacional y 5) procesos. (27), (35)

En la presente investigación se hará énfasis en dos perspectivas: 1) económica debido a que es un pilar fundamental de todo emprendimiento por la generación de riqueza e independencia según los preceptos de Schumpeter y 2) social-institucional por las características propias de la sociedad peruana que amerita especial estudio al entorno en el que se desenvuelven las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT-Perú y determinar que barreras limitan los proyectos de emprendimiento.

5.2.4.1 Perspectiva económica

El emprendedor en términos económicos como un tomador de riesgos e innovador que crea riqueza. La perspectiva económica vincula la comprensión de las iniciativas de emprendimiento por parte de los individuos que se asumen como seres económicos. En concordancia con los preceptos de Schumpeter, esta perspectiva concibió el emprendedor como un agente que impulsa el desarrollo económico, en otras palabras, se entiende que la existencia de iniciativas de emprendimiento contribuye con el desarrollo económico de una sociedad. (35)

La independencia económica un aspecto por el cual los seres humanos (en este caso, la mujer) deciden emprender. Según Schumpeter, el ser humano siempre buscó su independencia laboral o personal, sin embargo, el estar preparado o tener las herramientas para afrontar retos es lo que le permitirá subsistir (35)

Por otra parte, el acceso a la financiación es un tema importante para las mujeres. El estudio “Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú”, de León y Huari, mostró que la independencia económica está significativamente influenciada por la decisión empresarial. Las emprendedoras que impulsan iniciativas para solucionar las carencias que atraviesa la población genera a la vez empleo que potencia la economía a través del valor agregado. Los proyectos de emprendimiento dependen de uno conjunto de factores que incluyen características propias de los individuos, mercado, acceso a créditos financieros, apoyo gubernamental, entre otros. (43)

Información del General Entrepreneurship Monitor (GEM), mencionó que la Tasa de Actividad Emprendedora (TAE) del Perú en el universo de la PEA, es 40%, que en comparación con otros países de la región es elevada. La TAE indica que la hay un grupo considerable de emprendedoras que va desde aquella que tiene una bodega hasta la que tiene intenciones de internacionalización. (20)

Se debe tener en cuenta que el incremento de consumo de las redes sociales juega un rol importante para desarrollar un emprendimiento. Los negocios que no avanzan con la tecnología no podrán sobrevivir y las personas que no estén preparadas para enfrentar los avances tecnológicos no podrán innovar y mantenerse en un mercado tan competitivo. La tecnología es una aliada del emprendimiento.

Sus beneficios son muy importantes sobre todo para las personas que cumplen una doble función. En el caso de las mujeres emprendedoras, son madres de familia y también prósperas mujeres de negocio. (43)

Prieto señaló que la falta de capacitación suficiente para las mujeres es un obstáculo para su participación en actividades empresariales, especialmente en el entorno urbano-marginal y rural. Su estudio “Emprendimiento: Concepto y plan de negocios” comprobó que las mujeres que habitan en zonas rurales no consiguen las mismas oportunidades de entrenarse como los hombres; por lo tanto, tienen una capacitación limitada. (27).

Prieto, en su estudio “Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios”, señaló que las mujeres empresarias de los sectores urbano-marginales tienen un bajo nivel educativo y que la educación y el emprendimiento femenino están interrelacionados. Ellas tienen menos conocimiento de cómo lidiar con la burocracia gubernamental, menos contactos empresariales y menos poder de negociación, todo lo cual limita aún más el desarrollo del espíritu empresarial. La experiencia, conocimiento y contactos son esenciales para entrar en nuevos mercados. Incluso, indica que las mujeres, a menudo, carecen de acceso a la experiencia sobre cómo participar en actividades empresariales. El estudio describió una fuerte relación entre experiencias anteriores y la decisión de convertirse en empresarias (27).

5.2.4.2 Perspectiva social-institucional

Schumpeter destacó que existen diversos tipos de emprendedores y de características de sus proyectos, así como el entorno donde se desenvuelven. “El

análisis del emprendimiento debe girar en torno a modelos interdisciplinarios que tomen en cuenta, la complejidad de la persona, empresa y entorno”; por ello, el emprendimiento debe considerar aspectos de orden económico, psicológico, social y cultural. (35) En el caso del emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT-Perú, el entorno estima que el emprendimiento es un evento contextual.

Según Ponce, “las mujeres se ven afectadas por las complejidades socioculturales, con énfasis en países subdesarrollados donde la población que forma parte de sectores C-D aún conservan sus raíces sociales y culturales muy marcadas, producto muchas veces del aislamiento político que sienten y la ausencia de apoyo institucional”. (44)

Además, “la planificación de políticas públicas que contribuyan a la atención y desarrollo de comunidades menos favorecidas es una función del Estado”, desde este punto de vista, las políticas públicas se operacionalizan a través de proyectos y programas, en otras palabras, la política social es aquella que construye un estado para alcanzar el bienestar de la población y solucionar en parte los problemas sociales. (48). Al abordar el tema de políticas públicas, el empoderamiento colectivo de la mujer demanda un proceso participativo que sea capaz de analizar los problemas y barreras que limitan la capacidad de emprendimiento (44).

Es de suma importancia considerar este elemento, a fin de evaluar de manera integral la pertinencia de los programas sociales del Estado Peruano orientados hacia la mujer de escasos recursos y con motivaciones de emprendimiento, en

particular la población objeto de la presente investigación. Stefanovic y Rankovic describieron que las situaciones de seguridad institucional tienen influencia en las mujeres empresarias, señalando que cuando hay inseguridad institucional, es difícil para las mujeres involucrarse en el espíritu empresarial, pues rompe el placer de rutinas y expectativas diarias predecibles. (45).

En este punto conviene mencionar que el término *gender mainstreaming* fue incluido por primera vez, en la IV Conferencia Mundial sobre las mujeres de Naciones Unidas, que tuvo lugar en Beijing en 1995. La intención fue dar a conocer la necesidad de incluir en todas las políticas públicas las barreras en desigualdad de género. (50). Bajo este enfoque, las políticas públicas tienen el compromiso de promover el emprendimiento siguiendo diferentes perspectivas, las cuales han ido evolucionando según los avances en la profundidad de los estudios de género. (46)

La temática del emprendimiento es de especial importancia a nivel económico y social, es por ello por lo que recientes estudios se han enfocado en analizar las diferencias de los emprendimientos desde una perspectiva de género. Los mismos han demostrado que la cantidad de mujeres emprendedoras ha aumentado en los últimos años. (46)

El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) luego de estudiar las iniciativas de emprendimiento en alrededor de 70 países, determinó que el porcentaje de hombres emprendedores es superior al de las mujeres; sin embargo, se reconoce la jerarquía del rol de la mujer en este campo y su participación al progreso económico (24). El valor de las mujeres y la colaboración en el emprendimiento también se ven afectados por la inseguridad social y económica

que son perjudiciales porque pueden erosionar el capital social de una sociedad. Ambos problemas son causantes de malentendidos y conflictos entre las mujeres y sus vecinos. Ellas se desenvuelven en un entorno con una infraestructura deficiente, una visión social insegura y confusa. (20)

5.2.4.3 Perspectiva cultural

Se refiere al rol de la educación, prestigio y recursos para el progreso de empresas emprendedoras. López y Díaz, en su estudio “Motivaciones para emprender”, mencionaron la influencia tanto cultural y familiar en la motivación de las mujeres y su desarrollo hasta convertirse en empresarias, profundizando sobre la importancia del apoyo familiar, en particular sobre el apoyo de los esposos. Inclusive, la socialización temprana, las experiencias y los modelos de conducta también han influido en las mujeres para ser emprendedoras. Además, consideraron que la mayoría de ellas toman su propia decisión y pocas consultan con otros miembros de su familia (47).

Sobre hábitos de conducta de las emprendedoras, Matos señaló que los factores socioculturales, la forma de pensar y actuar influyen en el emprendimiento además del entorno cultural, finanzas y educación. Concluyó que en “89% de los países de América Latina los emprendedores fracasan en los primeros cinco años de vida, lo cual sucede por no haber definido su horizonte social y cultural” (48). Schumpeter explicó que el emprendedor se caracteriza por tomar decisiones en función de aprovechar las oportunidades que le ofrece su entorno cultural, creativo, innovador para mejorar y transformar productos y servicios que luego expondrá en el mercado, decidiendo sobre sus especificaciones y características. (35)

5.2.4.4 Perspectiva psicológica-motivacional

Trata sobre el impulso interno y la fuente de la motivación que permite al empresario tener éxito. (45). Stefanovic y Rankovic mencionaron que las mujeres buscan tener una familia con visión positiva y que el querer alcanzar grandes metas está asociado al éxito empresarial, contexto que proporciona autonomía, desafío y flexibilidad (45).

Conviene destacar que el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* realizó un estudio exploratorio en los Estados Unidos sobre mujeres emprendedoras, mostrando que la mayoría de las mujeres lograron mejores ingresos familiares por encima de lo esperado, pero se incrementó el número de divorcios. La mujer se convirtió en la principal aportadora de dinero en los hogares, por lo cual adquirió mayor autonomía (20), lo que fundamenta una de las razones por la que las mujeres llevan a cabo proyectos de emprendimiento: su independencia económica.

Prieto señaló que la falta de capacitación suficiente para las mujeres es un obstáculo para su participación en actividades empresariales, especialmente en el entorno urbano-marginal y rural. Su estudio “Emprendimiento: Concepto y plan de negocios” mostró que las mujeres de las zonas rurales no tienen las mismas oportunidades de entrenarse como los hombres; por tanto, tienen una capacitación limitada. La falta de disponibilidad de un programa de capacitación y apoyo técnico afectan el desarrollo femenino al inicio de un negocio. En promedio, las mujeres tienen menos acceso a la capacitación que los hombres; sin embargo, siempre se debe tener en cuenta que las habilidades profesionales y vocacionales pueden mejorarse sobre una base sólida de educación primaria y secundaria (30).

La independencia económica es uno de los puntos más importantes por los cuales los seres humanos, en este caso las mujeres, emprenden. De acuerdo con Schumpeter, un emprendedor persigue en primer lugar una posición social, sentirse independiente y superior a los demás, el impulso de lucha y conquista constante y la satisfacción de crear”. (35)

5.2.4.5 Perspectiva de procesos

De acuerdo con esta perspectiva, la mujer emprendedora es el centro de atención, en tanto sus relaciones repercuten en su desarrollo para la generación de valor económico, la cual es una de las funciones de todo agente emprendedor según la teoría de Schumpeter. (35).

El área de estrategia está orientada al proceso de planificación y maximización de recursos financieros y capacidades, y cómo actuar ante las variaciones propias del mercado en el que se está participando. (35)

5.3 Barreras que limitan el emprendimiento femenino

De acuerdo con Schumpeter, los nuevos emprendedores que inician la actividad económica por oportunidad deben poseer conocimiento sobre las barreras que deben afrontar, con el objeto de buscar soluciones. Cuando se desconoce esta información, surgen una serie de inconvenientes muchas veces difíciles de superar. (35)

En correspondencia a lo anterior, se consideró las barreras de tipo educativo y social que enfrentan las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea

del distrito de VMT-Perú, al momento de llevar a cabo proyectos de emprendimiento.

5.3.1 Barreras educativas

Saavedra mencionó los aportes de Powers y Magnoni en su investigación donde determinaron que existen diferencias muy importantes entre el nivel de estudios de hombres y mujeres que deciden realizar un emprendimiento (9). También citó los aportes de Heller en su investigación sobre América Latina donde señaló que “El nivel educativo es un obstáculo al que se enfrentan las mujeres emprendedoras”, debido a la gran brecha que existe entre hombre y mujeres en el acceso a la educación formal, lo que a su vez limita poder disponer de experiencia empresarial y en comercialización, así como también en las áreas de administración y marketing que son necesarias en el área del emprendimiento. (9)

Al analizar los índices de igualdad o desigualdad de una sociedad en específico, es pertinente considerar los distintos factores que pueden influir, entre ellos, la educación y las posibles barreras en su acceso que es una variable fundamental. En el Perú, el distanciamiento entre hombres y mujeres en el acceso a educación sigue siendo considerable, aunque hay signos de avance, de acuerdo con el estudio “Brechas de Género” realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el año 2016, mencionó que la asistencia en educación inicial y primaria de las niñas superó al de niños entre los 6 y 11 años (48). Sin embargo, en educación secundaria permanece, con mayor impacto en las zonas rurales, ejemplo de ello es que solo el 63.7% de niñas entre los 12 y 16 años están matriculadas en los colegios (48); además, una investigación del Consorcio

de Investigación Económica y Social (CIES) demostró que las niñas en edad escolar que habitan en zonas rurales son más propensas a abandonar la escuela, y apenas el 35% de ellas la termina (48).

Importante mencionar que tanto las niñas y adolescentes deben laborar para aportar recursos a sus hogares o deben cuidar a sus hermanos menores mientras la madre y/o padre deben trabajar; en muchos casos los padres desisten de enviar a sus hijas por seguridad o por no contar con suficientes recursos económicos para costear la educación. A pesar de ser un actor fundamental de la sociedad y su entorno, las mujeres también se convirtieron en actores vulnerables, pues por las responsabilidades en el hogar muchas veces descuidan sus estudios. Por ello, solo un pequeño sector de mujeres de zonas vulnerables posee estudios, y en muchos casos los mismos no se han culminado. En el largo plazo, se convierten en un círculo vicioso de pobreza, pues la deserción escolar potencia la falta de preparación; sin embargo, muchas veces, las situaciones adversas y necesidad de alcanzar la independencia económica se convierte en una de las principales motivaciones para consolidar proyectos de emprendimiento. (48)

Al respecto, el gobierno peruano, en medio de la pandemia por la COVID-19 promovió políticas de apoyo social a las mujeres de escasos recursos, ofreciendo remuneraciones dignas, y otros beneficios no obstante, reportes del INEI indican que por ejemplo en la capital peruana, las mujeres cuentan con un nivel educativo secundario de 81.8% respecto a los hombres con 89.4%, que se ve diferenciado por una tasa de participación laboral de 63.4% en mujeres y 79.9% los hombres” (48), lo que da cuenta de una situación de desigualdad no solo a nivel educativo, sino también laboral. (48)

La deserción escolar trae consigo la falta de experiencia laboral, que es una clara desventaja. La experiencia es vital para el éxito de todo emprendimiento. Avolio señaló en que “las empresas bajo la dirección de mujeres con un mayor nivel de educación logran entrar con mayor facilidad al sector formal y tienen un mayor rango de competitividad” (7).

El bajo nivel educativo, falta de experiencia laboral y/o empresarial son parte de las dificultades que afrontan las mujeres peruanas emprendedoras. La falta de experiencia se debe a que muchas mujeres emprendedoras constituyen sus pequeñas empresas muy jóvenes y van adquiriendo experiencia en el camino, esto es una clara desventaja. (7)

Por su parte, el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) mencionó que las mujeres con escasos niveles de educación tienen un camino más largo para ser emprendedoras, debido a que se encuentran en un entorno adverso, por lo que, al no disponer de un nivel educativo adecuado, ni experiencia laboral, deciden por iniciativa propia establecer sus negocios, sin embargo, muchos de ellos fracasan por la falta de capacitación (49). Las emprendedoras potenciales consideran que la falta de conocimiento en el área donde desean incursionar son parte de los obstáculos a los que se enfrentan al momento de emprender. Las emprendedoras nacientes muchas veces carecen de herramientas como la gestión del tiempo lo que al final repercute negativamente en sus proyectos de emprendimiento. (49)

Por lo general, las mujeres emprendedoras que carecen de habilidades administrativas y gerenciales tienen un alto grado de probabilidad de fracasar en los

primeros meses. Las habilidades financieras implican el manejo de presupuesto, proyección de costos, contabilidad, entre otros. En el área de marketing se requieren habilidades para la toma de decisiones, ventas, promoción, canales de distribución, etc. En el área de operaciones y tecnología es necesario adquirir habilidades en la toma de decisiones de operaciones y logística, almacenamiento e inventario. Las barreras educativas que limitan el acceso al conocimiento tienen incidencia directa en el mercado laboral, por el ejemplo la débil participación femenina en empresas no se debe a una carencia de talento, sino a un sinnúmero de prejuicios y limitaciones en el acceso a la educación. (49)

En síntesis, las barreras educativas condicionan el desempeño de las mujeres en el desarrollo laboral, pero a su vez propicia el emprendimiento debido a las circunstancias económicas o insatisfacción del ingreso familiar. Los motivos internos también están vinculados con la decisión de optar por el emprendimiento y obtener logros, autonomía y poder de decisión. No existe solo una circunstancia o motivo que impulse la decisión de la mujer de optar por el emprendimiento. Esta decisión constituye una mezcla de diversos motivos, que tienen como propósito conquistar la independencia económica. (49)

5.3.2 Barreras sociales

Las mujeres peruanas se han caracterizado a lo largo del tiempo por su espíritu emprendedor, ya que, por temas culturales, la mujer suele ser sostén de hogar, como se ha comentado con anterioridad, muchas iniciativas de emprendimiento ocurren por necesidad y por la aspiración a alcanzar la independencia económica. Experiencias de programas de apoyo a la mujer

empresaria que se han implementado en países como Australia, Nueva Zelanda o Rusia, son referentes del emprendimiento femenino, gracias a la planificación de políticas públicas dirigidas a estimular el emprendimiento femenino lo que incluye capacitación, acompañamiento, financiamiento, obtención de créditos, acompañamiento en el proceso de emprendimiento entre otros. (50)

La OIT gestionó investigaciones sobre mecanismos para reducir la distancia tecnológica y las desigualdades de género. En estos estudios determinaron que las mujeres emprendedoras pueden ser profesionales o expertas en otras áreas o incluso sin formación; inmigrantes o indígenas. Existen temas que son comunes como la necesidad de cuidar a los hijos; estereotipos que las vinculan con el cuidado del hogar; o también la obligación de coordinar ocupaciones laborales con el embarazo y la lactancia. (10)

Según Castillo, en el caso de América Latina, “la igualdad de género es inferior en comparación con los países más desarrollados, pero es superior cuando se compara con otros países en vías de desarrollo pertenecientes al continente africano y/o asiático”. En este sentido, América Latina si bien ha liderado importantes conquistas en cuanto a la paridad de género, persiste un considerable rezago en cuanto a la intervención de la mujer en la actividad económica (51). En correspondencia a lo anterior, según la Asociación de Emprendedores de Perú (ASEP), solo 10% de proyectos de emprendimiento son liderados por mujeres, esto se debe, no solo a falencias en la preparación y experiencia profesional sino también a una serie de prejuicios culturales; entre ellos, la idea de que la mujer debe ser ama de hogar o dedicarse al cuidado de los hijos, o que al empezar a trabajar no podrá cumplir con las expectativas debido a que puede quedar embarazada. (51)

Las emprendedoras también encuentran obstáculos al momento de optar por financiamientos, debido a su falta de experiencia y acompañamiento en el proceso, muchas veces por la falta de confianza en las mujeres, las instituciones financieras solicitan un mayor número de garantías y en muchos casos otorgan créditos por montos inferiores y con una tasa de interés más elevadas. (51)

Según estimaciones de la ONU, hoy en día, las mujeres laboran más, pero tienen ingresos menores, lo que indica que persiste la brecha de género y se carece de políticas públicas acordes con la realidad y más aún con las restricciones adoptadas por la COVID-19, se debió incentivar la competencia laboral. Diversos obstáculos como la carga laboral y familiar, disponibilidad del tiempo, entre otros, genera desequilibrio competitivo frente al género opuesto, al igual que persiste la brecha salarial de ingresos promedio. (46)

La asimetría de género que persiste en la sociedad peruana constituye una limitante de peso en materia de emprendimiento femenino, es necesario que los encargados de la construcción de políticas públicas orientadas a la población de escasos recursos, en particular las mujeres, determinen la manera de debilitar y progresivamente eliminar las barreras que aún persisten, lo cual responde no solo a un principio de justicia social sino también a la importancia que representa para la economía de los países las organizaciones bajo la dirección de mujeres. (46)

Otro estudio de la ONU afirmó que muchas veces las barreras sociales limitan a las mujeres desarrollar su potencial emprendedor para hacer contribuciones significativas a la sociedad (46). El emprendimiento se traduce en la capacidad de controlar actividades propias y es en ese particular donde las

sociedades frenan el desarrollo del emprendimiento al impedir la independencia de las mujeres. Por ejemplo, en el caso de Perú, las obligaciones familiares dificultaron la posibilidad de iniciar negocios. Las responsabilidades familiares por lo general recayeron en la mujer lo que impidió que pueda destinar el tiempo necesario en la creación de su empresa. Los roles tradicionales inhiben la confianza, independencia y movilidad de la mujer y esto se refleja en poca posibilidad de acceso a información, créditos, tecnología, mercados, etc., impidiendo a la mujer iniciar negocios y mantenerlos (46). Las responsabilidades familiares que recaen en la mujer constituyen una limitación en América Latina para impulsar proyectos de emprendimiento, ya que persiste una división tradicional de roles, donde el hombre es el proveedor mientras que la mujer es administradora del hogar y debe criar a los hijos. Sin embargo, en los últimos años se ha registrado una tendencia de las mujeres a modificar estos roles; por ejemplo, asumiendo el rol de empresaria-emprendedora, reduciendo de esta manera la brecha existente entre hombres y mujeres (46).

Obstáculos como el acceso a la educación y roles del hogar limitan en gran medida la productividad de los proyectos de emprendimiento femeninos, debido a que, como señala Castillo, las mujeres muchas veces dedican menor cantidad de tiempo a sus empresas en comparación a los hombres, y carecen de redes de contacto por su poca experiencia laboral. (51)

5.4 Oportunidades de mercado positivas que ofrece la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú para emprender

Antes de mencionar las oportunidades de mercado en José Gálvez, es necesario indicar que un análisis de mercado consiste en una indagación del mercado y es un pilar fundamental para la planificación de un negocio. En este proceso se estudia un mercado determinado, para que, con los resultados obtenidos, se identifiquen las oportunidades y riesgos que presenta, para ello es necesario definir el público objetivo. En aras de alcanzar el éxito en una idea de negocio y/o emprendimiento, resulta necesario la construcción de un análisis de mercado, con miras a establecer una habilidad de marketing y de otras medidas concretas para la promoción y difusión del proyecto. (52)

Las razones por las que se hace necesario ejecutar un análisis de oportunidades de mercado antes de emprender, se detallan a continuación: (52)

- Permite fundamentar la idea de emprendimiento con cifras y hechos para la obtención de créditos.
- Se conoce el mercado para evitar decisiones erróneas.
- Se puede identificar áreas que requieren mayor estudio.
- Muestra los productos de la competencia.
- Se identifican posibles barreras de entrada al mercado.

Conviene destacar que cualquier investigación que se haga a un mercado requiere en primer lugar el conocer al público objetivo y con ello una investigación de mercado, de esta manera, se pueden responder las siguientes preguntas: ¿A qué segmento está dirigido el producto?; ¿Cuál es el rango de edad ?; ¿Cuál es el ingreso

estimado del público objetivo?; ¿Cuál es su ubicación? Esta estrategia se denomina “segmentación”.

El análisis del público objetivo tiene como propósito obtener información, de manera que se pueda adaptar el contenido y la forma de tener una comunicación más efectiva con el mismo, esta estrategia se denomina “target”. En líneas generales se emplean los siguientes aspectos para definir al público objetivo (52):

- Aspectos sociodemográficos: como la edad o lugar de residencia.
- Aspectos socioeconómicos: profesión, niveles de ingresos.
- Aspectos psicográficos: hábitos, área de desempeño laboral.

Para el presente caso, VMT es un distrito que tiene una superficie de 70.54 km² y su zona urbana ocupa 20 km² aproximadamente, con una densidad de 6.538,13 habitantes/km². Su topografía es accidentada y cuenta con zonas llanas, lomas y cerros (52).

Se debe tener en cuenta que, en el año 2017, la población total del Distrito se situaba en 461.200 habitantes y cerca de 120.551 hogares, se estima que, para finales del año 2022, la población del Distrito será superior a 500.000 habitantes. El distrito de VMT tiene una tasa de pobreza superior a la de Lima (capital peruana) y los sectores D y E representan el 48% de la población. (52)

Parte del análisis del mercado está orientado al conocimiento de los ingresos, el volumen de ventas, las tendencias del mercado y también contempla el crecimiento y la tasa de incremento del mercado y su tasa de crecimiento, para ello es recomendable consultar fuentes oficiales actualizadas. (52)

En lo que respecta a la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT, en medio de una crisis sistémica, provocada por la COVID-19; la agricultura urbana se percibe como una oportunidad para emprender. (52). Antes de indagar en este tema, es necesario hacer una breve referencia a la situación de pandemia por la COVID-19

El concepto científico de pandemia se refiere a aquella epidemia que se ha extendido por varios países, continentes o todo el mundo, y que afecta a un gran número de personas (3), hasta la quincena de enero 2022, la cantidad de contagiados a nivel mundial ronda la cifra de 354 millones de casos y los decesos están cerca de seis millones de personas, mientras que la cantidad de recuperados es de casi 282 millones de personas. (3)

El virus se irradia a través de las partículas que salen expulsadas de la nariz o la boca de una persona infectada al toser, estornudar o hablar (3). Los síntomas asociados con la COVID-19 son distintos y muchas veces se asemejan a otras enfermedades. En líneas generales los síntomas de la COVID-19 son los siguientes: fiebre, tos, fatiga, dolor de garganta, dolor de cabeza, náuseas, diarrea, pérdida de olfato y de gusto, entre otros. (3)

La prevención primaria en una epidemia viral se logra en primer lugar con el aislamiento o cuarentena y la aplicación de una vacuna contra el virus SARS-

CoV-2. (3). La OMS ha aprobado un conjunto de vacunas, con las cuales se ha comenzado el proceso de inmunización de la población. (3)

Hasta hoy, no existe medicamento alguno que prevenga o cure la COVID-19, sin embargo, la OMS ha aprobado un conjunto de vacunas, con las cuales se ha comenzado el proceso de inmunización de la población. Hasta la quincena de enero 2022, el número de personas inmunizadas asciende a 9 mil millones de habitantes. (3)

La pandemia de la COVID-19 generó un impacto socioeconómico global, a raíz del efecto sanitario directo de la propia enfermedad y sobre todo de los esfuerzos por controlar su propagación (3), entre ellos, el colapso de sistemas sanitarios, recesión económica, pérdida de empleo y por lo tanto la disminución de los ingresos. A raíz de esta situación, los expertos en la materia indicaron que la sociedad se debe preparar para una nueva normalidad, donde el distanciamiento social será un elemento de la rutina diaria. (3)

Como se mencionó con anterioridad, la agricultura representa una actividad que garantiza el abastecimiento de alimentos a la población, más aún en tiempos de pandemia, por lo que sería una propuesta interesante la contribución de las mujeres promotoras de este distrito para la economía de las zonas vulnerables, por otra parte, muchas mujeres que no cuentan con estudios completos laboran en el campo, por lo que se encuentran familiarizadas con este sistema de producción. (3)

Conviene destacar que la topografía accidentada del distrito VMT, el espacio urbanizado es de aproximadamente 20 km², por lo que la agricultura urbana es una actividad de larga data, de hecho, a partir del año 2000, la Municipalidad de

VMT ha impulsado la actividad agrícola para asegurar la seguridad alimentaria de la localidad. (52)

Otro componente fundamental de un análisis de mercado es el estudio de la competencia. En este apartado, es común emplear el “Modelo de 5 fuerzas” de Michael E. Porter que indica los elementos a considerar para el análisis de mercado y el estudio de la competencia, esta estrategia se denomina “capacidad de posicionamiento” (53):

- **Poder de negociación de los clientes:** se debe conocer cómo participan los potenciales clientes ante la subida o bajada de precios y la importancia para ellos del producto que se está ofreciendo.
- **Poder de negociación de los proveedores:** la negociación debe ser más efectiva cuando el número de proveedores es limitado, por lo que se debe tener una estrategia ante el incremento de los insumos.
- **Productos sustitutos en el mercado y la competencia:** es necesario identificar posibles alternativas al producto o servicio que se ofrece, a los fines de conocer ventajas comparativas del mercado.
- **Barreras de entrada en el mercado:** es fundamental determinar las barreras a las que se enfrenta tanto del emprendedor como aquellas que puede encontrar en el mercado, ello incluye, por ejemplo, falta de acceso a créditos o recursos para invertir en publicidad y mercadeo.
- **Competidores en el mercado:** consiste en identificar si hay productos similares al que se desea ofrecer que dominan mercado aparte de conocer que competidores se destacan y por qué. En estos estudios de la competencia se busca conocer a los

- **Clientes de alto valor y ventajas competitivas:** rapidez con la que se debe entrar en el mercado; peligros de entrar al mercado; competidores; en qué área se puede innovar, semejanzas del mercado objetivo con el de los competidores.

Es por ello por lo que la presente investigación tomó en cuenta el “Plan de Gobierno 2019 - 2022 del distrito de Villa María del Triunfo” (56), el cual contempló el fomento de actividades vinculadas con el abastecimiento de alimentos a través de mercados mayoristas, mercados pesqueros, y centros de acopio de aves para luego expendirse directamente al público en alrededor de aproximadamente 100 mercados minoristas, establecimientos del tipo autoservicios y paraditas (56). Además, se contempló la recuperación de la infraestructura de estos mercados, debido a que se encuentra obsoleta y en muchos casos su localización provoca congestión de tránsito. (52)

Es importante consultar fuentes oficiales al momento de elaborar un análisis de oportunidades de mercado como entes gubernamentales vinculados con el área económica-financiera: Cámaras de Comercio, Asociaciones de Comerciantes, entre otros. Las encuestas; investigaciones en redes sociales; observación directa y contratación de expertos en investigación de mercado son opciones viables al momento de elaborar un análisis de mercado. En síntesis, el análisis de oportunidades de mercado permite recabar información de interés y ayuda a identificar oportunidades y riesgos. Con base en un análisis de mercado, se pueden diseñar estrategias de marketing y de esta manera implementar una idea de emprendimiento. (52)

Las oportunidades de mercado de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT-Perú, en tiempos de pandemia por la COVID-19, estuvieron vinculadas con el área de alimentos y abastecimiento, siendo la agricultura urbana una buena oportunidad para la generación de ingresos propios, también el área de preparación de comidas y la entrega a domicilio representan oportunidades de negocio con altas probabilidades de éxito. (52)

La agricultura urbana consiste en el cultivo de plantas de distinto tipo dentro de las ciudades y en sus zonas periféricas. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en el año 2017, 800 millones de personas en el mundo se dedicaban al cultivo de vegetales y frutas en zonas urbanas, lo que equivale a entre un 15% a 20% de la producción mundial de alimentos. Los beneficios de los huertos urbanos son considerables, por ejemplo, contaminan menos el ambiente y que producen vegetales y frutas orgánicas de mejor calidad y alto valor nutritivo. En los últimos años, la agricultura urbana ha crecido en todo el mundo y ha abierto un mercado en el que muchos emprendedores han comenzado a invertir: desde brindar asesoría técnica a quienes cultivan – técnicas de siembra, de riego, etc.–, hasta ofrecer productos para que los cultivos se realicen adecuadamente –macetas, tierra, fertilizantes orgánicos, camas agrícolas, semillas, implementos de invernaderos etc.–, pasando por el uso de tecnología avanzada; esto además de la organización de exposiciones comerciales que se organizan alrededor de la agricultura urbana y de la venta en mercados informales de sus productos. (46)

Ante situación por pandemia por la COVID-19, la necesidad de emprender en este sector es esencial para atender una población creciente. Por otra parte, el

componente ambiental concentra especial atención en función de la demanda cada vez más consecuente de prácticas agrícolas amigables con el medio ambiente. En el campo de la agricultura, las mujeres tienen un papel importante. (3)

La agricultura urbana se constituyó como una interesante oportunidad de emprendimiento, ello considerando que los consumidores demandan cada día con mayor fuerza productos saludables y frescos con un mínimo impacto ambiental. (48)

Dicho lo anterior, es considerable mencionar la necesidad de conocer las oportunidades de mercado para que las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del Distrito de VMT-Perú, puedan desarrollar de manera exitosa las estrategias y planes derivados que busquen alcanzar los objetivos comprometidos con las actividades económicas. De acuerdo con Schumpeter, cuando el emprendedor conoce las oportunidades de mercado, tiene la ventaja de ofrecer un producto que genere un equilibrio suficientemente competitivo y audaz que se hace notar frente a otros. (52)

VI. OBJETIVO

6.1 Objetivo general

Determinar las barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y oportunidades de mercado que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú en tiempos de pandemia por la COVID-19.

6.2 Objetivos específicos

- Indagar cuáles son las principales motivaciones que poseen las mujeres promotoras de la zona de Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, para llevar a cabo proyectos de emprendimiento en tiempos de pandemia por la COVID-19.
- Explorar el perfil de las mujeres promotoras de la zona de Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, que desean desarrollar proyectos de emprendimiento, en tiempos de pandemia por la COVID-19.
- Explorar las barreras de carácter socio educativo que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, en tiempos de pandemia por la COVID-19.
- Explorar las principales oportunidades de mercado positivas que existen en la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú para emprender, en tiempos de pandemia por la COVID-19.

VII. METODOLOGÍA

Esta investigación se posicionó en el paradigma cualitativo, que estudia los fenómenos de carácter social, al tratar de comprender la realidad circundante (58) y develar por qué un fenómeno ha ocurrido desde la perspectiva de las personas y del investigador (54).

Bajo el paradigma cualitativo la información se recolecta y analiza para descubrir y/o afinar preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”. (55)

7.1 Tipo de estudio

La investigación es de carácter cualitativo porque exploró las acciones humanas y de la vida social (55) cualitativa de las mujeres de la zona de José Gálvez Barnechea en el distrito de VMT que participan en programas sociales y su relación con la actividad empresarial.

El diseño de la investigación respondió a un estudio de caso que trató de comprender, describir y analizar a profundidad una situación, condición específica o un caso en sí mismo. Hernández, Fernández y Baptista plantean que el estudio de caso “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, además de describir tendencias de un grupo o población”. (55)

7.2 Población y muestra

La investigación se centró en mujeres de la población distrital de VMT, zona José Gálvez Barnechea, que participan en programas sociales desde el año 2010 a la fecha, y cuyas edades oscilan entre 30 y 40 años.

En un primer momento, la muestra comprendió una cantidad de 30 mujeres, las cuales tenían similitudes en cuanto a su cultura, origen étnico, nivel educativo y condiciones socioeconómicas. Asimismo, provenían de la sierra del centro del país, y pertenecían al grupo de migrantes e invasores en la zona de VMT, zona José Gálvez Barnechea y con familias compuestas de tres o más hijos. Se tomó en cuenta 23 mujeres, este número de promotoras por limitaciones de tiempo y de orden económico para llevar a cabo la presente investigación, adicional a ello, las facilidades de acceso a la zona por parte del investigador se tomaron en cuenta al momento de escoger el lugar de estudio.

Se consideró este número de mujeres, debido a que las investigaciones de estudio de caso, es conveniente una muestra integrada, como mínimo entre 10 y 20% de la población accesible (en este caso mujeres promotoras) que representa un total de 150 mujeres aproximadamente. Del total de las mujeres a entrevistar, 50% representa a mujeres con experiencia de más de 15 años en emprendimiento, 25% con experiencia de hasta 10 años en emprendimiento y el restante 25% estará conformado por mujeres con experiencia en emprendimiento entre uno y cinco años. (52)

Se eligió el distrito VMT como área para el estudio de caso, por ser el sexto distrito con mayor población de Lima, capital de Perú. Fue creado por “la Ley N°

13796 el 28 de diciembre de 1961” (58), su población es de 450 mil habitantes, de ellos alrededor de 70% proviene de la sierra central y 51% es de sexo femenino (56). Para alcanzar una mayor representación e identificar los casos típicos de las mujeres emprendedoras en zonas urbano-marginales de Lima, se tiene como punto referencial la zona de José Gálvez Barnechea en el distrito de VMT (52).

7.2.1 Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión

- Mujeres que participaron en programas sociales desde 2010 hasta el año 2020 y cuyas edades oscilan entre los 30 y 40 años: Se tomó en cuenta este decenio, debido a que el presupuesto del distrito VMT destinado a la protección y programas sociales se ejecutó casi en un 100% de manera ininterrumpida, en comparación con años anteriores. Esto denota un patrón similar de inversión y cumplimiento de metas en relación con el impulso de programas sociales, como en los que han participado las mujeres promotoras de VMT, zona José Gálvez Barnechea (54). Adicional a ello, la economía del Perú ha presentado un comportamiento estable en el período de estudio (según cifras del INEI) lo que se enlaza con la idea anterior. (48)
- Mujeres que formaron parte de un programa social, se retiraron para emprender, pero fracasaron en el intento (30-40 años).
- Importante mencionar en el criterio de inclusión que no se discriminó el sexo de los participantes; sin embargo; el 100% de la población activa en programas sociales son mujeres.

Criterios de exclusión

- Los criterios de exclusión definen quienes de aquellos que cumplen los criterios de inclusión serán excluidos del estudio. Mujeres que nunca hayan participado de manera activa en programas en la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo.
- Mujeres que participan en programas sociales antes del año 2010 Mujeres que a la fecha tengan mayor o menor edad de la propuesta

7.2.2 Tipo de muestreo

Para el presente estudio, el muestreo fue intencionado; en este sentido, se seleccionó una muestra comprendida por un grupo de ciudadanas que puedan abastecer de información necesaria al responder las preguntas contenidas en el instrumento de recolección de datos. Una vez seleccionadas las entrevistadas según los criterios de inclusión y exclusión, se recogió toda la información de importancia hasta llegar a la saturación teórica; es decir, hasta el momento en que la información recogida ya no aporte información adicional o relevante para la investigación (55). La saturación teórica permitió reunir la mayor variedad de datos nuevos y favoreció el contraste de información de preguntas analíticas y comparativas, dando oportunidad al entrevistador a descubrir el punto máximo (saturación) de los datos recopilados conforme avance cada entrevista (55).

Tal y como expusieron Marshall et al. (56) y Guest et al. (57), el concepto de saturación en investigación cualitativa suele mencionarse a menudo. Se puede formular la definición del concepto de saturación de distintos modos:

El momento en el tiempo en que la recolección de nuevos datos cualitativos no cambia, o cambia muy poco.

El momento en el que cada nueva entrevista cualitativa solo muestra datos ya descubiertos previamente.

El momento en el rendimiento de la investigación disminuye. Por ejemplo, cuando cada nueva entrevista constituye una contribución más pequeña que la anterior.

A medida que se realizaron las entrevistas, se alcanzó el punto de saturación en el momento en que al procesar las respuestas obtenidas no aparecieron nuevos elementos de interés para la investigación.

7.3 Matriz de consistencia

Objetivo general: Determinar las barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y oportunidades de mercado que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú en tiempos de pandemia por la COVID-19.

Categoría	Variable	Dimensión	Fuentes de información	Preguntas guía
Teoría del emprendimiento	Emprendimiento	Concepto de emprendimiento. Procesos para iniciar el emprendimiento. Diferencias entre hombres y mujeres al llevar a cabo proyectos de emprendimiento.	Entrevistas. Documentos.	¿Qué entiendes cuando escuchas la palabra emprendimiento? ¿Mencióname todos los conceptos o ideas que se te vienen a la mente cuando escuchas la frase emprendimiento femenino?
Motivaciones para el emprendimiento	Principales motivaciones que poseen las mujeres promotoras de la zona de Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, para llevar a cabo proyectos de emprendimiento en tiempos de pandemia por la COVID-19.	Servicio a la comunidad. Motivaciones. internas y externas para ser promotora. Reconocimiento de la comunidad. Logros alcanzados.	Entrevistas. Documentos.	Si tuvieras la posibilidad de emprender para contribuir con el desarrollo de tu comunidad ¿Qué harías? ¿Qué consideras que debe tener toda mujer para lograr ser promotora? O ¿Cuál crees que sería la reacción que tenga tu comunidad si les informas que has decidido independizarte, capacitarte y convertirte en una mujer que va iniciar un emprendimiento que la llevará a un mejor desarrollo personal? Te gusta lo que has logrado hasta hoy como persona, como madre, ¿cómo mujer? ¿Qué más esperas de ti?
Perfil de las mujeres promotoras que desean desarrollar proyectos de emprendimiento.	Perfil de las mujeres promotoras de la zona de Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, que desean desarrollar proyectos de emprendimiento, en tiempos de pandemia por la COVID-19.	Cualidades comunes. Aspiraciones en el futuro. Metas.	Entrevistas. Documentos.	Me gustaría conocer que se te viene a mente cuando te menciono ¿Qué diferencias encuentras entre la palabra emprendimiento y mujer emprendedora? Alguna vez te has puesto a pensar ¿Cómo te ves o te proyectas de acá a 5 años?
Barreras socioeducativas	Las barreras de carácter educativo que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, en tiempos de pandemia por la COVID-19.	Grado de instrucción. Limitaciones en el acceso a la educación.	Entrevistas. Documentos.	Me podrías contar ¿Cuál es tu grado de instrucción? ¿Consideras que el no haber terminado los estudios de colegio o no tener una carrera técnica o profesional limita la capacidad de emprendimiento de las mujeres?

Categoría	Variable	Dimensión	Fuentes de información	Preguntas guía
	Las barreras de carácter social que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, en tiempos de pandemia por la COVID-19.	Prejuicios. Grado de apoyo del entorno.	Entrevistas. Documentos.	¿Crees que existen prejuicios sobre la mujer que desea alcanzar su independencia económica? ¿Si le comentaras a los integrantes de tu familia que has decidido emprender e independizarte económicamente, crees que recibirías el apoyo? ¿Sí?, ¿No?, ¿Por qué?
Oportunidades de mercado para el emprendimiento.	Las principales oportunidades de mercado que existen en la zona de José Gálvez Barnechea del Distrito de Villa María del Triunfo-Perú para emprender, en tiempos de pandemia por la COVID-19.	Conocimiento del mercado. Alternativas de emprendimiento. Oportunidades de emprendimiento. Experiencias de emprendimiento.	Entrevistas. Documentos.	¿Consideras que existen oportunidades en el mercado en el Distrito de VMT? ¿Si tuvieras la oportunidad de realizar un emprendimiento, en qué área te gustaría realizarla? ¿Qué cambios ha ocasionado en ti el confinamiento por la COVID 19?

7.4 Técnicas de recolección de información (58), (59)

Para la recolección de datos se elaboró una guía de entrevista con preguntas abiertas, se escogió la técnica de la entrevista grabada dado que se recopiló relatos desde la perspectiva de las participantes (58).

Para validar el instrumento de recolección de datos, se elaboró un formato de criterios de evaluación para ser presentada ante expertos (cinco) en la materia con experiencia en emprendimiento femenino y expertos en investigación cualitativa (ver Anexos 1 y 2).

Se manifestó el propósito del estudio y se requirió el consentimiento informado de las potenciales participantes. Luego de ello, se realizó las entrevistas en profundidad en marco abierto, en una sesión, de aproximadamente una hora y 20 minutos por cada participante. Se dispuso de una guía de preguntas y cada sesión era grabada y posteriormente transcrita. Además, se tomó notas de campo. El lugar elegido para las entrevistas fue el ambiente de patio de comidas ubicado en el Mall real Plaza Villa María del Triunfo cuarto piso. Una de las entrevistadas nos facilitó el ambiente.

- El entrevistador (él mismo investigador) es un profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación, sexo masculino con especialización en estudio de campo y entrevistas de profundidad.
- La técnica de entrevista personalizada con la entrevistada, a modo de una interacción conversacional, con la finalidad de conocer la perspectiva de la persona respecto a su experiencia, en un escenario preparado.

- El tipo de entrevista abierta tuvo una guía de preguntas establecidas (ver Anexo 3), de acuerdo al desarrollo de las entrevistas y con las respuestas obtenidas se agregaron algunas ideas para que las mujeres entrevistadas puedan expresarse más.
- El instrumento que se elaboró para recoger los datos fue la guía de preguntas que permitió ordenar las informaciones recibidas y procesarlas armoniosamente para resaltar los hallazgos y sistematizarlos, para luego convertirlos en fuente de trabajo y reflexión (Ver anexo 3).
- Para el desarrollo de las entrevistas se tomaron todas las medidas de seguridad, considerando que el país se encontraba en plena pandemia de la COVID 19 y que las medidas de seguridad eran para prevenir el contagio. Se entregó a cada entrevistada doble mascarilla y protector facial. El local donde se desarrolló las entrevistas fue acondicionado con alcohol y medidor de temperatura digital. Cada vez culminada una entrevista, se realizó la desinfección con alcohol. El gasto de estas herramientas fue cubierto por el entrevistador. (59)

Por otro lado, se aplicó una guía de observación, que fue diseñada con el fin de orientar la observación de ciertos fenómenos internos y externos al momento de las entrevistas (60). Esta guía, por lo general, se estructura a través de columnas que favorecen la organización de los datos recogidos.

7.5 Plan de procesamiento y análisis (55)

El análisis de datos consistió en ordenar, estructurar e interpretar la información recolectada. La información fue analizada de acuerdo con las cuatro fases sugeridas:

- Se transcribió las respuestas a las entrevistas de cada una de las participantes, siguiendo las convenciones de transcripción.

Las transcripciones pasaron a un proceso de categorización y codificación, y posterior triangulación de datos. Las codificaciones fueron deductiva e inductiva.

La deductiva fue previa al trabajo de campo. Se visitó el lugar elegido para la investigación. Se ubicó un lugar céntrico a las viviendas de las participantes invitadas. La zona de José Gálvez Barnechea en el Distrito de Villa María del Triunfo.

La inductiva se desarrolló conforme se dieron las primeras lecturas de las personas objeto de la investigación. Todo ello se realizó usando Atlas-ti, adquirí una licencia por 2 años de uso.

Luego, se realizó una codificación axial que consistió en relacionar categorías con subcategoría relacionales, en donde se seleccionó una categoría central en torno a la que se organiza, integra y agrupa el resto de las categorías.

- Integración de las categorías tanto deductiva como inductiva, siguiendo un orden y jerarquía.
- Lo deductivo inició de un contenido general a uno muy particular, basado en los referentes teóricos que nos llevan a concluir categorías y subcategorías.
- Lo inductivo inició de lo particular a una hipótesis general que nos llevó a revisar lo indicado en el marco teórico, tratar de recopilar la mayor información para luego hacer generalizaciones.

En cuanto al tratamiento de las categorías, este se realizó de la siguiente forma:

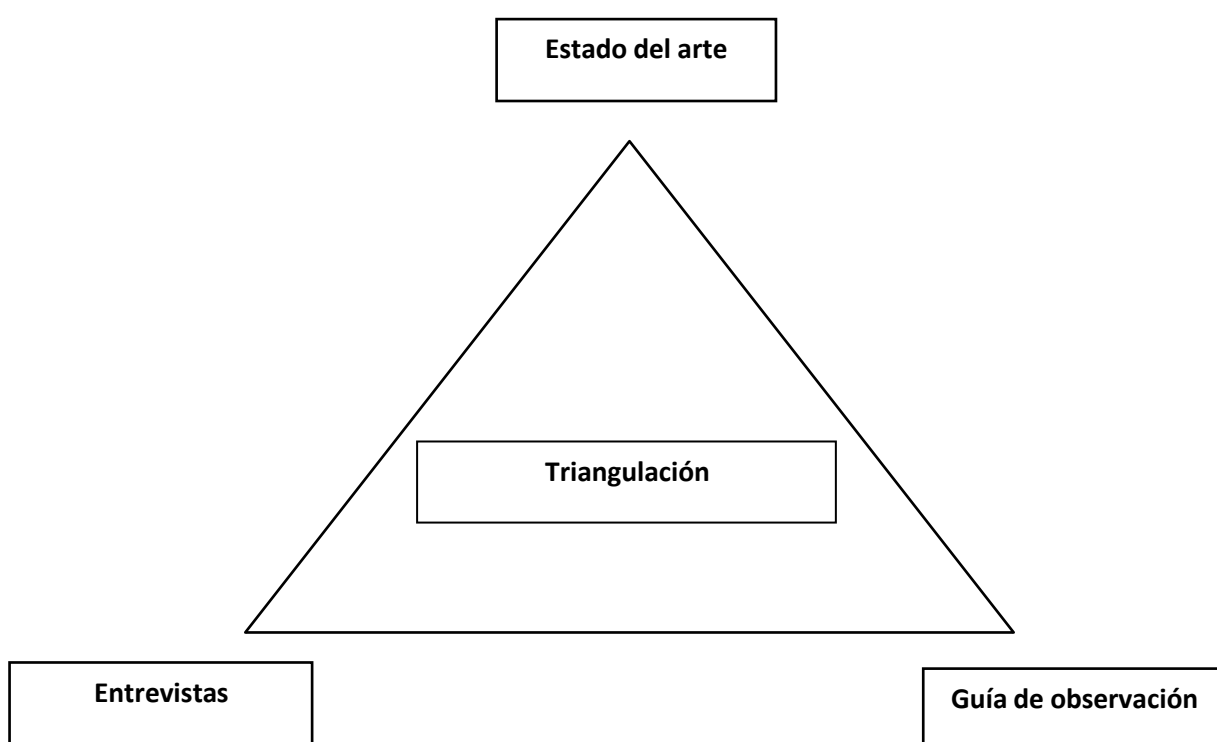
- **Análisis descriptivo de las categorías:** se analizó el papel de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT. Su labor diaria como mujer voluntaria de programa social, sus aspiraciones, deseos, motivaciones y percepción de fracaso sobre el emprendimiento en tiempos de pandemia por la COVID-19.
- **Análisis conceptual de las categorías:** se emplearon criterios que permitieron agrupar aspectos o características comunes, formando grupos de significado, a partir de estos grupos se interpretó e identificó los temas o aspectos más resaltantes. La información fue consolidada mediante cuadros comparativos y el establecimiento de relaciones entre las categorías.

7.6 Triangulación de datos

El procesamiento y análisis de datos implicó organizar los datos obtenidos, transcribirlos cuando resulta necesario y codificarlos. La codificación tuvo dos planos o niveles. Del primero se generó unidades de significado y categorías, del segundo, emergió temas y relaciones entre conceptos (60).

Con el objetivo de asegurar la validez y credibilidad de los datos e informaciones recolectadas a través de la revisión documental, se empleó la técnica de la triangulación, la cual consistió en la verificación de la existencia de determinados fenómenos y la veracidad de las explicaciones individuales mediante la recolección de datos y una serie de fuentes, para posteriormente hacer una comparación y contrastar una explicación con otra, con el fin de elaborar un estudio lo más equilibrado posible (60).

La triangulación permitió una visión del problema de la investigación desde varios ángulos y posiciones en la medida que se confronta la información sobre un determinado tema y problema con la información extraída de diversas fuentes (60). En ese sentido, las fuentes de recojo de información fueron la entrevista, el estado del arte y la guía de observación. (Anexos III, IV, V)



El proceso de triangulación de datos se llevó a cabo a través de las siguientes fases

- Se listaron todas las proposiciones teóricas vinculadas con el tema en estudio
- Para cada una de las proposiciones teóricas se elaboró una lista de interpretaciones.
- Al momento de llevar a cabo las entrevistas se seleccionaron las respuestas más representativas, de acuerdo con la perspectiva desarrollada por cada entrevistada.
- Se enumeraron las posiciones contrastadas
- Se procedió al contraste con las bases teóricas presentadas en la investigación.

- Se comparó los datos en la triangulación, producto de lo que fue las entrevistas, el estado de arte en base a sus fuentes y la aplicación de una guía de observación.

7.7 Aspectos éticos

En esta investigación se tomó en cuenta los fundamentos de la bioética que es la rama de la ética que promueve los principios de una conducta apropiada del ser humano en relación con su entorno tanto social como ambiental (59). “Toda investigación social que incluya la interacción con personas debe cumplir con las consideraciones éticas, para lo cual existen declaraciones y códigos propuestos que la norman” (59).

El descubrimiento de una serie de hechos obligó a analizar lo más objetivamente posible, a fin de colaborar con el bagaje de conocimiento actualizado y servir para esfuerzos posteriores en el mismo ámbito. (59)

Detalle a continuación los principios de bioética (59):

- **Autonomía:** capacidad que tienen las personas de tomar sus propias decisiones, opiniones o expresiones. Toda persona tiene derecho a la protección de sus opiniones, expresiones sin que nadie las pueda objetar u obligar a cambiar. En función de lo anterior, este principio permitió en la presente investigación que cada participante exprese sin ninguna obligación sus ideas u opiniones sin ser objetada u observada.
- **Beneficencia:** “hacer el bien”, es propio de cada persona, es privado y su no cumplimiento es penado legalmente. Actos que se realizan en beneficio de los demás, lo cual es consecuente con el objetivo de esta investigación. Este principio

permitió a cada participante entrevista hablar de su propia experiencia sin atropellar o atentar contra otras personas. El respeto ante todo y el cuidado de la vida personal de cada persona.

En esta investigación, el manejo de las fuentes constituyó un deber del investigador hacia la comunidad José Gálvez Barnechea del distrito de VMT-Perú, era necesario documentar el método y los medios empleados de la investigación, a los fines de obtener resultados certeros. (58)

- **No maleficencia:** No hacer daño, respetar el ámbito público y privado. El no cumplimiento también es penado por ley. Tiene relación con no producir daño y a la vez prevenirlo, las participantes no sufrirán daño o maltrato alguno.

Esta investigación trató con respeto a cada participante entrevista. En cada pregunta se trató de no intimidar, no buscar opiniones ajenas a las personales y respetar los espacios externos e internos de cada entrevistada. Importante mencionar que históricamente las mujeres han sido excluidas de diversos estudios por su condición de vulnerabilidad, sin embargo, la presunción actual favorece ampliamente la inclusión de mujeres en investigaciones, dados los beneficios esperados para su bienestar tanto emocional como social. (58)

- **Justicia:** Darle a cada uno lo que le pertenece de una manera justa es lo que nos lleva a este principio. Las investigaciones científicas en donde participan sectores de la población pueden implicar beneficios y riesgos inciertos.

Siguiendo los principios de la bioética, los documentos que han sido elaborados para la investigación (incluyendo protocolo, guía de entrevistas y consentimiento informado) fueron enviados al Comité Institucional de Ética en Investigación (CIEI) en Humanos de la Universidad Peruana Cayetano Heredia.

El Comité Institucional de Ética en Investigación (CIEI) – Humanos es un comité autónomo adscrito a la Universidad Peruana Cayetano Heredia. El CIEI vela por el cumplimiento de las responsabilidades éticas y de las regulaciones nacionales e internacionales en relación con la investigación con personas. Su operatividad se basa en leyes, normas, regulaciones, códigos y otros documentos nacionales e internacionales aplicables a la investigación con personas. (61).

La confidencialidad de los datos de las participantes entrevistadas también formó parte del respeto en el estudio. Al momento que se aplicó las entrevistas a las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT-Perú, se tuvo en cuenta la confidencialidad y permiso de citar los testimonios sin dar a conocer los datos personales de las entrevistadas, así como la realización de la trazabilidad de las respuestas, a fin de obtener constantes sociales y no meras repeticiones, según las recomendaciones de Kerlinger y Lee (58) para analizar con objetividad las respuestas a los instrumentos.

El objetivo fue encontrar las respuestas más cercanas a la realidad y se estableció los vínculos necesarios con las entrevistadas, a fin de obtener retroalimentaciones a partir de las respuestas, pues la fiabilidad no depende de respuestas concretas, sino de las historias de trabajo que surjan a partir de las conversaciones. Asimismo, es necesario resaltar que las entrevistas se realizaron con rigurosidad académica y con la capacidad de establecer la empatía necesaria con las entrevistadas. (58).

El procedimiento para seguir y garantizar la confidencialidad de los datos obtenidos fue la siguiente:

- Se identificó a cada una de las integrantes con un número (del 1 al 23) y se colocó el mismo número en la hoja de la entrevista, ello para evitar el manejo de datos personales.
- Si la grabación de la entrevista era autorizada, se procedió a acordar el día, fecha, hora, ubicación de cada participante.
- Una vez finalizada la entrevista, el investigador resguardó el instrumento en una carpeta y la grabación. Para efectos de la entrevista se utilizó un equipo móvil y la memoria contentiva de las grabaciones no tuvo un contenido adicional, es decir, será una memoria cuyo uso responde únicamente al resguardo de las grabaciones, hasta que concluya la investigación.
- Tanto el formato físico como la grabación se encuentran bajo el resguardo del investigador, quien se compromete a emplear esta información para fines estrictamente académicos y no personales.

VIII. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de abordar el trabajo de campo, los resultados de las entrevistas han sido resumidos y organizados de acuerdo con las preguntas de la investigación. Los casos no están presentados individualmente sino como un grupo heterogéneo para evidenciar resultados típicos. El estudio presenta además un análisis transversal de los casos para determinar patrones entre las variables de estudio y los objetivos de investigación. El propósito del capítulo es mostrar y discutir los resultados del estudio

Se llega a los resultados de la presente investigación en relación con la interpretación de tres aspectos importantes, la guía de observación, las entrevistas logradas a las mujeres materia de la investigación y al estado del arte basado en las teorías, que sustentan las interpretaciones.

8.2.2 Dimensión 1: Mujer emprendedora

En la tabla 1, se presenta el perfil resumen de las mujeres entrevistadas. Se entrevistó a 23 mujeres que forman parte de los programas sociales en la zona de José Gálvez Barnechea en el Distrito de Villa María del Triunfo. Todas las participantes firmaron el consentimiento informado y aceptaron usar sus nombres. Se les indicó que en documento final de la investigación se le llamaría a cada una de las entrevistadas como “participantes 1” abreviado “P1”. Una vez seleccionado el ámbito y el lugar de recolección de la información, se citó a las participantes en un lugar céntrico a sus viviendas y de fácil acceso. El lugar elegido fue un Centro Comercial del Distrito de Villa Maria del Triunfo. Del total de 30 participantes

citadas, se eliminó a 7 participantes por no cumplir con la edad ni con las condiciones solicitadas.

Las entrevistas se realizaron en un marco abierto, fueron grabadas y posteriormente transcritas y codificadas. La edad de las participantes se ubicó entre los 30 y 40 años. Naranjo, presentó un análisis demográfico de los emprendimientos, revelando las siguientes variables: (a) edad, a nivel mundial la actividad emprendedora femenina es de 25 a 44 años. En el caso del Perú la actividad emprendedora femenina oscila entre de 25 a 54 años en zonas urbano-marginales. (62) Anexo I

Información de las mujeres entrevistadas

c	Participantes	Edad	Procedencia (lugar de nacimiento)	Lugar donde vive actualmente	Hijos actuales	Situación familiar	Nivel educativo	Programa social del que forman parte	Fecha de entrevista
1	P1	33	Huancayo	VMT	2	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	11-Nov-21
2	P2	38	Cusco	VMT	1	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	11-Nov-21
3	P3	30	Tarma	VMT	3	Casada	Secundaria incompleta	Olla Común	11-Nov-21
4	P4	35	Lima	VMT	2	Conviviente	Primaria incompleta	Olla Común	11-Nov-21
5	P5	34	Pucallpa	VMT	3	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	9-Nov-21
6	P6	39	Huancayo	VMT	2	Casada	Técnica enfermería	Olla Común	9-Nov-21
7	P7	30	Loreto	VMT	1	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	8-Nov-21
8	P8	31	Huancayo	VMT	2	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	8-Nov-21
9	P9	33	Ica	VMT	2	Separada	Secundaria incompleta	Colla Común	8-Nov-21
10	P10	35	Cajamarca	VMT	1	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	8-Nov-21
11	P11	38	Lima	VMT	4	Viuda	Primaria completa	Olla Común	8-Nov-21
12	P12	35	Lima	VMT	1	Casada	Secundaria completa	Olla Común	8-Nov-21
13	P13	31	Tarma	VMT	2	Conviviente	Primaria incompleta	Olla Común	8-Nov-21
14	P14	37	Huancayo	VMT	3	Casada	Secundaria completa	Olla Común	8-Nov-21
15	P15	36	Lima	VMT	2	Soltera	Técnica administrativa	Olla Común	4-Nov-21
16	P16	38	Cusco	VMT	1	Casada	Primaria completa	Olla Común	4-Nov-21
17	P17	37	Huancayo	VMT	2	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	4-Nov-21
18	P18	34	Pucallpa	VMT	1	Casada	Secundaria completa	Colla Común	3-Nov-21
19	P19	31	Lima	VMT	3	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	3-Nov-21
20	P20	37	Huancayo	VMT	2	Casada	Secundaria completa	Olla Común	3-Nov-21
21	P21	34	Cusco	VMT	0	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	3-Nov-21
22	P22	31	Lima	VMT	3	Casada	Secundaria completa	Olla Común	3-Nov-21
23	P23	30	Huancayo	VMT	2	Conviviente	Primaria completa	Olla Común	3-Nov-21

De las 23 participantes entrevistadas, 6 son nacidas en Lima, pero con padres que provienen de alguna ciudad del centro del país, 17 son migrantes del interior del país de las cuales 3 son provenientes de la selva y 14 de la sierra, siendo el departamento de Junín el lugar que registra el mayor número de migrantes hacia esta zona en la capital.

La mayor cantidad de participantes reportó tener 2 hijos. Solo se presentó un caso con 4 hijos y otro sin hijos. La participante que no contaba con hijos al momento de la entrevista señaló que su prioridad es que su pareja consiga un trabajo estable para luego pensar en formar una familia.

Sobre la situación familiar de las 23 participantes, 12 viven como convivientes y 8 informaron estar casadas. Se registraron 3 casos particulares, una soltera, una viuda y una separada. No se exploró más sobre este punto por no ser un criterio de exclusión y no solicitar documentos que confirmen la información brindada al momento de la entrevista.

En relación con el nivel educativo que tienen de las mujeres entrevistadas, 12 de las 23 participantes indicaron haber solo terminado la primaria completa. Al decir primaria completa se confirmó que se referían al haber terminado el sexto grado de primaria. 2 señalaron que iniciaron la primaria, pero no llegaron a terminarla; no se profundizó sobre los motivos por los cuales se registró el abandono del colegio. 7 de las 23 participantes cursaron la secundaria de las cuales 5 lograron terminar hasta el quinto de secundaria. 2 no acabaron, pero se indagó el año de estudio en el cual dejaron de estudiar.

“al menos llegaron a estudiar el nivel de secundaria”. (P11)

“No llegue a terminar la secundaria porque sali embarazada, hubo que trabajar, era una nueva vida en la familia y yo era muy joven. Comencé a ayudar a mi madre en cocina, trabajos de ambulante y luego en la labor de promotora” (P3).

Solo 2 participantes de las mujeres entrevistadas indicaron que cuentan con una carrera técnica y que la han ejercido; sin embargo, por la pandemia de la COVID-19 dejaron sus trabajos para dedicarse al cuidado de su familia y al programa social del cual forman parte.

“Por la pandemia tuve que dejar mi trabajo de empleada del hogar para dedicarme al cuidado de mis hijos”. (P14)

La información obtenida en el nivel educativo es consistente con la información del INEI sobre el perfil educativo promedio de las mujeres en el Perú (52) El 64.9% de mujeres cuentan con un grado de instrucción primaria o secundaria; mientras que 23.9% de las mujeres acceden a algún tipo de educación superior; y 11.3% de mujeres no tienen ningún tipo de instrucción.

8.2 Dimensiones de Análisis

8.2.1 Dimensión 1: Mujer emprendedora

El conocimiento al hablarle a las mujeres materia de la entrevista sobre la palabra emprendimiento generó varios comentarios. Un buen grupo relacionan emprendimiento con el aspecto motivacional, lo vincularon con la creación del negocio propio teniendo como principal motivo la búsqueda de la mejora de los

ingresos familiares; la autonomía o independencia económica, resultando para ellas muy difícil muchas veces conseguir un empleo. La mejora de la calidad de vida de su familia, el ascenso social, apoyar a sus familiares en sus necesidades básicas y educación, estas apreciaciones guardan concordancia con el enfoque del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en su publicación del 2017 (20), que resalta el factor motivacional como la causa principal para el inicio de un emprendimiento. En este caso, se puede señalar que las mujeres empiezan cualquier tipo de negocio teniendo como principal motivo el poder contar con recursos para alimentar a sus hijos y brindarles un futuro en la vida.

“Siempre mi principal motivación es el emprender. Yo no dejo que falte nada en mi casa por eso siempre estoy emprendimiento en cosas que generar dinero, mi familia es mi fuente de motivación” (P12).

“Yo tengo un negocio en casa de venta de productos de belleza, eso es para mí emprendimiento y mi mayor motivación, además ayudo en la venta de comida los fines de semana” (P7).

Asimismo, de manera práctica algunas contestaron que el concepto de emprendimiento lo asocian con la venta de un producto o servicio y el establecimiento de un negocio, lo que implica una oportunidad de aprendizaje, asumir una responsabilidad y que se requiere contar con un conjunto de habilidades para mantener y hacer crecer el negocio y así alcanzar sus metas y objetivos trazados.

“La mayoría de nosotras antes de empezar como promotoras hemos vendido de todo. La necesidad de llevar un pan a casa nos ha hecho

emprendedoras” (P5) quien nació en Pucallpa, pero lleva más de 25 años viviendo en Villa María del Triunfo, ha realizado diversos tipos de trabajos para ayudar a mantener a su familia y producto del confinamiento de la pandemia logró abrir una mini bodega en la entrada de su vivienda.

Al mencionar a las mujeres entrevistadas sobre las ideas o conceptos que se le viene a la mente cuando se les menciona la palabra emprendimiento, las participantes, asociaron su género con la capacidad que tiene la mujer de mayor iniciativa para el inicio de una empresa, la consecución de activos, lo que está relacionado a la idea convencional del éxito y del avance en la escala social. Sus logros lo asociaron con la capacidad de la mujer para asumir diferentes tareas de manera simultánea, es decir no solo atender a los hijos o las tareas domésticas, lo que consideraron una ventaja para generar ingresos y salir de la pobreza.

“Emprendimiento es cuando una logra tener una venta o un negocio y con eso mantiene su hogar. A mí me dijeron en una reunión de la Municipalidad que si yo ya tenía un negocio ya era emprendedora”, (P13)

“Creo que emprendimiento es igual a mujer trabajadora, que sale adelante y que logra tener su propia independencia económica” (P21).

La mayoría de las respuestas orientadas al concepto de emprendimiento estuvieron asociadas al progreso personal y familiar, es decir una conceptualización más económica, ello en concordancia con el enfoque de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que considera el emprendimiento femenino como una forma que tienen las mujeres para asumir retos y desafíos, con el objetivo de mejorar su situación personal y familiar. (10)

Joseph Schumpeter (24) en su teoría del emprendedor menciona, “emprender no solo se realiza para lograr como resultado final el dinero; sino, perseguir el emprendimiento está asociado a lograr el bienestar familiar y reconocimiento”. Lo mencionado por la teoría Shumpeter se asemeja mucho a los resultados obtenidos en las entrevistas a las 23 mujeres de la zona de José Gálvez Barnechea quienes señalan que para ellas emprender no solo es lograr mejoras económicas, sino conseguir una mejor estabilidad familiar.

“La pandemia me ayudó a descubrir que soy muy buena en la cocina y con ello dedicarme a vender menús. Logré tener un ingreso para ayudar a mis hijos en la compra de un celular para que hagan sus clases virtuales, me considero una mujer emprendedora, luchadora que trabaja en lo que sea para lograr que mi familia se sienta bien” (P20).

“Yo además de ser promotora vendo ropa, productos de belleza, comida y hago trabajo de limpieza, soy muy emprendedora y he logrado sacar adelante a mi familia” (P17)

Complementando lo expuesto en la teoría de Schumpeter y relacionándolo con el concepto de mujer emprendedora, “el ser humano siempre buscará su desarrollo que puede estar orientado o en lo laboral o personal, sin embargo, es importante para no fracasar a corto plazo estar preparado o tener las herramientas necesarias para afrontar retos es lo que le permitirá subsistir” (35)

8.2.2 Dimensión 2: Principales Motivaciones

Conocer que motiva a las mujeres entrevistadas para ser consideradas emprendedoras condujo a varias respuestas; sin embargo, la mayoría coincidió en el bienestar familiar y trabajar por el desarrollo de su comunidad

“Trabajar por la comunidad y mejorar el lugar donde vivimos es la función de una promotora, muchas veces sacrificamos horas de nuestra familia, pero el esfuerzo vale la pena” (P6)

Otro elemento encontrado, se refirió a que sus respuestas coincidieron con el deseo de generar fuentes de empleo, a través de sus emprendimientos, que permitiría la inclusión de más mujeres, madres y jóvenes. Lo que generaría un proceso de reactivación de la economía local y la creación de nuevos puestos de trabajo.

“Luego de la pandemia he abierto un negocio de venta alimentos por delivery con toda mi familia en mi casa. Hago el negocio los sábados y domingos polladas y carapulcra de Chincha” (P9)

Señalaron además que, durante los años 2020 y 2021, los años en que estuvieron en confinamiento por la pandemia de la COVID -19, pudieron reinventar su trabajo de promotoras haciendo ollas comunes para poder alimentar a las otras familias de su localidad. La pérdida de empleo de muchas de ellas y de sus parejas fue muy elevada, por lo que para cubrir la necesidad de alimentación de sus familias organizaron una cadena de ayuda en sus comunidades para brindar alimentos a las familias desprotegidas.

“Trabajamos día y noche para cubrir los alimentos de más de 40 familias. Nos faltaban manos porque todos se unieron hasta varios hombres que antes no querían que trabajemos”, (P15)

“Ser promotora que ayuda a su comunidad y que logra el desarrollo de su familia es mi principal motivo de vida, se siente uno bien” (P9).

Los resultados obtenidos en la investigación de Pizarro (40) sobre las motivaciones del emprendedor coinciden con la movilidad interior donde el aspecto entorno familiar y social es un impulso para lograr resultados a la necesidad de ser autosuficiente. Esta concepción, junto con la propuesta de la mejora y mantenimiento de la localidad, coincide también con el planteamiento de Ortiz, Camargo y Duque (39) , quienes estudian la personalidad de la mujer emprendedora, en el ámbito de la transmisión de valores, y llegan a la conclusión que las mujeres tienen la capacidad de comprender diferentes problemáticas, y ser capaces de encontrar una solución efectiva, como en este caso que ante la crisis originada por las medidas restrictivas para contener la pandemia de la COVID-19, organizaron sus ollas comunes. (39)

En sus respuestas resaltaron también la importancia de la educación para manejar de mejor manera sus emprendimientos. Esta idea se relaciona con lo establecido por Prieto, que considera la educación como factor fundamental para el éxito de los emprendimientos, y señala que un menor nivel educativo lleva a una menor probabilidad de éxito en los negocios. (27).

“No terminé mis estudios de colegio porque nació mi primera hija. Pensé en regresar a estudiar, pero me ganó el trabajar. No se consigue un

buen trabajo sin estudios, ya cuando mis hijas crezcan espero ir a la nocturna” (P9)

“Estudió una carrera técnica en administración, no logré sacar mi cartón por falta de dinero, además que en el lugar donde estudié demoraban mucho en darme ese cartón y me pedían dinero. Trabajé apoyando en la administración de la iglesia y luego en una empresa de madera pero lo dejé por la pandemia” (P15)

Importante hay que señalar que la gran mayoría de las mujeres entrevistadas mencionó su gran disposición para enseñar a las mujeres de su entorno acerca de cómo llevar a cabo un emprendimiento que sea sostenido en el tiempo, con la finalidad de fortalecer la autonomía de la mujer, así como romper con estereotipos de género impuestos por la sociedad.

“Ingresé como promotora por mi madre quien sola sacó adelante a su familia. Me gusta lo que hago y gracias a ello hoy soy madre, promotora, vendo en las noches sanguches de hot dog y pollo en un carrito sanguchero que con mi trabajo he comprado. Quiero siempre ayudar a las mujeres que no tienen quien las pueda orientar. Mi madre me ayudó mucho y sé que hay muchas jóvenes que no tienen en quien contar” (P17).

Es importante mencionar que las mujeres entrevistadas en su mayoría señalaron que cada mes realizan reuniones periódicas con otras promotoras de otros sectores también de Jose Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo con el fin de buscar intercambiar mejores prácticas y estrategias para lograr apoyo en sus gestiones como promotoras. Plantearon como motivación a corto plazo la

creación de una ONG dirigida a niños abandonados y en situación de inseguridad alimentaria, lo que demuestra la capacidad de asumir distintos roles ya que son capaces de desenvolverse como madres y también como líderes emprendedoras en su localidad.

Cabe resaltar que este deseo de ayudar a otras mujeres a iniciar sus emprendimientos y prestar un servicio a la comunidad, constituye un factor motivacional muy importante para la gran mayoría de las promotoras. Avolio (7) consideró que la motivación es parte fundamental del proceso de la inserción de la mujer en las actividades productivas, sobre todo en los sectores urbano-marginales, debido a su rol de líder y al conocimiento de las necesidades que afectan a su comunidad. También indicó que la motivación va de la mano de la realización de anhelos personales y el reconocimiento de su entorno por los logros alcanzados.

Al mencionar, en la entrevista, las principales cualidades que debe tener una mujer para ser emprendedora, la mayoría de las entrevistadas señaló contar con el apoyo de su comunidad, indicaron que una promotora debe tener como responsabilidad la mejora de su comunidad, sin descuidar a su familia, ni su desarrollo personal. Para ello tienen una organización que se encarga de manejar donaciones que permiten implementar una olla común para familias. Explicaron además que la motivación para lograr cambios tanto a nivel personal como colectivo es el requisito fundamental para ejercer el cargo de promotora social, lo que conlleva una gran responsabilidad en bien de sus compañeras.

“Ser una promotora es una vocación de servir a la comunidad y trabajar por mejorar la vida de varias personas. Es gratificante ayudar para atender a tu comunidad y darles ese ejemplo a nuestros hijos” (P17)

En este sentido, Avolio, señala que la motivación debe ser entendida como el motor generador de la conducta humana, es el proceso de motivación que involucra la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de cada persona en la búsqueda de objetivos de vida. (7). De esta forma, vemos que esta disposición personal de las señoras de ayudar al prójimo constituye el elemento fundamental para el éxito de la labor que llevan a cabo las promotoras.

Otros aspectos señalados referidos a valores como la puntualidad, responsabilidad y honestidad, además de la colaboración entre vecinos, fueron señalados en sus respuestas como importantes para un adecuado desempeño de una promotora social.

“Una promotora empieza su día desde las 5 am preparando el desayuno de las familias, tenemos que ser puntuales y no dejar de asistir porque cuando se abren las puertas de las ollas nos faltan manos para atender” (P14).

Las mujeres de la zona de José Gálvez Barnechea desarrollan simultáneamente sus funciones como promotoras, además de los compromisos de su hogar y sus respectivos emprendimientos. En este sentido, Avolio enfatiza el esfuerzo de las mujeres que cumplen diferentes tareas de manera simultánea, tanto en la sociedad como en sus hogares, y que la falta de apoyo a nivel institucional puede ser considerado también como una gran fuente de motivación para la creación

de emprendimientos por parte de las mujeres, quienes muchas veces avanzan solas en la vida sin algún apoyo del gobierno local o central. (7)

Por otro lado, afirmaron también que se requiere tanto de tiempo como de capacitación en el tema organizacional para poder ejercer de manera efectiva el rol de promotora de un programa social, siendo primordial la educación como un factor fundamental para el correcto cumplimiento y desempeño de las diferentes responsabilidades que conlleva el cargo y su impacto en el bienestar de la comunidad.

“Nuestra labor de promotoras nace como iniciativa del Distrito. El que continuemos en la lucha, es por nuestra labor entregada a mejorar la comunidad en la que vivimos y la que viven nuestros hijos, no tenemos un sueldo de promotora ni ganamos un premio por nuestra labor que es voluntaria”. (P20)

“Nosotros hemos aprendido a organizarnos, a planificar nuestras horas y días, el trabajo diario, a ser líderes y a poner lineamientos dentro de nuestros grupos para evitar enfrentamientos” (P6)

Durante el confinamiento de los años 2020 y 2021 por la pandemia de la COVID-19, las participantes entrevistadas coincidieron en indicar que muchas mujeres dejaron su labor de promotoras y se dedicaron a sus familias, sobre todo por la falta de tiempo debido a que tuvieron que ayudar a sus hijos en las clases virtuales. A mediados del 2021 cuando muchas de ellas recibieron la vacuna contra la COVID -19, decidieron reinsertarse en su labor de promotoras. Es importante mencionar que, de las 23 participantes entrevistadas, ninguna dejó de atender las

responsabilidades de sus familias y su labor de promotoras durante los años 2020 – 2021, de confinamiento.

“La pandemia nos hizo trabajar más, creamos más ollas comunes, ayudamos a las mujeres que no tenían como sus hijos hacer sus clases virtuales, nos prestamos los celulares. Los hombres de la comunidad buscaban el alimento y nosotros lo preparábamos, fue muy duro, pero salimos triunfadoras” (P2)

“Tuve miedo de salir de casa, pero ver a mis compañeras salir a trabajar por la comunidad me llevó a copiarlas. Se trabajó mucho” (P17)

Los aportes de Avolio, quien destacó los resultados de McClelland, mencionó la motivación de toda persona emprendedora con el objetivo de alcanzar metas y poder. Indicó que la meta es alcanzar lo deseado, mientras que el poder es toda necesidad de controlar sentimientos y comportamiento de los demás. Para una mujer de los sectores urbano marginal y que es emprendedora o que realiza actividades de emprendimiento, la necesidad de alcanzar logros está orientada a la excelencia, a la consecución de metas de vida logrando primero resolver sus necesidades básicas respecto de un conjunto de modelos o patrones a seguir, a luchar por el reconocimiento de sus familias y de su comunidad. Las personas influenciadas por la motivación tienen un camino trazado primero por las necesidades a satisfacer, segundo por las metas por cumplir y tercero por los anhelos a desarrollar. (7)

En este sentido, Avolio (12) señaló que los emprendimientos femeninos en las zonas urbano-marginales parecen realizarse simplemente por una necesidad que

enfrenta la persona, dado que no contarían con una presencia del Estado que apoye sus iniciativas, o que brinde el soporte ni las condiciones para lograr emprender gestiones perdurables en el tiempo.

8.2.3 Dimensión 3: perfil de la mujer promotora

Para conocer e identificar el perfil de la mujer promotora, que da un siguiente paso en su desarrollo personal o profesional a ser emprendedora, en la investigación se plantearon preguntas orientadas a conocer diferencias que pueden existir entre los conceptos de emprendimiento y mujer emprendedora.

Las investigaciones realizadas por Hizrich (19) quien señaló que “lograr ser una mujer emprendedora es la combinación de actitudes, actividades y aspiraciones vinculadas a la necesidad de ser autosuficiente en su entorno”. Del mismo modo Gürol y Atsan mencionaron que las uniones más exitosas en alineación emprendedora es la capacitación acompañada del “componente práctico o experimental, de aprender haciendo” (38)

“Para ser promotora hay que tener la vocación de servicio no remunerado, el compromiso de servir a la comunidad y del tiempo necesario para no descuidar a la familia. Una promotora tiene que entender, ayudar, tratar de solucionar y colaborar con su comunidad, capacitarse constantemente”. (P22)

“Emprendimiento es negocio, mujer emprendedora es el sustento de su hogar. Yo soy las dos cosas porque hago muchos emprendimientos, y soy emprendedora. Vendo productos de belleza, vendo canchita cerca de la

municipalidad, la gente me conoce, crio a mis hijos y trabajo como promotora”. (P21)

“Desde que trabajo como promotora siendo mas independencia de poder gestionar con las mujeres de mi comunidad. Hoy también trabajo vendiendo frutas como ambulante y esto me ha permitido tener independencia económica” (P14)

Se tuvo como respuestas que, en relación con la categoría perfil de la mujer promotora, correspondiente a la dimensión: cualidades comunes, se observó que las participantes asociaron diversos atributos a la palabra emprendimiento, tales como negocio, ventas, obtener ingresos, más dinero, tener plata, trabajar, tienda. Se observó que la palabra emprendimiento no está en su lenguaje habitual, pero la experiencia e ideas, referidas a este concepto, sí son entendidas por las participantes.

De esta forma, se observa que la mayoría de las mujeres entrevistadas relaciona la frase “mujer emprendedora”, con mujer motivadora, líder. En este sentido, Shapero señala que un emprendimiento no puede existir sin una motivación, mientras que Schumpeter, sostiene que entender este concepto es determinante para el éxito de los negocios, por lo que resulta importante que la labor de las mujeres líderes sea un comparativo con emprendedora como una cualidad valiosa para su organización (34) (35).

“Una promotora tiene que tener liderazgo y poder de mando para poder ordenar, lograr seguimiento de su comunidad y sobre todo para poder ser respetada”. (P15)

Otras respuestas indicaron que la frase “mujer emprendedora”, lo relacionaban más a una actitud positiva, tener iniciativas y contar con valores importantes como ser responsable y disciplinada. Otra cualidad que mencionaron fue la perseverancia, la cual consideraron importante para enfrentar los problemas que deben revolveerse cada día.

“Yo trabajé desde los 14 años junto a mi padre y mi madre. No terminé mis estudios, pero hoy hago 4 cosas al día. En la madrugada recojo alimentos del mercado para la olla, en la mañana ayudo en la preparación de desayunos, en la tarde hago clases virtuales con mis hijos y en la noche mientras hago dormir a mis hijos realizo trabajos de bordado que una prima vende en su trabajo”. (P19)

Algunas consideraron que los conocimientos constituyen una cualidad importante para llevar a cabo un emprendimiento, identificaron la educación como un factor fundamental. Por lo tanto, el no contar con las herramientas y conocimientos necesarios, puede incrementar el riesgo de fracaso y supervivencia de un emprendimiento.

“Yo traté de realizar un emprendimiento con mi hermana, venta de ropa, lastimosamente nos cayó la pandemia además la gente de por acá busca cosas muy baratas. Ahora vendo ropa de segunda y sacó para mi comida y gastos adicionales. Me considero una mujer emprendedora porque además de tener ingresos para ayudar a mi familia ayudo a mi comunidad en la olla y también en la recolección de alimentos”. (P6)

“Continuando con mi labor de promotora” es el común de las respuestas de las participantes ante esta pregunta. Este hecho de ceder parte de sus agendas diarias a trabajar en bien de sus comunidades, realizando labores en las ollas comunes o ayudando en los centros y puestos de salud de la zona de José Gálvez Barnechea en el distrito de Villa María del Triunfo, constituye un criterio importante para calificar al grupo objetivo materia de estudio, por las labores que realizan, como mujeres emprendedoras. Aunque ellas no se identifiquen bajo este concepto. Avolio señala que las mujeres de zonas urbano-marginales realizan actividades sin saber que son labores calificadas como emprendedoras, y también sin que se les reconozca como tal. El desarrollo de liderazgo y conocimientos sobre el manejo de personas, las capacitaciones y el entrenamiento a sus compañeras, les ha permitido desarrollar habilidades que les permiten gestionar y administrar equipos de trabajo en beneficio de su comunidad. (7)

“Yo como promotora ayudo en el centro de salud de mi comunidad, me capacitó la asistente social para el programa de pacientes con TBC y VIH. Se me ha asignado 5 familias a quienes visito tres veces por semana para que cumplan con el recojo de sus medicamentos y cuidados preventivos. Cuando estas familias son constantes en su tratamiento se me asigna otro grupo. Cada semana me reúno con la asistente social y llevo mi control de visitas”. (P16)

“Apoyo todos los días en la cuna infantil de la Parroquia San Miguel Arcangel. Me capacitó la auxiliar principal. Cambiamos pañales a los niños y en los recreos los ayudo. Mi comunidad ya me conoce y muchas veces

quiere dejarme a sus hijos para que los cuide, pero yo solo hago esta labor de promotora en la iglesia” (P20)

Las respuestas recabadas en la categoría perfil de la mujer promotora, en la dimensión: aspiraciones en el futuro, coincidieron en que todas se proyectan a sí mismas con el logro de metas propuestas, como, por ejemplo, el inicio y término de carreras técnicas y profesionales, una mayor capacitación y mejora de habilidades que les permitan desarrollarse efectivamente en las diferentes áreas de sus emprendimientos.

“Terminar mis estudios de colegio para estar igual que mis hijos es una mis metas. Estudiar con ellos me gusta mucho”. (P13)

“Averigüé en un colegio para hacer clases nocturnas y terminar mi secundaria, pero luego me di cuenta de que mi hijo iba por la adolescencia y prefiero encaminarlo a él para luego pensar en mi” (P2)

“Quiero colocar inyectables, yo apoyo en la posta de mi comunidad, sé cómo se hace, pero quiero tener un cartón para colocar inyectables en mi casa. Yo vivo en un cerro y allí la gente siempre pide inyectables y hay que bajar hasta la posta y el camino es peligroso”. (P18)

Con respecto al tipo de profesión o especialidad que les gustaría desarrollar en un futuro, las respuestas de las mujeres entrevistadas fueron diversas sin embargo la mayoría coincidió primero en el desarrollo de sus familias antes que en su desarrollo personal. Avolio señaló que muchas mujeres sobre todo en el sector urbano marginal retroceden en sus aspiraciones colocando siempre a su familia que la conforman los hijos, padres, esposo. (7)

“Yo ya estoy mayor para pensar en desarrollarme, primero mis hijos y si me alcanza el tiempo pensar en mi”. (P11)

“Hacer la carrera de técnica de enfermería es algo que me gusta, pero aún no tengo el tiempo suficiente y ni el dinero para poder estudiar. Primero formar a mis hijos y luego ya veré”. (P8)

De los resultados obtenidos, las entrevistadas inclinaron sus respuestas a llegar a ser auxiliares escolares, técnicas de enfermería y administrativas. Indicaron que ya habían tenido la experiencia de trabajar ayudando en colegios, Wawa wasi, postas médicas y en el mercado, sin embargo, la falta de estudios resulta siempre ser un impedimento para que solo puedan ser consideradas como personal de apoyo. Otras de las entrevistas no tenían muy claro que les gustaría ser en el futuro, pero si recalcaron su interés con seguir siendo promotoras en su comunidad.

Vildoso, mencionó que el desarrollo personal involucra un conjunto de actividades encaminadas al logro de una mejora en la calidad de vida, por lo regular aplicado de manera propia y sin más ayuda externa que las indicaciones sobre lo que se debe hacer. Lograr independencia y mejoras económica forma parte las motivaciones e intereses, lo que constituye una cualidad bastante positiva con relación al futuro. (6)

Las entrevistadas coincidieron en la respuesta que siempre tienen el apoyo de sus familias, cuando decidieron llevar a cabo un emprendimiento, negocio, trabajo y o ser promotoras; sin embargo, algunas de las entrevistadas señalaron que no les contarían a sus parejas si es que alguna vez deciden llevar a cabo algún emprendimiento. Vildoso consideró que las mujeres del sector urbano marginal aun

temen explicar a sus parejas sobre los trabajos o gestiones que realizan, lo que tendría una explicación a nivel cultural, de idiosincrasia de los hombres con respecto a sus parejas, lo que constituiría un obstáculo adicional que deben enfrentar las mujeres para llevar adelante sus emprendimientos. (6)

En este sentido, estimaciones de la ONU indicaron que las mujeres laboran más horas, pero tienen menores ingresos, lo que mostraría la existencia de una brecha de género y que se carece de políticas públicas acordes con la realidad, por lo que se debe fomentar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Los diversos obstáculos que enfrentan las mujeres, como la carga laboral y familiar, disponibilidad del tiempo, entre otros, genera un desequilibrio que las hace menos competitivas frente a los hombres, lo que lleva a una persistente brecha de ingresos promedio. (46)

Las mujeres se enfrentan a mayores prejuicios culturales y sociales, menor acceso a la educación y mayores dificultades en la obtención de financiamiento, sin embargo, esta tendencia puede ser circunstancial y revertirse al existir una tendencia de mayor apoyo a nivel institucional para brindarles más oportunidades de desarrollo y capacitación. Se presentan casos exitosos ocurridos en México y Colombia que respaldan la evidencia de diversos programas de apoyo, que logran que cada vez más mujeres inicien un emprendimiento que perduran y no fracasan al poco tiempo de iniciar un negocio. (12) (13).

Asimismo, la OIT, en su publicación “Las mujeres en el trabajo”, señaló que esta diferencia de oportunidades de trabajo entre los hombres y las mujeres en zonas urbano-marginales no se debe solo a factores internos o externos, sino que muchas

veces son las propias mujeres quienes tienen una baja valoración propia frente al hombre, lo que generó una brecha en el empleo y la calidad del empleo. También se mencionó, en la publicación, que las mujeres tienen un círculo social muy reducido, tienen problemas de movilidad, de acceder a créditos o préstamos, y tienen más dificultad para acceder a redes de contactos, lo que implica un conjunto de obstáculos para sus iniciativas empresariales. (10).

Con respecto a conocer el concepto de calidad de vida, la mayoría de las mujeres entrevistadas señaló que relacionaban “calidad de vida” con el bienestar, la tranquilidad, y una vida armoniosa tanto familiar como en su localidad. Un grupo minoritario coincidió en que la calidad de vida se asocia con la satisfacción de sus necesidades básicas, salud, alimentación, educación, techo para vivir, lo cual constituye una pieza fundamental tanto para ellas como para sus familias.

“Calidad de vida es vivir sin deudas, trabajar para tener a tu familia sana, libre de problemas y lograr ayudar a tu comunidad”. (P12)

“Tener a mi familia bien, con alimentos y mis hijos estudiando es calidad de vida”. (P19)

En este contexto, según Toledo, los emprendimientos de las mujeres de zonas urbano-marginales se realizan ante una necesidad que se puede dividir en dos vertientes, una de tipo económico y otra vinculada al desarrollo. Es decir, la búsqueda de estabilidad a través de los emprendimientos puede entenderse como el medio para el logro de independencia económica y el bienestar familiar. También señaló que hablar de calidad de vida para las mujeres de zonas urbano-marginales

resulta fundamental, pero siempre que la mujer haya logrado satisfacer sus necesidades básicas. (32)

Con relación a conocer si las mujeres entrevistadas habían recibido en algún momento de su actividad como promotoras alguna capacitación o entrenamiento de como emprender, las entrevistadas señalaron de manera contundente no haber recibido capacitación sobre temas relacionados a emprendimientos.

“La Municipalidad, las ONGs nos buscan para brindarnos capacitación en nuestra labor de promotoras. Nunca nos han enseñado como formalizar un negocio o a vender”. (P4)

“Ya tengo años como promotora y no me ha enseñado a como hacer negocio, crecer o emprender. He escuchado por colegas pero que nos hayan capacitado alguna institución no se ha dado” (P14)

Las mujeres entrevistadas señalaron que su voluntad de ser promotoras de programas sociales nació por una necesidad aspiracional y también por la invitación de mujeres líderes que ya tenían cierta experiencia y tiempo y también por referencias de sus propias familias. Los conocimientos que ellas han adquirido en el campo de la administración de una olla común, cobrar una cuota diaria o semanal o de dirigir a un equipo de mujeres para que preparen los alimentos tanto en el desayuno, almuerzo y en pocas ocasiones cena, hacer una agenda de trabajo diaria con turnos rotativos y negociar con empresas privadas o voluntarios para la donación de alimentos, han constituido una parte de su experiencia en la que señoras con mayores conocimientos y contactos enseñan a las otras a desempeñar sus

funciones que han adquirido en años de trabajo no recompensado, pero sí valorado por sus comunidades.

“Como promotora yo soy como las profesoras de varias señoras que les enseño como salir adelante, ayudar a sus hijos, las llevo a la posta para que ayuden en el triaje de los pacientes o también las llevo a la olla para que ayuden a pelar papa o cebolla”. (P7)

Un aspecto importante para resaltar es que diversas mujeres entrevistadas refirieron, por el contrario, que, en lugar de brindarles capacitación, las instituciones encargadas de hacerlo, las utilizaban para repartir volantes que publicitaban las acciones que hacían o para participar en marchas o apoyar a candidatos.

“Nos invitan a marchas, nos regalan cosas por apoyar candidatos, nos convocan para celebrar días festivos, pero nunca nos capacitan conciencia”. (P20)

En este sentido, Prieto señaló que uno de los mayores obstáculos para el desarrollo emprendedor de las mujeres es la falta de capacitación en gestión de negocios, y que ello puede entorpecer sus iniciativas emprendedoras, lo que principalmente ocurre en los entornos urbano-marginales y rurales. (27)

La mayoría de las participantes señalaron que sus rutinas diarias son similares en cuanto a la alternabilidad de sus funciones y roles en su localidad. Tienen un horario que siguen de manera metódica, consistente en levantarse a tempranas horas del día y participar en la planificación, organización y preparación de alimentos para el programa al que pertenecen. Todas forman parte de una Olla común donde la rutina empieza desde las 6 am con la preparación de los desayunos

que siempre están compuestos por avena, papa sancochada o camote. El almuerzo se prepara desde las 10:00 am y varía de acuerdo con lo que se pueda conseguir un día gracias a la colaboración de donantes particulares. El almuerzo termina de servirse a las 3 pm. La cena se prepara desde las 5 pm y consiste en solo avena. Cada promotora rota en horarios para poder cumplir con sus responsabilidades en su organización, pero sin dejar de cumplir con sus familias.

“Cada día se hace un cronograma de trabajo, nos turnamos entre las mañana y media tarde de lunes a domingo para atender a las familias”.

(P8)

Avolio señaló que los programas sociales fueron diseñados con el objetivo de solucionar los problemas más urgentes de la población más vulnerable; sin embargo, muchas veces el motor impulsos ha sido su gran motivación de sacar adelante sus emprendimientos, ello a pesar de la falta de apoyo de instituciones gubernamentales. (7)

Conocer si lo aprendido en su labor de promotoras las ayudó a ser mujeres emprendedoras, la mayoría coincidió que sí y que además de ser emprendedoras, el trabajo de promotoras las impulsó a ser más autónomas en sus decisiones.

“Yo hablo en público, cuando tengo que llamar la atención lo hago. En la posta médica ayudo con la entrega de ticket de atención, en el Wawa Wasi canto para los niños”. (P10)

La mayoría de las mujeres entrevistadas coincidieron en señalar que sus actividades como promotoras les han ayudado en sus iniciativas de emprendimiento. Gracias al trabajo de promotoras lograron desarrollar habilidades

que antes no las ponían en práctica como dirigir un equipo mujeres voluntarias para las ollas comunes, negociar con los gobiernos locales ayudas a sus comunidades, capacitar a nuevas integrantes, elaborar una agenda de trabajo para ordenar la atención en desayunos, almuerzos y cenas, y no afectar la atención de estas en sus comunidades, negociar con donantes de víveres particulares y empresas. Todas estas actividades se realizan a la par que sus diarias labores de madre, esposa e hija.

Señalaron además que durante el periodo de confinamiento por la COVID-19, las promotoras se reinventaron y pudieron realizar labores tan diversas como el servicio a su comunidad, cuidado de su familia. Se convirtieron en maestras y guías de sus hijos en las clases virtuales, aún sin dominar aspectos de la tecnología digital como uso de la web, búsquedas en Google, manejo de aplicativos para reuniones virtuales usados para la formación educativa de los escolares.

“Aprendí a usar el Zoom y buscar en Google varias cosas, hoy veo noticias y mis novelas por el móvil” (P8)

“No sabía que la tecnología ayudaba tanto. Hoy soy más experta y valoro más mi celular” (P14)

Este desempeño en su rol de líderes sociales les brindó una gran oportunidad para tener un mejor conocimiento del mercado, especialmente en cuanto a su público objetivo, lo que les debe permitir en base a una adecuada capacitación, poder realizar estrategias comerciales y de marketing para la mejora de sus negocios.

Al preguntarle a las mujeres entrevistadas sobre el conocimiento y manejo de herramientas tecnológicas, la mayoría señaló no manejar temas claves de la

tecnología digital, como manejo de una computadora y del programa office. Indicaron que cuentan un equipo móvil de media gama, la mayoría en el sistema de prepago.

“La pandemia me acercó a la tecnología, hoy entiendo más lo que hacen mis hijos cuando piden el celular”. (P22)

“Mis hijos y yo hemos aprendido durante la pandemia yo en las clases virtuales también aprendí cosas que no sabía” (P11)

Los avances tecnológicos son imprescindibles en la sociedad moderna, acoplándose a todos los aspectos de la vida humana, incluso como herramienta clave para llevar a cabo un negocio, asimismo, el uso de las redes sociales puede aumentar las probabilidades de captación de clientes, al ser medios de comunicación masiva. Aunque existen diversas causas que puedan explicar la falta de capacitación de las mujeres en áreas tecnológicas, una de ellas puede ser la desigualdad de género y la falta de acceso a la educación. Un estudio de las Naciones Unidas (2005) señaló que las barreras sociales muchas veces impiden a las mujeres desarrollar su verdadero potencial emprendedor y así lograr contribuciones importantes a la sociedad (46).

Prieto indicó que una mujer emprendedora logra identificar oportunidades en medio de la adversidad, como durante la pandemia de la COVID -19, que, si bien afectó la economía y salud, representó una oportunidad de emprendimiento para la población ante la falta de empleo y la necesidad de reinventarse. Prieto también mencionó que la mujer busca el sostenimiento de su hogar en primer lugar, y, en segundo lugar, alcanzar sus anhelos o retos personales. (3)

Al preguntarles a las mujeres entrevistadas sobre cómo es su ambiente familiar, social y como se sienten formando parte de él, la mayoría señaló que se sienten seguras en el ámbito familiar, es decir rodeadas de sus hijos y parejas. También mencionaron la existencia de una gran cercanía con sus padres y hermanos. Un grupo minoritario señaló que solo se sentirían seguras con sus hijos, ya que sus parejas son muy celosas y ya han tenido algunos problemas por el tiempo que le dedican a su labor de promotora.

“Mi esposo trabaja muy temprano en el terminal pesquero y llega a casa muy tarde, las horas en las que él no está en casa las divido con mi ayuda de promotora, el cuidado de mis hijos y mis padres” (P14).

“Mi pareja es celoso, prefiero no decirle muchas cosas” (P7)

Cuando profundicé sobre el tema en el entorno social, una minoría de las mujeres entrevistadas señalaron que no se sienten seguras de compartir algunas ideas o nuevas metas con sus compañeras. Mencionaron la existencia de envidia y celos entre ellas. Mientras que la mayoría señaló que sí se sienten seguras con sus compañeras, ya que muchos de los logros y reconocimientos que han logrado se los deben a su trabajo de equipo.

Castillo, manifestó que la inseguridad social, puede ser considerada como un detonante para los malentendidos y conflictos entre las mujeres y sus vecinos, lo que puede perjudicar el progreso de un emprendimiento debido a un entorno poco saludable. (51)

“Trabajo para mis hijos y ayudo como promotora para mi comunidad. He dejado de hacer varias cosas personales por desarrollar a mis hijos y que sean mejores que yo, ”. (P23)

“Trabajar para que mis hijos sean profesionales y terminar la construcción de mi casa. Por más que mi pareja siempre se oponga o mi familia me diga que debo estar más en casa yo no dejo mi trabajo de promotora y también de vender mis productos de belleza. Gracias a ellos logro comprar cosas que faltan en la casa ”. (P1)

Las señoras entrevistadas coincidieron en señalar en que el bienestar de sus familias, específicamente de sus hijos, es lo primordial; además de su bienestar familiar, cubrir necesidades básicas, tener el reconocimiento de sus comunidades, estudiar, tener una mejor vivienda.

“Yo en 5 años me veo como dueña de mi negocio propio y mis hijos estudiando ”. (P6)

Algunas indicaron que si les alcanzaba el dinero y tiempo, posiblemente invertirían en estudiar, otro grupo comentó su deseo de tener un trabajo estable, mientras que la mayoría coincidió en lograr su independencia económica a través de algún negocio.

Otras indicaron en mayor capacitación y terminar sus estudios, evolución personal y profesional. Los signos visibles del éxito como mayor estabilidad económica y la adquisición de bienes materiales, incluyendo: locales para sus negocios, autos y casas también forman parte de sus respuestas.

“Terminar mis estudios de colegio para estudiar enfermería es lo que quiero ser en 5 años”. (P9)

Arrellano señala que los estudios enfocados en el emprendimiento femenino respaldan la idea de que el confort familiar, no solo es un poderoso motivador para el establecimiento de un negocio, sino también forma parte de una de las principales causas por las cuales las mujeres llevan a cabo un emprendimiento. Tener una autoestima bajo y no tener la posibilidad del reconocimiento, incrementa que muchas mujeres no logren despertar sus ideas de emprendimiento. (33)

La mayoría de las entrevistadas señalaron el caso de una señora que trabajó como técnica de enfermería de la Posta de Salud y que perdió su trabajo durante el confinamiento por la COVID-19, pero que ella no se amilanó y organizó en su casa, una bodega que va muy bien. En la zona de José Gálvez Barnechea se ha hecho muy conocido el caso porque la señora en mención ayudaba mucho a su comunidad sobre todo a los jóvenes con enfermedades de transmisión sexual y drogas. Otra minoría mencionó casos de emprendimientos familiares como la venta de polladas los sábados y domingos, reciclaje y venta de mascarillas.

Los casos de emprendimientos exitosos cercanos pueden ser beneficiosos para las mujeres, al mejorar potencialmente su autoconfianza permitiéndoles asumir el riesgo de iniciar ellas mismas su propio un negocio, les sirve también como una guía o ejemplo de cómo gestionar de forma exitosa una empresa, tomando como referencia los emprendimientos conocidos (33).

8.2.4 Dimensión 4: Barreras socioeducativas

Con relación a conocer el nivel socioeducativo de las mujeres materia de la investigación, se observó una alta deserción escolar de las mujeres entrevistadas, tanto a nivel de educación primaria como secundaria, lo que refleja muchas veces la falta de oportunidades que tienen las mujeres de las zonas urbano-marginales para lograr emprendimientos

“Yo no terminé el colegio, sin embargo, a falta de instrucción, mis años de experiencia en trabajo no recompensado como promotora me ha dado otras recompensas como el agradecimiento de la gente” (P9).

“Salí embarazada muy temprano y no pude terminar el colegio, trabajo desde joven y gracias a mis vecinas ingresé a ser promotora” (P14).

La información recibida de las participantes muestra que los años de experiencia en diversas labores como promotoras las ha ayudado a desarrollar habilidades. Avolio señala que existe un grupo de mujeres homogéneo con características similares pero que se agrupan por resultados en experiencias comunes. Indicó que este grupo tiene por característica no tener un respaldo educativo sin embargo es muy bien valorado por desarrollar habilidades que les ha permitido emprender. (7)

Prieto señaló que existe una relación entre los estudios y la experiencia, con el logro empresarial, ya que los conocimientos, experiencia y los contactos son esenciales para entrar a nuevos mercados, además de facilitar el acceso de financiamiento y la logística propia de llevar adelante un emprendimiento. (27)

Con respecto a la limitante de no tener culminados los estudios primarios o de secundaria, las mujeres entrevistadas señalaron que la falta de educación no es una limitante para el emprendimiento femenino, aduciendo que la voluntad, fortaleza interior y la práctica, pueden resultar factores suficientes para el éxito de un negocio, sin embargo, también mencionaron que muchas veces podría representar un obstáculo para la obtención de algún empleo formal con beneficios de ley, o la realización de algún negocio donde necesiten solicitar un financiamiento o llevar la dirección del mismo.

“Yo no he terminado la primaria, pero trabajo desde muy joven hoy soy promotora, tengo mi bodega, le doy estudios a mis hijos, alimento a mis padres, la falta de educación no ha sido impedimento para crecer”. (P13)

Vildoso señaló que la educación para las mujeres de los sectores menos favorecidos no es una limitante para realizar emprendimientos, sin embargo, actúa de manera negativa cuando el emprendimiento pasa a ser de una propuesta a un negocio de mayor envergadura. (7)

“Por internet he aprendido muchas cosas de administrar mi dinero y como hacer un negocio, no será al 100% cierto, pero me ayuda” (P5)

Estos resultados se diferencian de lo esperado por la teoría. Esto se observa en lo señalado por dos señoras con mayores años de experiencia, quienes indicaron que los conocimientos adquiridos en el desarrollo de sus labores como promotoras las ha hecho más fuertes, líderes, creyentes de ellas mismas, con habilidades y experiencias para contar y orientar a más mujeres que aún no logran tener una autonomía y facilidad para poder elegir lo que les gusta hacer en la vida, sin

descuidar el progreso de sus familias. De manera general las señoras buscaron defender sus limitaciones de acceso a un adecuado nivel educativo; sin embargo, también coinciden en que si hubieran tenido una mejor educación estarían en una mejor situación económica.

“Lo aprendido se lo debo a mi madre que me enseñó a ser promotora y valorarme” (P21)

“Todo lo que sé es porque quiero aprender, hay muchas que escuchan, pero no les interesa. A mí siempre me interesa aprender y ser mejor” (P8)

La educación y capacitación proporcionan herramientas necesarias para la planificación de una empresa, incluyendo habilidades financieras elementales que permiten el manejo de presupuestos, proyección de costos, contabilidad y diferentes estrategias comerciales, que, si bien por si solos no garantizan el éxito de una empresa, si aumentan las probabilidades de supervivencia de los negocios. (44). Lo que resulta en una herramienta fundamental para las señoras.

Las barreras educativas tienen el potencial de limitar y condicionar el desempeño de las mujeres en el mercado laboral, lo que paradójicamente puede propiciar que ellas vayan como alternativa al campo del desarrollo de emprendimientos, debido a la necesidad económica y de la insatisfacción de las necesidades básicas que afectan el ámbito personal y familiar de las mujeres. (44).

“Me gustaría trabajar en salud como promotora, pero no tengo estudios, ya tengo hijos y el tiempo y dinero es lo que no me permiten”. (P5)

“No tener estudios limita por eso quiero que mis hijos estudien para que sean mejores que yo”. (P13)

Un tema importante de mencionar es cuando a las mujeres entrevistadas se les pregunta sobre las limitaciones al lograr su independencia económica. La mayoría indicó que existe discriminación de género, y que son las propias parejas las que ponen obstáculos para que la mujer alcance su independencia.

“No conciben que una mujer tenga el dinero del día para la comida, lo que crea un ambiente de conflicto en el hogar”. (P1)

“Nunca me he dejado llevar por lo que diga la gente, mi madre también fue promotora, mi abuela era cocinera, estoy orgullosa de quien soy”. (P4)

De esta forma, se observó que existe aún el predominio del hombre sobre las decisiones de las mujeres entrevistadas, lo que representa una gran barrera que limita a las mujeres para asumir los riesgos de llevar adelante un emprendimiento, que les permita a su vez mayores ingresos y por tanto dejar de depender de terceros. Algunas de las participantes indicaron que existen prejuicios para acceder a créditos lo que señalan es por la falta de confianza hacia las mujeres, lo que constituye un prejuicio social que afecta el desarrollo de sus emprendimientos.

En este sentido, si bien todavía existen brechas de género, se observó que cada vez más mujeres son parte de la población económicamente activa, lo que rompe el patrón de ser consideradas solo como ama de casas y madres abnegadas (7).

La persistencia en nuestra sociedad de importantes brechas de género, donde la mujer es percibida como la encargada exclusiva de los hijos, por lo que, de cambiar esta actitud machista, ello podría propiciar un ambiente familiar adecuado que propicie iniciativas de creación de empresas por parte de las mujeres. Álvarez y Cáceres en su estudio sobre diagnóstico del emprendimiento, señalaron que la influencia de la familia, especialmente de las parejas, es importante debido a que constituye un elemento de motivación para las mujeres en su deseo de convertirse en empresarias (30).

“Muchas mujeres prefieren no comentarles nada a sus parejas hasta tener algo seguro, ya que les cuesta mucho que ellos entiendan la labor que realizan” (P18)

“A pesar de dedicar parte de mis horas a mi labor de promotora, mis hijos me ayudan con las labores de la casa. Nunca he dejado de ir a ninguna actuación del colegio ni de ayudarlos cuando me necesitan. Ellos siempre me apoyan y apoyarían en todo lo que yo haga”. (P23)

Vildoso mencionó que para una mujer emprendedora el apoyo que pueda recibir de su pareja es muy importante, y que por otro lado las actitudes machistas también afectan su toma de decisiones, y que lamentablemente muchas veces para evitar conflictos al interior de su familia, ellas optan por no iniciar un emprendimiento y seguir dependiendo de sus parejas. (6)

“Yo hoy estoy soltera porque no soporté que mi pareja no me deje realizarme como mujer. Me hacía problema por ir a trabajar, si ayudaba a

mi comunidad renegaba. Ahora que estoy sola con mis hijos y me siento realizada” (P3)

“Una amiga me llevó a trabajar en venta de catálogo. Estuve cerca de 6 meses y gané buena plata, mi pareja se enteró y me dijo que estaba descuidando a mis hijos, para no discutir con él ahora solo ayudo por horas como promotora a mi comunidad” (P16)

8.2.5 Dimensión 5: Oportunidades

Con relación a las oportunidades de mercado que existen en la zona de José Gálvez Barnechea para emprender, en tiempos de pandemia por la COVID-19, la mayoría de las mujeres entrevistadas señaló que su comunidad representa una gran oportunidad de mercado para sus emprendimientos, lo que es positivo debido a que les permite planificar y ofrecer productos y servicios que puedan gozar de acogida entre la población objetivo.

“Villa es muy grande y hay mucho comercio. Tú te paras en una esquina para vender algo y se vende”. (P18)

Sostuvieron además que el distrito de VMT es altamente comercial para poder realizar cualquier emprendimiento, y que el negocio de la venta de alimentos es rentable. Indicaron además que durante el confinamiento por la pandemia de la COVID-19, pudieron vender mascarillas y protectores faciales, entre otros productos, como vendedores ambulantes, lo que fue bien y con sus ganancias pudieron comprar alimentos para sus familias. Sin embargo, algunas señalaron que la falta de oportunidades que han percibido en la localidad se debe a la falta de apoyo por parte del Estado. En este sentido, comparto lo señalado por Avolio quien

mencionó que muchas veces las mujeres se ven motivadas a llevar adelante algún negocio ante la falta de apoyo por parte de las instituciones. (7).

Conocer las oportunidades para realizar un emprendimiento y en área estarían focalizadas llevó a las mujeres entrevistadas a señalar que si tuvieran la oportunidad de emprender se dedicarían al negocio de la comida, tener un carrito sanguchero, un restaurant, tener una carretilla para vender desayunos. Indicaron ser excelentes cocineras, tuvieron la oportunidad de trabajar en restaurantes de VMT y les fue muy bien, el problema es el tiempo y el poco dinero que percibían por su trabajo. Un factor que les impidió seguir en el rubro de la comida fue el confinamiento decretado por la pandemia de la COVID-19, ya que se prohibió el funcionamiento de ese tipo de negocios.

“En Villa María hay oportunidades de negocio porque hay mucho comercio, pero también hay que pagar cupo por uso de territorio, por eso prefiero no trabajar”. (P8)

“Si lay oportunidades, yo trabajo en el mercado junto a un grupo de madres de la olla común en horas de la mañana vendiendo desayuno a los trabajadores de la cementera”. (P17)

Algunas señalaron otras actividades en las que les gustaría realizar un negocio, como costura, bordado, atender una bodega, aprender a colocar inyectables. Los resultados indicaron la voluntad que tienen de llevar a cabo un emprendimiento en los diversos rubros mencionados.

“Yo en pandemia trabajé vendiendo mascarillas, estoy ahorrando dinero para tener un puesto de venta de alimentos”. (P19)

“En el centro de salud ayudo mucho y eso me ha permitido que logre también colocar un puesto de venta de galletas y gaseosas”. (P6)

Conocer el rubro en el que les gustaría desarrollar sus habilidades de emprendimiento llevó a las señoras a mencionar su interés por realizar un emprendimiento en esos rubros se debe a que tienen experiencia obtenida en sus familias, es decir al observar a sus padres desempeñarse en dichos rubros de negocios.

“Soy muy buena en la costura, quiero emprender en eso”. (P13)

“La cocina es mi fuerte, tener un local de venta de alimentos es un sueño por el que estoy trabajando”. (P5)

Coincido con lo señalado por Toledo y col. quienes mencionaron que la imagen del emprendedor peruano refleja dos grandes factores determinantes: el primero es emprender motivado por necesidad de obtener mayores ingresos; el segundo es el emprendimiento por oportunidad, donde el emprendedor logra identificar en el mercado alternativas que lo impulsan a alcanzar una independencia económica y estabilidad para su familia. (32). Lo señalado por Toledo y col es un gran aporte para los resultados de mi investigación.

Respecto a las circunstancias que se desarrollaron con la presencia de la COVID-19, las mujeres entrevistadas señalaron que ocurrieron diferentes cambios en sus vidas debido al confinamiento. La pérdida del trabajo de sus parejas, la falta de ingresos, muerte de familiares directos, endeudamiento para poder solventar la compra o alquiler de balones de oxígeno, entre otros factores.

“Perdí a mi madre, esposo y hermano. La COVID trajo desgracias en mi familia. El trabajar con mi comunidad ayudó a seguir adelante”.
(P11)

Otro tema que comentaron fue que al no estar preparadas para una situación tan particular como el confinamiento, la convivencia con sus parejas e hijos tuvo momentos muy complicados. Dos de las señoras terminaron sus relaciones de años con sus parejas, dejaron sus viviendas y se trasladaron a la casa de sus padres, lo que refleja lo difícil de la situación que les tocó vivir.

“Mi matrimonio acabó en pandemia, sufrí mucho por mis hijos, pero hay que seguir”. (P20) *“Yo soy conviviente, a comienzo de la pandemia terminé con mi pareja, pero luego volvimos, fue una buena experiencia para poder realmente saber si debíamos seguir o no”.* (P21)

Otro punto importante también mencionado fue el reto de ayudar a sus hijos en sus clases virtuales. Tuvieron problemas como la falta de una computadora, luz, internet, un equipo celular, lo que implicó realizar un tremendo esfuerzo para que sus hijos no pierdan el año y cumplan con sus responsabilidades educativas.

“Me dediqué a ayudar a mi hijo en pandemia en sus clases, también aprendí a ser más tecnológico”. (P6)

“Tuve que pedir a mis vecinas que presten 2 móviles para las clases virtuales de mis hijos.” (P3)

Cabe señalar que la pandemia por la COVID-19 generó un fuerte impacto socioeconómico a nivel global, que afectó en mayor medida a las comunidades

urbano-marginales. No fue solo el efecto sanitario directo de la propia enfermedad y sobre todo de los esfuerzos del sistema de salud por controlar su expansión (60). También se observó la inestabilidad económica, pérdida de empleos y por lo tanto la disminución de los ingresos para los hogares. Adicionalmente también se suma el impacto psicosocial en las familias, que causó esta pandemia en las personas y el cambio de estilo de vida post pandemia que desestabilizó a las familias. (3)

8.3 Limitaciones del estudio

En base a la información en general y la investigación realizada es que el presente estudio evidenció algunas limitaciones en su desarrollo, detallo a continuación:

Tamaño de la muestra: esta investigación se realizó cuando el país ingresó en la quinta ola por la COVID -19. Lograr la convocatoria de las participantes fue una limitante porque muchas señoras no asistían por temor al contagio. Inicialmente la muestra debió ser de 35 mujeres sin embargo terminé por considerar a 23.

Antes de realizar las encuestas conversé con cada participante. Me presenté, les expliqué mi investigación y agradecí su tiempo. La mayoría resultó estar con ganas de hablar, entendí que se debió a que muchas de las participantes salían del confinamiento recién estaban saliendo de su espacio de familia y comunidad para expresarse abiertamente con un desconocido que lo que quería era escucharlas.

En el desarrollo de mi presentación ante de las entrevistas tuve la deserción de 4 señoras quienes pedían que les pagaré por entrevistarlas. Les expliqué el trabajo y decidieron no continuar.

La elección del lugar para realizar las entrevistas fue otra limitante. Distancia, tiempo, ambiente ventilado, céntrico y que sea conocido por cada participante me llevó a ubicar un centro comercial en Villa María del Triunfo.

VIII. CONCLUSIONES

1. Se encontró un gran compromiso con su localidad, una disposición personal de las señoras de ayudarse mutuamente, lo que constituye un elemento fundamental para el éxito de la labor que llevan a cabo las promotoras de fortalecer las iniciativas emprendedoras. Esto coincide con su papel de líderes locales para mejorar la calidad de vida de su comunidad. Tienen en claro que mediante esta labor pueden generar fuentes de empleo a través de sus emprendimientos, que permita la inclusión de más mujeres. Ello refleja su capacidad de comprender diferentes problemáticas, y ser capaces de encontrar una solución efectiva. Resaltan la importancia de la educación para manejar de mejor manera sus emprendimientos, para lo cual tienen una gran disposición para enseñar a las demás mujeres de su entorno acerca de cómo llevar a cabo la gestión de un negocio que sea sostenido en el tiempo, con la finalidad de fortalecer la autonomía de la mujer, así como romper con estereotipos de género impuestos por la sociedad.
2. Su perfil de mujer emprendedora lo relacionan con una mujer motivadora, líder, por lo que resulta importante que ellas identifiquen el ser emprendedora como una cualidad valiosa para el fortalecimiento de su organización. El ser emprendedora lo relacionan más a una actitud positiva, de tener iniciativas para avanzar en la vida, y contar con valores como ser responsable y disciplinada, perseverante, la cual consideran elementos fundamentales para enfrentar los problemas que ocurren en el

día a día. De esta forma, todas se proyectan a sí mismas destacando la importancia de la educación para alcanzar cualquier emprendimiento, como, por ejemplo, el llevar a cabo una carrera técnica o profesional, una mayor capacitación y mejora de habilidades que les permitan desarrollarse efectivamente en las diferentes áreas de sus emprendimientos. Consideran que sus conocimientos adquiridos en el desarrollo de sus labores como promotoras las ha hecho más fuertes, líderes, creyentes de ellas mismas, con habilidades y experiencias para orientar a más mujeres que aún no logran tener una autonomía y facilidad para poder elegir ellas mismas lo que les gusta hacer en la vida, sin descuidar el progreso de sus familias. Ello promueve su empoderamiento como mujeres líderes en su localidad.

3. Las mujeres se consideran más exitosas y que están en capacidad de realizar mejores emprendimientos que los hombres, debido a que consideran que son ellas quienes siempre se encuentran en la búsqueda de una mejora de la economía de sus hogares, para darle estabilidad a sus familias y asegurar el futuro de sus hijos. Como parte de su perfil de emprendedoras, son conscientes que la existencia de una situación de desigualdad de género, como el tener carga laboral y familiar, lo que encasilla a las mujeres como las encargadas de las labores domésticas, del cuidado de los hijos.
4. Las señoras como mujeres emprendedoras lograron identificar oportunidades en medio de la adversidad, como durante la pandemia de la COVID-19, que, si bien afectó la economía y salud de las familias,

representó también una oportunidad de desarrollo de emprendimientos para la población ante la falta de empleo y la necesidad de reinventarse, como a través de la venta de mascarillas y alcohol. La mujer busca el sostenimiento de su hogar en primer lugar, y, en segundo lugar, alcanzar sus anhelos o retos personales. Así, la mayoría señaló que su comunidad representa una gran oportunidad de mercado para sus emprendimientos, lo que les permite planificar y proyectar la venta de diversos productos y servicios. Sostuvieron además que el distrito de VMT es altamente comercial para poder realizar cualquier emprendimiento, y que, por ejemplo, el negocio de la venta de alimentos es rentable.

5. Se observó no solo un bajo nivel educativo de las señoras sino también una alta deserción escolar, tanto a nivel de primaria como secundaria. Lo que muestra que las señoras han adquirido conocimientos sobre la marcha, principalmente como parte de sus actividades como promotoras, que las ha llevado a mejorar su nivel de comunicación y a desarrollar nuevas habilidades que les sirven para su labor diaria en bien de sus comunidades. Sin embargo, señalaron que la falta de educación no constituye una limitante para sus emprendimientos, aduciendo que la voluntad, fortaleza interior y la práctica, pueden resultar factores importantes para el éxito de un negocio. Sin embargo, también mencionaron que muchas veces podría representar un obstáculo para la obtención de algún empleo formal con beneficios de ley, o para manejar un negocio de mayor envergadura y crecer empresarialmente.

Señalaron que muchas veces son los propios integrantes de la comunidad, tanto hombres como también algunas mujeres, quienes critican que una mujer tenga independencia económica, aduciendo que su labor es la crianza de los hijos y el cuidado del hogar. La mayoría indicaron que existe discriminación de género, y que son las propias parejas las que pueden poner obstáculos para que la mujer alcance su independencia económica, y no conciben que una mujer tenga el dinero del día para la comida, lo que crea un ambiente de conflicto en el hogar. Por ello, si ellas contaran con la ayuda de sus parejas, hijos y padres, ello podría aliviar la carga de las señoras con respecto a sus responsabilidades en el hogar, para que tengan más tiempo para sus emprendimientos.

6. Las principales motivaciones que poseen las mujeres promotoras de la zona de Gálvez Barnechea, en el distrito de Villa María del Triunfo-Perú, para llevar a cabo proyectos de emprendimiento en tiempos de pandemia por la COVID-19 es lograr la independencia económica y ayudar a sus familias.
7. En lo que respecta a la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de VMT, en medio de una crisis sistémica, provocada por la COVID-19, se logró evidenciar que las principales limitaciones se encuentran en las pocas oportunidades que genera el estado en base a la promoción del emprendedurismo de manera general, los prejuicios existentes en relación al género femenino y su rol en el campo social y el bajo nivel educativo, no son determinantes para que las mujeres de la localidad no fueran emprendedoras.

IX. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda fortalecer las organizaciones comunales y locales. Se encontró un gran compromiso de las mujeres con su localidad, una gran disposición de ayudarse mutuamente, y de esta forma, promover la generación de puestos de trabajo a través de sus iniciativas emprendedoras.
2. Se debe facilitar el acceso a la educación, capacitaciones, formación técnica a las señoras, para que ellas puedan manejar de mejor manera sus iniciativas emprendedoras, y así ellas puedan alcanzar sus metas de seguir una carreras técnica o profesional, o una capacitación.
3. Fortalecer los programas de apoyo local en el cuidado de los hijos pequeños, ya que se observa una situación de desigualdad de género, que se traduce en una carga laboral y familiar, lo que encasilla a las mujeres como las encargadas de las labores domésticas como el cuidado de los hijos.
4. Facilitar la formalización de sus negocios, otorgamiento de licencias de funcionamiento y facilitación de espacios para venta de sus productos. Ya que ellas consideran que el distrito de VMT es altamente comercial para poder realizar cualquier emprendimiento, como por ejemplo en el negocio de la venta de alimentos.
5. Llevar a cabo talleres de concientización de la existencia de brechas y de discriminación de género. Ya que señalan que muchas veces son su propia pareja, familiares o vecinos, quienes critican que una mujer pueda tener independencia económica, señalando de manera discriminatoria que su labor es la crianza de los hijos y el cuidado del hogar.

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Vaca I. Oportunidades y desafíos para la autonomía de las mujeres en el futuro escenario del trabajo. Asuntos de género. [Internet]. Santiago de Chile: CEPAL; 2019 [citado 17 enero 2021]. 53 p. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44408-oportunidades-desafios-la-autonomia-mujeres-futuro-escenario-trabajo>.
2. Global Entrepreneurship Monitor. [Internet]. Reino Unido. [citado 9 enero 2021]. Global Report 2020/2021. Disponible en: <http://gemconsortium.org/report>
3. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. COVID-19: La pandemia. [Internet]. Nueva York: PNUD, 2021 [citado 8 de enero 2021]. 10 p. Disponible en: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/coronavirus.html>
4. Di Laura G. Estudio del uso del capital social en mujeres empresarias [Tesis doctoral en Internet]. [Lima]: Pontificia Universidad Católica del Perú; 2016. [citado 10 enero 2021]. Disponible en: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7353>
5. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Informe Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo 2019. Población en vías de desarrollo. Lima; 2019.
6. Vildoso C. Las gerentas: mujeres empresarias en micro y pequeñas empresas de confecciones en Lima. Lima: Edaprospo; 1997. 158 p.
7. Avolio BE, Di Laura G. Progreso y evolución de la inserción de la mujer en actividades productivas y empresariales en América del Sur [Internet]. 2017 [citado 18 julio 2018]; 122: 36-62. Disponible en:

[https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/42031/RVE122_Avo
lio.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/42031/RVE122_Avo
lio.pdf)

8. Panta Monteza M. Propuesta metodológica para el desarrollo de emprendimientos productivos promovidos por mujeres de escasos recursos. Aplicación al Valle de Cañete-Perú. [Tesis doctoral en Internet]. [Madrid]: Universidad Politécnica de Madrid, 2019 [citado 10 enero 2021]. Disponible en: <http://oa.upm.es/57408/>
9. Saavedra M, Camarena M. Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. Criterio libre [Internet]. 2015 [citado 17 enero 2021]; 13 (22):129-52. Disponible en:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6675960.pdf>
10. Organización Internacional del Trabajo. Las mujeres en el trabajo: Tendencias de 2016 [Internet]. Ginebra: OIT, 2016 [citado 18 julio 2021]. 35 p. Disponible en: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---
dcomm/---publ/documents/publication/wcms_483214.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_483214.pdf)
11. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. COVID-19: La pandemia. [Internet]. Nueva York: PNUD, 2021 [citado 8 de enero 2021]. 10 p. Disponible en: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/coronavirus.html>
12. Gasca L. Impulso al emprendimiento Social, Promotora Social México. México: Contaduría Pública; 2015, 80 p. Disponible en:
13. Gómez A. Propuesta emprendimiento social aplicable a comunidad en condición de vulnerabilidad en Bucaramanga Colombia. Argentina: Universidad Nacional de la Plata; 2009, 89 p.
14. Zapata G, Fernández S, Neira I, Rey L. El género como factor determinante del emprendimiento tecnológico en Sudamérica”. En: II Xornada Universitaria Galega en Xénero: 2 al 4 febrero 2014. Galicia: Universidade da Coruña; 2014;

172-82. Disponible en:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5672947>

15. Tumi J, Flores Y. Mujeres empresarias de éxito en Puno-Perú. Rev. Investig. Altoandín. [Internet]. 2015. [citado 9 enero 2021]; 17 (1): 33-40. Disponible

en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5157118>

16. Bilbao M. Institutos de educación superior pedagógicos como medio de empoderamiento en mujeres de los tres contextos de Perú. [Tesis doctoral program de Doctorado: Psicología de la Educación y Desarrollo Humano en contextos multiculturales, disponible en Internet]. [Valencia]: Universitat de Valencia, 2017

[citado 10 enero 2021]. Disponible en:

<https://roderic.uv.es/handle/10550/60803>

17. Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (CLADEA).

Desafíos y oportunidades para el emprendimiento femenino sostenible en entornos adversos. [Internet]. Lima, 2018. [citado 21 enero 2021]. 15 pp.

Disponible en:

http://www.cladea.org/proceeding2018/pdf/papers/Emprendimiento/CLADEA_2018_paper_296.pdf

18. Panta Monteza M. Propuesta metodológica para el desarrollo de emprendimientos productivos promovidos por mujeres de escasos recursos. Aplicación al Valle de Cañete-Perú. [Tesis doctoral en Internet]. [Madrid]: Universidad Politécnica de Madrid, 2019 [citado 10 enero 2021]. Disponible en: <http://oa.upm.es/57408/>

19. Hizrich R, Peters M. Entrepreneurship or how to start own business and succeed. Nueva York: Mc Graw Hill; 2002, 580 pp.

20. Global Entrepreneurship Monitor. [Internet]. Reino Unido. [citado 9 enero 2021]. Global Report 2016/2017. Disponible en:
<http://gemconsortium.org/report>
21. Acs J, Varga A. The Entrepreneurship, Technological Agglomeration and the change. Papers on entrepreneurship, growth and the public policy. [Internet]. 2004 [citado el 7 de enero de 2021]; 122: 323-34. Recuperado a partir de:
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-005-1998-4>
22. Gunning, J. The idea of entrepreneur Role as Distinctly Human Action: A History of Progress [Internet]. 2020. Disponible en:
www.gunning.cafeprogressive.com/subjecti/workpape/role_ent.htm
23. Marshall, A. Principles of Economics. Macmillan, London. Vol 2. 8ª ed; 1957
24. Schumpeter J. Capitalism, Socialism and Democracy. London and New York: Routledge; 2010, 437 pp
25. Von Mises L. The Historical Setting of the Austrian School of Economics. L. von Mises Institute, The Ultimate Foundations of Economics. Vol3. 18a ed Austria; 1984.
26. Knight FH. Economic Psychology and the Value Problem. The Quarterly Journal of Economics, 1925; 34:372-409. Reimpresión en Knight F. The Ethics of Competition and Other Essays, pp. 76-104, por la que se cita [pp. 81-116 de la traducción española]
27. Prieto C. Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios. 1ra ed. México: Guillermo Domínguez Chávez; 2014, 336 pp

28. Okoth D, Nambuswa E, Namusonge G. Determinants of Effective Women Entrepreneurship in Kenya: A Survey of Trans-Nzoia County. *European Journal of Business and Management*. 2016; 8(30): 174-182.
29. Orihuela ML, Osorio R. Las capacidades gerenciales y su relación con el desarrollo de las mujeres empresarias en la ciudad de Huánuco [Tesis de grado en Internet]. [Perú]: Universidad Nacional Hermilio Valdizan, 2013 [citado 10 de enero de 2021]. Disponible en: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNHE_1e48c62ff7864a6666783a446d398aad
30. Álvarez AC, Cáceres MP. Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la Asociación de Mujeres Empresarias del Perú (capítulo Arequipa) [Tesis de grado en Internet]. [Arequipa]: Universidad Católica San Pablo, 2017 [citado 25 de enero de 2021]. Disponible en: http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15388/1/ALVAREZ_VALLE_ANA_DIA.pdf
31. Kostovski BBr. Clima social familiar de las mujeres emprendedoras de los distintos barrios del distrito de la Unión - Piura, 2014 [Tesis de grado en Internet]. [Chimbote]: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; 2017. [citado 25 de enero de 2021]. Disponible en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1493>
32. Toledo C, Quintana C, Napa D, Terzano J. Estilos de liderazgo de las mujeres emprendedoras de Lima Metropolitana. [Tesis de grado en Internet]. [Lima]: Pontificia Universidad Católica del Perú; 2016. [citado 30 de enero de 2021]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/7528>

33. Arellano C. Factores determinantes que influyen en el emprendimiento femenino del emporio comercial de Gamarra. Lima. [Tesis de grado en Internet]. [Lima]: Universidad San Ignacio de Loyola; 2018. [citado 29 enero 2021]. Disponible en: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3836/1/2018_Arellano-Bastidas.pdf
34. Shapero AT. The Entrepreneurial Event. En: Kent (CA) ed. The environment for the entrepreneurship. Lexington: Lexington books; 1984, 84 pp.
35. Schumpeter J. Economía política del crecimiento: cadenas causales y mecanismos institucionales. Buenos Aires CAF: Banco de Desarrollo de América Latina; 2015, 508 pp.
36. Mujeres del pacífico. (2016). La situación global del emprendimiento en los países de la Alianza del Pacífico. Un estudio de benchmarking. Alianza del Pacífico. Páginas 13 a las 17.
37. Banco Mundial (2021). Informe sobre el desarrollo mundial 2021. El Estado en un Mundo en Transformación, Banco Mundial, Washington
38. Gürol Y. & Atsan N. Entrepreneurial characteristics amongst university students: some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. Education and Training. [Internet]. 2006. [citado 9 enero de 2021]; 48; 25-38. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/240959653_Entrepreneurial_characteristics_amongst_university_students_Some_insights_for_entrepreneurship_education_and_training_in_Turkey

39. Ortiz C, Camargo D, Duque Y. Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. Reflexión. [Internet]. 2018. [citado 9 de enero de 2021]; 16 (1); 85-104. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4237376>
40. Pizarro O, Guerra, M. Emprendimientos liderados por mujeres, de base académica, en Chile. En S. Barro (coord.), Emprendimiento Femenino en Iberoamérica (pendiente de publicación). 2015; 125 p.
41. Gholipour A, Bod M & Pirannejd A et al. The feasibility of job sharing as a mechanism to balance work and life of female entrepreneurs. International business research. 2010; 3(3):133-40
42. Novak, J.D. Conocimiento y aprendizaje. Madrid: Alianza editorial;1998. 69 p.
43. León, J, Huari, D. Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú. Pensamiento crítico. 2010; (13):55-70.
44. Ponce J. Niveles de violencia contra la mujer emprendedora en el Perú: un análisis basado en la Encuesta Demográfica y de Salud familiar. San Martín Emprendedor. [Internet]. 2012. [citado 10 de febrero de 2021]; 3(1):7-51. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/1615>
45. Stefanovic I, Prokic S, Rankovic L. Motivational and success factors of entrepreneurs: the evidence from a developing country. Zb. rad. Ekon. fak. Rij. 2010; 28(2):251-69.
46. PNUD. Informe sobre desarrollo humano 2016 [Internet]. New York: PNUD, 2016. [citado 7 de enero de 2021]. 40pp. Disponible en: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/hdr/2016-human-development-report.html>

47. López M, Romero P, Díaz R. Motivaciones para emprender: Un análisis de la diferencia de hombres y mujeres. *Economía Industrial*. [Internet]. 2012 [citado 05 de febrero de 2021]; 383: 75-84. Disponible en: <http://rodin.uca.es/xmlui/handle/10498/16103?show=full>
48. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Producto Bruto Interno Trimestral por Tipo de Gasto 2007–2021-I (Valores a precios constantes de 2007). [Internet]. 2021. [citado 16 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>
49. Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) 2017 [Internet].
Reporte de Integración
Económica. <https://www.sela.org/media/3210085/reporte-de-integracion-economica-no-2-ene-jun-2017.pdf>
50. Asociación de Emprendedores de Perú (ASEP) [Internet]. [Perú]: El emprendimiento femenino peruano y sus limitaciones; 2018 [citado 16 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://asep.pe/index.php/emprendimiento-femenino-peruano-limitaciones/>
51. Castillo S. El sistema educativo refleja la enorme desigualdad de género en el Perú [Internet]. 2007. [citado 21 de enero de 2021]. Disponible en: <https://rpp.pe/peru/actualidad/la-brecha-educacional-que-aun-no-se-logra-cerrar-en-el-peru-noticia-1085289?ref=rpp>
52. Villa María del Triunfo. [Internet]. [Lima]. [citado 10 de enero de 2021].
Sección documentos Recuperado a partir de: <http://www.munivmt.gob.pe/>
53. Drucker P. *Managing for Result*. HarperCollins;1964, 185 pp.

54. Castillo M. Guía para la formulación de proyectos de investigación. Bogotá: Alma Máter Magisterio; 2004, 196 pp.
55. Marí R, Bo R, Climent C. Propuesta de Análisis Fenomenológico de los Datos Obtenidos en la entrevista. Revista de Ciències de l'Educació [Internet]. 2010. [citado 10 de enero de 2021]; 5; 113-133. Disponible en: <https://revistes.urv.cat/index.php/ute/article/viewFile/643/622>
56. Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A., & Fontenot, R. Does sample size matter in qualitative research?: A review of qualitative interviews in IS research. Journal of computer information systems, 2013, 54(1), 11-22.
57. Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. Field methods, 2006, 18(1), 59-82.
58. Formación Alcalá. Introducción a la bioética: concepto, principios y ejemplos. [Internet]. España, 2020. [citado 10 de enero de 2021]. Disponible en: <https://www.formacionalcala.es/articulos/18/introduccion-a-la-bioetica-concepto-principios-y-ejemplos>
59. Kerlinger F, Lee H. Investigación del comportamiento. México D.F.: McGraw – Hill Interamericana; 2002, 808 p.
60. Jacinto Hernández Lorge, Hernández Cabrera Griselda, Artiles Duarte Lliliam, Jaime Valdés Lourdes María, Pérez Rodríguez Tomás. Guía metodológica para la observación y calificación del examen práctico estatal de Medicina. EDUMECENTRO [Internet]. 2016 Dic [citado 2022 Dic 13]; 8(4): 100-114. Disponible en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742016000700008&lng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742016000700008&lng=es)

61. Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. *Metodología de la investigación* (5ªed.). México: Mc Graw Hill, 2010
62. Universidad Peruana Cayetano Heredia. Comité Institucional de Ética en Investigación (CIEI) – Humanos. [Internet]. 2021. [citado 15 de mayo de 2021]. Enlaces e Interés. Disponible en:
<https://investigacion.cayetano.edu.pe/etica/ciei>
63. Naranjo C. Desigualdades de género en el emprendimiento y en los negocios de las mujeres. Revista Trabajo Social. [Internet]. 2014. Disponible en:
<http://revistatrabajosocial.uc.cl/index.php/RTS/article/view/2574/2534>

ANEXO I. PROPUESTA DE FORMATO PARA JUICIO DE EXPERTOS

Instrumento: Guía de entrevista. El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19

Estimado Dr.(a).

Experto(a) y conocedor de la materia, con un amplio recorrido profesional, ha sido seleccionado(a) como juez para evaluar el instrumento cualitativo sobre el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19.

Valorar el instrumento tiene gran importancia para obtener resultados válidos que puedan aportar al objeto de la investigación y sus respectivas aplicaciones. Agradezco su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos:

Formación académica:

Áreas de experiencia profesional:

Cargo actual:

Institución:

Objetivo de la investigación: Determinar las barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y oportunidades de mercado que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú en tiempos de pandemia por la COVID-19.

Objetivo del juicio de expertos:

Objetivo del instrumento: Determinar las barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y oportunidades de mercado que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú en tiempos de pandemia por la COVID-19.

Instrucciones:

La matriz adjunta está compuesta por tres componentes:

El primer componente describe los criterios que segmenta el instrumento. **El segundo** comprende la calificación, valoración cuantitativa con su respectivo valor cualitativo, estructurado, como no cumple con el criterio (1), bajo nivel (2), moderado nivel (3) y alto nivel (4). Finalmente, el **tercer componente** corresponde al indicador, donde se determina la especificidad y esencia de la naturaleza y validez del instrumento.

A continuación, teniendo en cuenta básicamente los indicadores descritos en el cuadro de valoración, califique cada uno de los ítems según corresponda en la plantilla de calificación. Para la calificación, considere que el emprendimiento de mujeres en zonas urbano-marginales según León y Huarí (2010) consiste en un nuevo aporte al sistema económico de un país, siendo el rol de la mujer una pieza fundamental para el crecimiento y desarrollo del emprendimiento femenino sobre todo en las zonas urbano-marginales.

ANEXO II. FORMATO DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN POR JUECES DE GUÍA DE ENTREVISTA

(Adultos)		
<i>Título del estudio :</i>	El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19	
<i>Investigador (a) :</i>	Domingo Medina Losno	
<i>Institución :</i>	Universidad Peruana Cayetano Heredia	
SUFICIENCIA	1. No cumple con el criterio.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la magnitud total.
	3. Nivel moderado	Incrementar algunos ítems para evaluar la dimensión en su magnitud.
	4. Alto nivel	Todos los ítems son importantes.
CLARIDAD	1. Muy bajo nivel	No hay claridad en la información.
	2. Bajo nivel	Se requiere modificación.
	3. Moderado nivel	Hay claridad, pero falta aclarar algunos términos.
	4. Alto nivel	Con mucha claridad.
COHERENCIA	1. No cumple con el criterio.	No hay relación.
	2. Bajo nivel.	La relación es muy baja.
	3. Moderado nivel	La relación es moderada.
	4. Alto nivel.	Está completamente relacionado.
RELEVANCIA	1. No cumple el criterio.	Se puede eliminar.
	2. Bajo nivel.	Tiene alguna relevancia.
	3. Moderado nivel	Relativamente importante
	4. Alto nivel	Es muy relevante.

(73) Escobar-Pérez, J, Cuervo-Martínez, A. Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. Avances en medición. 2008; 6:27-36

ANEXO III. MATRIZ DE INSTRUMENTO:

El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19

CATEGORÍA	DIMENSIÓN	INSTRUMENTOS	PREGUNTAS
Teoría del emprendimiento	Concepto de emprendimiento	Guía de entrevista	¿Qué entiendes cuando escuchas la palabra emprendimiento?
	Emprendimiento femenino		¿Mencióname todos los conceptos o ideas que se te vienen a la mente cuando escuchas la frase emprendimiento femenino?
Motivación	Servicio a la comunidad	Guía de entrevista	Si tuvieras la posibilidad de emprender para contribuir con el desarrollo de tu comunidad ¿Qué harías?
	Motivaciones internas y externas		¿Qué consideras que debe tener toda mujer para lograr ser promotora? O ¿Como debería ser una mujer que desea ser promotora?
	Reconocimiento de la comunidad		¿Cuál crees que sería la reacción que tenga tu comunidad si les informas que has decidido independizarte, capacitarte y convertirte en una mujer que va iniciar un emprendimiento que la llevará a un mejor desarrollo personal?
	Logros alcanzados		Te gusta lo que has logrado hasta hoy como persona, como madre, ¿cómo mujer? ¿Qué más esperas de ti?
Perfil de la mujer promotora	Cualidades comunes.	Guía de entrevista	Me gustaría conocer que se te viene a mente cuando te menciono ¿Qué diferencias encuentras entre la palabra emprendimiento y mujer emprendedora?
	Aspiraciones en el futuro. Metas.		Alguna vez te has puesto a pensar ¿Cómo te ves o te proyectas de acá a 5 años?
Barreras socio educativas que limitan el emprendimiento	Grado de instrucción.	Guía de entrevista	Me podrías contar ¿Cuál es tu grado de instrucción?
	Limitaciones en el acceso a la educación.		¿Consideras que el no haber terminado los estudios de colegio o no tener una carrera técnica o profesional limita la capacidad de emprendimiento de las mujeres?
	Prejuicios.		¿Crees que existen prejuicios sobre la mujer que desea alcanzar su independencia económica?
	Grado de apoyo del entorno.		¿Si le comentaras a los integrantes de tu familia que has decidido emprender e independizarte económicamente, crees que recibirías el apoyo? ¿Sí?, ¿No?, ¿Por qué?
Oportunidades de mercado en el Distrito de Villa María del Triunfo-Perú,	Conocimiento del mercado.	Guía de entrevista	¿Consideras que existen oportunidades para realizar emprendimientos en el Distrito de Villa María del Triunfo?
	Alternativas de emprendimiento.		¿Si tuvieras la oportunidad de realizar un emprendimiento, en qué área te gustaría realizarla?
Pandemia por COVID-19	Experiencias de emprendimiento. Consecuencias pandemia	Guía de entrevista	¿Qué cambios ha ocasionado en ti el confinamiento por la COVID 19?

ANEXO IV. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (ENTREVISTA)

Apreciada: _____

El presente instrumento ha sido diseñado para recabar información sobre “El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19”.

En consecuencia, es necesaria la objetividad al responder los enunciados de las interrogantes realizadas, para lograr mayor validez de la información recolectada. De antemano se estima su amable colaboración.

1. ¿Qué entiendes cuando escuchas la palabra emprendimiento?
2. ¿Mencióname todos los conceptos o ideas que se te vienen a la mente cuando escuchas la frase emprendimiento femenino?
3. Si tuvieras la posibilidad de emprender para contribuir con el desarrollo de tu comunidad ¿Qué harías?
4. ¿Qué consideras que debe tener toda mujer para lograr ser promotora? O ¿Como debería ser una mujer que desea ser promotora?
5. ¿Cuál crees que sería la reacción que tenga tu comunidad si les informas que has decidido independizarte, capacitarte y convertirte en una mujer que va iniciar un emprendimiento que la llevará a un mejor desarrollo personal?
6. Te gusta lo que has logrado hasta hoy como persona, como madre, ¿como mujer? ¿Qué más esperas de ti?
7. Me gustaría conocer que se te viene a mente cuando te menciono ¿Qué diferencias encuentras entre la palabra emprendimiento y mujer emprendedora?
8. Alguna vez te has puesto a pensar ¿Cómo te ves o te proyectas de acá a 5 años?
9. ¿Quiénes consideras tú que tienen mayores oportunidades y apoyo para realizar un emprendimiento los hombres o las mujeres? ¿Por qué?
10. ¿Qué entiendes cuando te mencionan el concepto calidad de vida?
11. ¿Alguna vez has recibido charlas o capacitaciones de cómo realizar un emprendimiento o de cómo emprender? ¿Sí? ¿No? ¿Qué fue lo que más te llamó la atención?
12. ¿Cómo es un día de trabajo como promotora?
13. ¿Consideras que lo aprendido como promotora te ha ayudado para que puedes considerarte una mujer emprendedora? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?
14. ¿Tienes conocimientos de computación o de alguna otra herramienta tecnológica?
15. ¿Cómo organizas tu tiempo como promotora, con tu familia y a nivel personal?

16. ¿Te sientes segura, protegida o ayudada en tu entorno familiar y social?
17. Me gustaría que me comentaras de tu vida actual a nivel personal, ¿cuáles son tus metas, deseos, motivaciones, anhelos?
18. ¿Conoces algunos casos de mujeres emprendedoras o emprendimientos cercanos a ti? ¿Sí? ¿No? ¿Por qué?
19. ¿Cuál es tu grado de instrucción?
20. ¿Consideras que el no haber terminado los estudios de colegio o no tener una carrera técnica o profesional limita la capacidad de emprendimiento de las mujeres?
21. ¿Crees que existen prejuicios sobre la mujer que desea alcanzar su independencia económica?
22. ¿Si le comentaras a los integrantes de tu familia que has decidido emprender e independizarte económicamente, crees que recibirías el apoyo? ¿Sí?, ¿No?, ¿Por qué?
23. ¿Consideras que existen oportunidades para realizar emprendimientos en el Distrito de Villa María del Triunfo?
24. ¿Si tuvieras la oportunidad de realizar un emprendimiento, en qué área te gustaría realizarla?
25. ¿Qué cambios ha ocasionado en ti el confinamiento por la COVID 19?

Nombre: _____

DNI nro. _____

Firma: _____

Lugar y fecha: _____

ANEXO V. GUÍA DE OBSERVACIÓN

Observador: Domingo Medina Losno

Docente: Luis Fernando Llanos

Título: Determinar las barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y oportunidades de mercado que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú en tiempos de pandemia por a lCOVID-19.

Fecha: noviembre 2022

Se utilizó la presente guía de observación para la evaluación diagnóstica de las personas materia de la investigación, señalando lo más relevantes a observar. Se utilizó una observación asistemática con el fin de lograr la mayor cantidad de información posible sin focalizar algún aspecto en particular.

Se utilizó este instrumento en el momento de la entrevista para lograr conocer los aspectos más importantes de la interacción al momento de la entrevista.

Se definió el propósito, la duración y los aspectos a observar de las mujeres materia de la investigación.

I. Iniciación de la actividad

	SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NO APLICA
1. En la localidad hay presencia de mujeres emprendedoras	X			
2. Las mujeres de la localidad demuestran tener un claro perfil de emprendedoras.	X			
3. Las mujeres de la localidad demuestran proyección con respecto a desenvolver sus propios emprendimientos.	X			
4. Las mujeres de la localidad gozan de optimas oportunidades para el desarrollo de su emprendimiento.				X
5. Las mujeres de la localidad demuestran perspectiva y entusiasmo en su trabajo como promotoras.	X			
6. En el caso de las mujeres de no tener estudios escolares concluidos, ello es un obstáculo para el ejercicio del emprendimiento.				X
7. El confinamiento ha generado que el miedo sea una obstrucción para el desarrollo de emprendimientos.			X	
8. En la localidad, las mujeres muestran tener disposición e interés a desarrollar sus propios emprendimientos	X			
9. Los prejuicios contra el trabajo independiente de la mujer representar ser un problema.	X			

II. Desarrollo de la actividad

	SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NO APLICA
1. Inicia el desarrollo del tema relacionándolo con una experiencia profesional, una anécdota, un problema, con el fin de motivar y captar la atención de las entrevistadas.	X			
2. Durante las entrevistas: Permite interrupciones para preguntas / se explican las preguntas	X			
3. Hace preguntas para verificar la comprensión, establecer conexiones del tema con otros, vinculación con la realidad profesional		X		
4. Se sigue una secuencia lógica que facilita al entrevistado el proceso de comprensión de las preguntas de las entrevistas.	X			
5. La forma de comunicación se caracteriza por utilizar un lenguaje claro y comprensible.	X			
6. Se explican las palabras técnicas que puedan no ser Comprendidas por las entrevistadas.	X			
7. Se utilizan ejemplos para aclarar ideas o conceptos	X			

III. Finalización o cierre de la actividad

	SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NO APLICA
1. El entrevistado presenta una síntesis de las ideas principales al término de las entrevistas	X			
2. Conecta el tema con las actividades de las personas entrevistadas	X			
3. Orienta a los entrevistadas para buscar información complementaria		X		
4. Se informa a las entrevistadas que una vez aprobado el trabajo de investigación se realizara una reunión con el grupo de mujeres entrevistadas para presentarles los resultados.	X			

ANEXO VI. CONSENTIMIENTO INFORMADO ESCRITO PARA PARTICIPAR EN UN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN

(Adultos)	
<i>Título del estudio</i> :	El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19
<i>Investigador (a)</i> :	Domingo Medina Losno
<i>Institución</i> :	Universidad Peruana Cayetano Heredia

Propósito del estudio:

La estamos invitando a participar en un estudio para conocer **El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19**. Este es un estudio desarrollado por un investigador de la Universidad Peruana Cayetano Heredia.

El objetivo de la investigación es “Determinar las barreras que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú y la vinculación con su perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en esta área, en tiempos de pandemia por COVID-19”. En este sentido se ha elaborado un cuestionario para la recolección de datos primarios, bajo la supervisión de un Comité designado por la Universidad **Peruana Cayetano Heredia**.

Procedimientos:

El objetivo de la investigación es “Determinar las barreras que limitan el emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú y la vinculación con su perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en esta área, en tiempos de pandemia por la COVID-19”. En este sentido se ha elaborado un cuestionario para la recolección de datos primarios, bajo la supervisión de un Comité designado por la Universidad **Peruana Cayetano Heredia**.

1. Si decide participar en este estudio se realizará lo siguiente:

2. Se realizará la entrevista de profundidad, en una sesión, de aproximadamente 90 minutos cada una.
3. Las entrevistas se realizarán en un marco abierto. Se dispondrá de una guía de preguntas y cada sesión será grabada y posteriormente transcrita.
4. Se tomarán notas de campo.
5. La técnica de entrevista será cara a cara con el entrevistado, a modo de una interacción conversacional, con la finalidad de conocer la perspectiva de la persona respecto a su experiencia, en un escenario preparado

Usted autoriza la grabación de la entrevista; Sí () No ()

**CONSENTIMIENTO INFORMADO ESCRITO PARA PARTICIPAR EN UN ESTUDIO
DE INVESTIGACIÓN**

(Adultos)

Título del estudio :	El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19
Investigador (a) :	Domingo Medina Losno
Institución :	Universidad Peruana Cayetano Heredia

Usted no podrá nombrar a personas, instituciones y cualquier información que pudieran afectar la dañar la honra de terceros, durante la entrevista; en caso de que esto sucediera, tendremos que eliminar esa información del archivo en presencia de usted (*en caso no vaya a existir grabación eliminar esta oración*).

Riesgos:

No existe ningún riesgo al participar de este trabajo de investigación. Sin embargo, algunas preguntas le pueden causar incomodidad. Usted es libre de responderlas o no.

Beneficios:

Se realizará la presentación de la investigación. Se hará de conocimiento el uso de la investigación y se solicitará la firma y el documento de identidad de cada persona que participe de la investigación. Ello en correspondencia con los criterios para el manejo de información en proyectos de investigación por parte de la Universidad Cayetano Heredia

Costos y compensación

No deberá pagar nada por participar en el estudio. Igualmente, no recibirá ningún incentivo económico ni de otra índole, solo una compensación por gastos de transporte y/o un refrigerio por el tiempo brindado.

Se invitará un break a cada participante, por su participación.

Confidencialidad:

Le podemos garantizar que la información que usted brinde es absolutamente confidencial, ninguna persona.

Usted puede hacer todas las preguntas que desee antes de decidir si desea participar o no, las cuales responderemos gustosamente. Si, una vez que usted ha aceptado participar, luego se desanima o ya no desea continuar, puede hacerlo sin ninguna preocupación, no se realizarán comentarios, ni habrá ningún tipo de acción en su contra.

**CONSENTIMIENTO INFORMADO ESCRITO PARA PARTICIPAR EN UN ESTUDIO
DE INVESTIGACIÓN**

(Adultos)	
<i>Título del estudio :</i>	El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19
<i>Investigador (a) :</i>	Domingo Medina Losno
<i>Institución :</i>	Universidad Peruana Cayetano Heredia

Derechos del participante:

Si decide participar en el estudio, puedes retirarte de éste en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio sin daño alguno. Si tiene alguna duda adicional, por favor pregunte al personal del estudio o llame al *Lic. Domingo Medina Losno* al XXXXXXXXXX *investigador autorizado por la Universidad Peruana Cayetano Heredia* o con la Universidad Cayetano Heredia a la Central 01-3190000, preguntar por la Facultad de Salud Pública.

Si tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que ha sido tratado injustamente puede contactar a la Dra. Frine Samalvides Cuba, presidenta del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Peruana Cayetano Heredia al teléfono 01-3190000 anexo 101355 o al correo electrónico: duict.cieh@oficinas-upch.pe

Una copia de este consentimiento informado le será entregada.

Declaración del Investigador:

Yo declaro que el participante ha leído la descripción del proyecto, he aclarado sus dudas sobre el estudio, y ha decidido participar voluntariamente en él. Se le ha informado que los datos que provea se mantendrán anónimos y que los resultados del estudio serán utilizados para fines de investigación.

**CONSENTIMIENTO INFORMADO ESCRITO PARA PARTICIPAR EN UN ESTUDIO
DE INVESTIGACIÓN**

(Adultos)	
<i>Título del estudio :</i>	El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19
<i>Investigador (a) :</i>	Domingo Medina Losno
<i>Institución :</i>	Universidad Peruana Cayetano Heredia

Yo: _____ portadora del DNI nro. _____
mayor de edad y en pleno ejercicio de mis facultades mentales, acepto, sin que para ello se me haya ejercido ningún tipo de presión participar en la encuesta (grabada) del estudio **“El emprendimiento de las mujeres promotoras de la zona de José Gálvez Barnechea del distrito de Villa María del Triunfo-Perú: barreras, perfil, perspectivas, motivaciones y las oportunidades de mercado en tiempos de pandemia por la COVID-19”**.

Por medio de la presente hago constar que he leído y aceptado todos los términos descritos en el **“Consentimiento Informado del Instrumento de Recolección de Datos (Entrevista)”**

Firma del encuestado

Firma del investigador

Fecha:/...../.....