
ARTICULO DE INVESTIGACIÓN

**Caracterización y Motivaciones para el Emprendimiento Femenino:
caso de mujeres en Virú, La Libertad, Perú**

Characterization and Determinants of Female Entrepreneurship: case of women in
Virú, La Libertad, Peru

Dra. María Elena Velásquez Alva

Centro Alternativo de Acción para el Desarrollo Sostenible de La Libertad

<https://orcid.org/0009-0001-5199-3423>

Recibido: 19/01/2023

Revisado: 12/03/2023

Aceptado: 21/03/2023

Publicado: 30/03/2023

Correspondencia: _____

Correo electrónico: maelenavelasqueza@gmail.com



Resumen

Este artículo tiene como objetivo obtener información sobre las características y motivaciones que promueven el emprendimiento femenino de las mujeres de Virú, la Libertad, con el propósito de conocer sus datos demográficos; educativos, laborales, familiares, competencias administrativas, tipos de emprendimientos y obstáculos; asimismo, las motivaciones para impulsar iniciativas de emprendimientos. Para ello se aplicó una encuesta a 58 mujeres con pequeños negocios, profundizándose en las motivaciones a través de una entrevista semiestructurada. Los resultados muestran que ellas forman un grupo heterogéneo pues se evidencia que sus antecedentes educativos no guardan relación con el tipo de emprendimiento: la mayoría de ellas no tiene experiencia. En cambio, sus antecedentes familiares sí influyen pues participaron, por lo general, en proyectos independientes. Ellas involucran a sus parientes como socios o empleados mostrando el rol protector de la mujer en la familia. Respecto a lo administrativo, su gestión se basa en éxitos y desaciertos. Las motivaciones más importantes que conducen a las mujeres a emprender son aspiraciones de logro y autonomía, así como, éxito económico. Se concluye en la necesidad de políticas públicas que integre las características y motivaciones de las mujeres para generen programas de fortalecimiento de estas condiciones.

Palabras Clave: emprendimiento femenino; condicionantes; motivaciones; competencias; obstáculos.

Abstract

This article aims to obtain information on the characteristics and motivations that promote female entrepreneurship of the women of Virú, La Libertad, in order to know their demographic data; educational, labor, family, administrative powers, types of ventures and obstacles; likewise, the motivations to promote entrepreneurship initiatives. For this, a survey was applied to 58 women with small businesses, delving into the motivations through a semi-structured interview. The results show that they form a heterogeneous group, since it is evident that their educational background is not related to the type of entrepreneurship: most of them have no experience. On the other hand, their family background does have an influence, since they generally participated in independent projects. They involve their relatives as partners or employees, showing the protective role of women in the family. Regarding the administrative, its management is based on successes and failures. The most important motivations that lead women to undertake are aspirations for achievement and autonomy, as well as economic successes. It is concluded that there is a need for public policies that integrate the characteristics and motivations of women to generate programs to strengthen these conditions.

Keywords: female entrepreneurship; conditions; motivations; skills; obstacles.

Introducción(En línea):

El emprendimiento femenino es reconocido, como una de las actividades que pueden brindar empoderamiento económico a las mujeres y es un campo de la investigación en expansión debido al reconocimiento de que la actividad emprendedora está relacionada al crecimiento económico y la generación de empleo (Saavedra, et al, 2022; Rojas, Tapia y Herrera, 2021.; Alvarado, Morales y Ortiz, 2020.; 2019; Ortiz et al 2015.; Ormeño, 2014.; Escamilla et al., 2013; Álvarez et al., 2012; Amorós et al., 2012). El emprendimiento puede definirse, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación (Silva-Peralta y Rompato, 2020; Tortosa et al., 2018.; Lado et al., 2017). Es por esta razón el estudio del emprendimiento femenino adquiere gran importancia, en tanto permita potenciar el aporte de las actividades productivas y comerciales.

Para comprender el emprendimiento es importante conocer las características y las motivaciones de las mujeres que generan dichos emprendimientos, entendiendo que la viabilidad de éstos depende de sus competencias para administrarlos (Baltodano y Lozano 2020.; García et al., 2016; López et al., 2016; Compeán et al., 2015; Fuentes et al., 2010;). Conocer las motivaciones que impulsan a una mujer a comprometerse con un emprendimiento es significativo para promover esta actividad; aunque el tema no ha sido suficientemente estudiado existe un interés por comprender los diversos factores y motivos que condicionan, influyen y determinan los emprendimientos femeninos (Elizundia, 2014; Rábago et al., 2014.; Ortiz et al., 2008).

En el Perú, en particular, se han realizado algunos estudios sobre el emprendimiento, pero éstos son realizados sin distinción de género como se puede observar en los datos reportados por el Global Entrepreneurship Monitor Perú 2018-2019; por tanto, las estadísticas que cuantifiquen la actividad emprendedora de las mujeres es limitada a pesar de la creciente participación de la mujer en la economía. Se han encontrado otros estudios en el Perú, entre los más significativos: Mujeres Empresarias de Exito en Puno-Perú, realizado por Quispe, et al, (2015), Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresarias en el Perú, realizado por Avolio (2008) y Programas de Apoyo al Emprendimiento Femenino en la Alianza del Pacífico: Primer informe, realizado por el Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP) en el año 2028: Sin embargo,

a pesar de la valiosa información sobre el emprendimiento femenino no se cuenta con un reporte periódico del impacto de las iniciativas, en función a las diversas realidades, que conlleven a la formulación de programas orientados a mejorar sus esfuerzos.

Esta investigación se centra en el caso de las mujeres que gestionan pequeños emprendimientos en la provincia de Virú, La Región La Libertad, considerándose a éstas como el objeto central de la investigación. Según el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP), en el marco del XIV Foro de la Mujer Empresaria 2017, destacó a la región La Libertad como la segunda ciudad en el país, después de Lima, de mayor concentración de negocios creados por mujeres (1.392), principalmente en actividades como alojamiento, comercio y otros servicios (CCL: 70% de negocios creados por Mujeres están en 6 regiones, 2017). Sin embargo, estudios a profundidad de emprendimientos de mujeres es limitada.

Virú es una de las provincias de la Región La Libertad, con un significativo desarrollo de la actividad emprendedora; sin embargo, no se han encontrado estudios sobre esta actividad emprendedora en general. En cuanto a actividad emprendedora femenina no se han existen estadísticas o reportes que permitan conocer las características de esta actividad.

El estudio busca realizar la caracterización del emprendimiento femenino en los aspectos: demográficos, educativos, laborales y familiares, habilidades administrativas, tipos de emprendimientos y las motivaciones que impulsan a las mujeres a emprender; así, como los obstáculos para iniciar y lograr el crecimiento de sus emprendimientos. Esta información contribuirá a que los formuladores de políticas y programas a nivel local, regional y nacional formulen programas con estrategias y herramientas que proporcionen sostenibilidad a los emprendimientos e incorporar a las mujeres en el contexto empresarial en mejores condiciones y oportunidades.

Metodología

La investigación busca realizar la caracterización del emprendimiento femenino y las motivaciones que impulsan a las mujeres a impulsar un emprendimiento. Se aplicó una metodología de tipo mixta (cuantitativo y cualitativo) a partir de los fundamentos de Pita y Pétergas (2002), quienes sostienen que la investigación cuantitativa analiza datos

cuantitativos sobre variables y la investigación cualitativa recoge datos, mediante la narrativa de los fenómenos estudiados utilizando técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas o a profundidad. De esta manera se da la oportunidad a una participación y respetuosa de las personas, en lugar de tratarlas como sujetos pasivos (Ugalde y Balbastre-Benavente, 2022). En cuanto, al diseño, la investigación se clasifica dentro de los estudios descriptivo-correlacional.

.La muestra estuvo conformada por 58 mujeres de la provincia de Virú, región La Libertad, gestoras de pequeñas unidades productivas cuyo capital es menor a diez mil soles, tienen más de 6 meses de funcionamiento y atienden 5 días a la semana; y que accedieron a participar, firmando un consentimiento.

Para el estudio cuantitativo, se hizo a través de una encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario, que fue aplicada a las mujeres participantes. El cuestionario consta de 30 preguntas, el mismo que fue validado mediante una prueba piloto al 12% de las mujeres con emprendimientos, con la finalidad de detectar errores o preguntas confusas o irrelevantes; para el análisis estadístico se utilizó en el procesamiento de los datos con el soporte informático del Software SPSS.

En la parte cualitativa se indago mediante un análisis de interpretación sobre las competencias administrativas, las motivaciones y obstáculos para impulsar un negocio. La técnica utilizada fue la entrevista a profundidad, como instrumento de indagación científica utilizada en las Ciencias Sociales; para lo cual se confeccionó una guía de preguntas para profundizar algunos resultados de obtenidos mediante la encuesta; respetando siempre la flexibilidad de la entrevista. Los resultados se organizaron por medio de análisis transversal y analizada utilizando la inducción analítica.

Resultados

Perfil de las mujeres participantes del estudio

Las mujeres participantes en el estudio, que accedieron a responder a la encuesta y a la entrevista a profundidad se ubican en la provincia de Virú, La Libertad. Ellas tienen una edad predominante entre 26 y 40 años (55%), con estado civil de conviviente (65%) y casadas (27%); cuentan con primaria completa (24%), secundaria incompleta, secundaria completa y superior técnico completa (18%) respectivamente. La mayoría de ellas son fundadoras de su negocio y se ubican en el sector comercio (72%) seguidas por aquellas insertas en el sector servicios. Los emprendimientos de las mujeres vienen funcionando

entre 1 a 5 años (57%) otros de 6 a 10 años (22%). Debido al tamaño de los negocios, estos generan principalmente autoempleo a un 75% de ellas.

3.1. Caracterización del emprendimiento femenino

Características demográficas: Las mujeres con emprendimientos participantes en el estudio se ubican en la provincia de Virú, región La Libertad; la edad frecuente en que las mujeres se convirtieron en emprendedoras oscila entre 26 a 40 años (54%). Este dato coincide con los resultados de otros estudios en la que se concluye que la edad productiva promedio en la cual las mujeres tienden a proyectar intenciones de emprender es de 22 a 40 años (Encina L. y Lopez G., 2021; INMUJERES, 2003).

Antecedentes educativos (previo al emprendimiento): El estudio revela que el nivel educativo de las mujeres es variado: el 21% tenían primaria completa, un 23% secundaria completa, mientras que un 18% cursaron estudios superiores técnico completo. Asimismo, el 74% de mujeres al iniciar sus emprendimientos no tenían algún tipo de formación, un 8% de ellas su formación previa no estaba relacionada con el negocio. Estas características permiten deducir que, si bien el nivel educativo y tipo formación no determina la orientación de la gestión del emprendimiento, afecta en los obstáculos que afectan a las mujeres.

Antecedentes laborales: Al analizar la relación entre la experiencia laboral de la mujer y el tipo de unidad productiva, el estudio revela que el 79% de las mujeres carecen de experiencia laboral previa al emprendimiento. Solamente, el 17% de mujeres que sí tienen experiencia laboral previa pero no está relacionada con el negocio. Un estudio exploratorio sobre perfil de las mujeres empresarias en Lima- Perú, se encontró que 20 de 24 mujeres iniciaron emprendimientos cuyos giros tenían relación con las actividades dependientes previas o con sus aficiones personales (Avolio, 2008).

Antecedentes familiares: Se encontró que el padre, el esposo o conviviente del 42% de mujeres están relacionados con actividades de autoempleo, por lo que se puede inferir la influencia de estos familiares en la decisión de las mujeres de impulsar un emprendimiento.

El cuidado de los hijos e hijas y del hogar se encuentra exclusivamente a responsabilidad del 65% de mujeres, que las realizan paralelamente a las actividades del emprendimiento; solo un 27% de ellas tiene la colaboración del esposo o conviviente. Asimismo, La

responsabilidad económica del hogar del 78% de mujeres es compartida con el esposo o conviviente, lo que destaca el aporte económico de la mujer para la manutención familiar. Asimismo, el 45% de mujeres considera a las actividades del negocio como parte de su rutina familiar, ya que deben atender paralelamente los roles de generación de ingresos para el hogar, cuidado del hogar y cumplir con su rol de madre, esposa/conviviente e hija. Sin embargo, el 51% considera que les dificulta la función maternal, dificultando las relaciones familiares, pero les da seguridad económica.

Competencias administrativas de las mujeres emprendedoras

Esta investigación ha indagado sobre las habilidades administrativas de las mujeres al iniciar y gestionar sus emprendimientos, en los aspectos de finanzas, marketing, operaciones, tecnología, dirección y recursos humanos.

Las respuestas obtenidas han sido calificadas en 5 niveles (1 es muy bajo y 5 muy alto) con el objetivo de identificar las fortalezas y limitaciones de las mujeres gestoras de los emprendimientos en los aspectos de finanzas, marketing, operaciones, tecnología y dirección (tabla 1).

Tabla 1.

Competencias administrativas de las mujeres emprendedoras

Habilidades administrativas	Muy Bajo (1)		Bajo (2)		Regular (3)		Alto (4)		Muy alto 5	TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%		N°	%
	Finanzas	4	6.90	44	76.00	8	13.70	2	3.44		58
Marketing	10	17.2	41	70.68	6	10.3	1	1.70		58	100
Operaciones	5	8.62	39	67.24	11	19	3	5.17		58	100
Tecnología	13	22.4	37	63.79	6	10.3	2	3.44		58	100
Dirección	2	3.45	37	63.79	14	24.1	5	8.62		58	100

Nota: Esta tabla muestra el nivel de competencias administrativas que tienen las mujeres.

Las competencias financieras de las mujeres son bajas (76%); esta acción es mediante registros en cuadernos que les permite llevar el control de sus ingresos y egresos; no planifican sus actividades ni controlan sus resultados mensuales o anuales; esto debido a

la informalidad de sus emprendimientos. En el área de marketing sus habilidades son básicas (70.6%): la forma de ofertar sus productos, la atención al cliente las realiza de forma empírica.

Asimismo, en el área de operaciones y logística las destrezas de las mujeres son muy elementales (67.2%); consideran innecesarios tener un inventario, las compras las realizan de acuerdo con su necesidad o dinero disponible. El rubro de tecnología también es bajo (63.7%); si bien tienen información sobre herramientas y equipos de tecnología para mejorar la comercialización o control de sus operaciones consideran que dicha tecnología es costosa y difícil de manejar. Finalmente, en el rubro de dirección el 63.7% de las mujeres no planifican sus actividades a largo plazo; las decisiones están en función a la necesidad del negocio.

El estudio reporta, que las mujeres no han recibido adiestramiento para gestionar sus emprendimientos “... *me hubiera gustado capacitarme en administración y así trabajar mejor y tener mayores ganancias... algunas instituciones nos invitan a capacitaciones, pero son en horarios no disponibles*” (informante: L.D.A. La mayoría de las mujeres manejan su negocio de manera empírica y aprendiendo de sus errores.

Tipo de los emprendimientos propiedad de las mujeres

El estudio revela que el 65% de mujeres son propietarias de sus emprendimientos, generando autoempleo al 79% de ellas; están orientados principalmente al comercio minorista; esta información coincide con los estudios del GEN 2018-2019 (Serida, et al., 2020). Además, tienen como socio al esposo o conviviente, en compensación al apoyo económico o emocional que reciben o el deseo de generar empleo para sus familiares. La principal fuente de capital del 75% de mujeres para iniciar el emprendimiento fueron sus ahorros o los del esposo o conviviente o préstamos de otros familiares o amistades.

3.2. Motivaciones de las mujeres para impulsar un emprendimiento

(Nava y Londoño, 2013, como se citó en Saavedra, et al, 2022) refieren que las mujeres tienen motivaciones intrínsecas y extrínsecas para emprender, entre las intrínsecas predominaron la motivación personal y profesional, impulsadas por un deseo de superación e independencia, mientras que, en las motivaciones extrínsecas, emprenden debido a que ellas no le dan importancia a la búsqueda de éxito o reconocimiento, sino que buscan realizar una actividad económica para cubrir sus necesidades básicas.

Para este estudio, las motivaciones intrínsecas de las mujeres han sido denominados motivos que están relacionadas con la apreciación y entendimiento de la satisfacción o insatisfacción y tienen que ver con la decisión de las mujeres de orientarse por el

emprendimiento y son el logro, la autonomía, el poder y la afiliación. Las motivaciones extrínsecas han sido denominadas circunstancias, entendidas como situaciones que impulsan a las mujeres a optar por un emprendimiento y son circunstancias económicas, laborales, familiares y personales. Los resultados se observan en la tabla 2.

Tabla 2.

Circunstancias identificadas en las mujeres emprendedoras

Circunstancias identificadas en las mujeres emprendedoras	N°	%
Circunstancias económicas		
Necesidad económica básica	8	13.8
Insatisfacción con el ingreso familiar	50	86.2
Circunstancias laborales		
Dificultad para encontrar empleo por falta de oportunidades	15	25.8
Dificultad para encontrar empleo por falta de habilidades	28	48.3
Dificultad para encontrar empleo por edad avanzada	7	12.0
Dificultad para encontrar empleo por educación insuficiente	30	51.7
Falta de perspectivas de crecimiento profesional	5	8.6
Frustración por razones económicas	21	36.2
Insatisfecha con una cultura masculina	2	3.4
Circunstancias familiares		
Rol de la mujer en la familia	45	77.6
Sucesión familiar voluntaria	2	3.4
Sucesión familiar por oportunidad	1	1.7
Sucesión familiar por necesidad	1	1.7
Necesidad de un horario flexible	32	55.2
Circunstancias personales		
Presencia de un modelo de empresario	3	5.1
Familiares que impulsan y apoyan el emprendimiento	21	36.2

Insatisfacción personal	42	72.4
Oportunidad específica	8	13.7

Nota: respuesta múltiple en base a 58 respuestas

En cuanto a las motivaciones extrínsecas, los resultados muestran que el 86.2% de mujeres optaron por el emprendimiento influenciadas por insatisfacción con el ingreso familiar, es decir que pueden cubrir sus necesidades básicas, pero que no son suficientes para dar mejores oportunidades para su familia y generar ahorros “... como madre quiero tener ciertas comodidades para mis hijos., mejor educación, algún paseo, pero no se puede porque no alcanza, eso me llevó a crear un negocio aunque debo trabajar más horas y ahorrar poco a poco y hacer mayores sacrificios para poder conseguir más cosas para mis hijos...” (entrevistada I.V.O). Esta situación difiere con lo encontrado por el Monitor Global de Emprendimiento (GEM), donde se reporta que las mujeres optan por un negocio principalmente por oportunidad (Nerida et al. 2020).

Las circunstancias laborales que impulsaron a las mujeres a decidir por el emprendimiento son las dificultades para encontrar empleo por educación insuficiente (51.7%), por dificultades para encontrar empleo por falta de habilidades (48.3%) y frustración por razones económicas (36.2%). Asimismo, las mujeres reconocen como la circunstancia familiar más importantes para optar por el negocio al rol de la mujer en la familia (77.6%) y necesidad de un horario flexible (55.2%) lo que significa que su actividad está ligada al papel que cumple en su familia y ve la posibilidad de generar puestos de trabajo para su pareja, hijos(as). Finalmente, las circunstancias personales de las mujeres para decidir por el negocio están relacionadas principalmente a la insatisfacción personal (72.4%) “... Inicie el negocio porque tenía que hacer alguna actividad para generarme ingresos pues había dejado de trabajar hacia algún tiempo y era difícil encontrar empleo que me hiciera sentir a gusto...” (Informante: C.S.L).

Respecto a las motivaciones intrínsecas denominadas motivos, definidos por Avolio (2008) como un constructo que representa una fuerza en el cerebro que organiza la percepción, entendimiento y conducta de tal forma que cambia una situación insatisfactoria y aumenta la satisfacción. Los motivos reconocidos por las mujeres en su decisión de optar por un emprendimiento relacionados con el logro, la autonomía, el poder y la afiliación se reportan en la tabla 3.

Las mujeres participantes en la investigación, han reconocido al logro como el principal motivo que las impulsó a decidir por un emprendimiento expresándose en la necesidad de “lograr un sueño” (58.6%), lograr éxito económico (46.5%) “... decidí por el negocio porque siempre soñé con tener algo propio y no depender de mi esposo, para sentir que estoy aportando y además cosas para mis hijos y para mí, espero que esta aspiración lo vaya consiguiendo y también pueda tener ahorros y mejorar económicamente...” (entrevistada L.S.C).

Un estudio sobre el perfil de las mujeres con negocios en Argentina reporta que la necesidad de logro está vinculada con afirmaciones que tratan sobre su involucramiento con el trabajo, la dificultad, el tipo de objetivos que se proponen y el esfuerzo comprometido en las misiones emprendidas (Rábago et al. 2014).

Tabla 3.

Motivos identificados en las mujeres emprendedoras

Motivos identificados en las mujeres emprendedoras	N°	%
Motivos de logro		
Impulsada por lograr un sueño	34	58.6
Capacidad de trabajo y esfuerzo personal	15	25.9
Pasión por lo que hacen	7	12.0
Búsqueda activa de éxito	14	24.1
Permanente deseo de superación	17	29.3
Capacidad de asumir retos	14	24.1
Alta motivación por aprender	22	37.9
Lograr el éxito económico	27	46.5
Motivos de autonomía		
Deseo de ser su propio jefe	40	68.9
Autonomía económica respecto a la pareja o familia	12	20.6
Necesidad de controlar sus propias vidas	18	31.0
Tener algo que pueda controlar y que les permita expresarse	15	25.8
Toma de decisiones autónoma	27	46.5
Motivos de poder		
Motivo de poder	1	1.7
Motivos de afiliación		
Valor social	5	8.6

Nota: respuesta múltiple en base a 58 respuestas

El motivo de autonomía se relaciona con el deseo de las mujeres de ser independientes y actuar de acuerdo con su propia voluntad, sin estar sujeta a la presión o coerción ejercida por una autoridad u otros en general. En el estudio la mayoría de las mujeres expresaron a la autonomía como el motivo que las conllevó a formar el negocio expresado en su deseo de “ser su propio jefe” (68.9%), tomar decisiones de manera autónoma (46.5%) y la necesidad de controlar sus propias vidas (31.0%) como las más significativas.

El motivo de poder es la necesidad de controlar los sentimientos y el comportamiento de los demás y el motivo de afiliación son aspectos que no representan una motivación de las mujeres para optar por un emprendiendo.

3.3. Obstáculos que se les presenta a las mujeres emprendedoras

Los principales obstáculos que afrontan las mujeres para hacer progresar sus negocios son los que tienen que ver con el género de la mujer y los que tienen relación con la actividad emprendedora (tabla 4).

Tabla 4.

Obstáculos que se les presenta a las mujeres emprendedoras

Obstáculos que afrontan las mujeres con negocios	N°	%
Relacionados con el género		
Responsabilidades familiares	41	70.7
Discriminación para obtener créditos	9	15.5
Esposo/conviviente como obstáculo	2	3.4
Relacionados con la actividad emprendedora		
Carencia de formación en la gestión de negocios	43	74.1
Temor al riesgo de endeudarse	18	31.0
Autolimitaciones de las propias mujeres	17	29.3
Carencia de experiencia en administración de negocios	32	55.2
Contratación de personal capacitado	4	6.9
Limitaciones para obtener garantías para préstamos	8	13.8
Mucha competencia	2	3.4

Nota: Respuesta múltiple en base a 58 respuestas

Los obstáculos que tienen el 70.7% de las mujeres y que están relacionados con el género son las dificultades para combinar las responsabilidades familiares como el cuidado de los hijos y del hogar. Al respecto, estudios coinciden en que culturalmente donde el rol de la mujer está ligado a las responsabilidades familiares se presentan mayores obstáculos (Alvarado, Morales y Ortiz, 2020; Alvares et al. 2012)

Asimismo, en un estudio realizado por el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (2010), sobre la Necesidad de Replantar Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de las Mypes encontraron que las mujeres empresarias tienen limitado acceso

al capital; no cuentan con el financiamiento debido a que sus empresas son muy pequeñas y por su naturaleza no cumplen con los requisitos solicitados; por ello, las mujeres se financian vía préstamos familiares, amigos, o ahorros personales. Las mujeres cuentan con menos disponibilidad de acceso al crédito dado que en ocasiones no pueden cubrir los requisitos (títulos de propiedad, garantías, avales), por lo que capitalizarse les resulta difícil por las altas tasa de interés, lo que no les permite contar con el apoyo financiero (Heller, 2010).

Los obstáculos que enfrentan las mujeres y que no están relacionadas con el género son la carencia de formación en gestión de empresas (74.1%), falta de experiencia laboral (55.2%). La carencia de formación en gestión del emprendimiento y la falta de experiencia laboral son características de las mujeres participantes de este estudio. Ellas manifiestan “...no tuve la suerte de estudiar para manejar mejor mi negocio ...al ni tener experiencia en el negocio preguntando a otras personas con experiencia he ido mejorando ... me falta aprender mucho todavía...” Entrevistada M.V.Z).

Asimismo, el 31% de mujeres refieren temor al riesgo de endeudarse; al respecto Romero-Martínez y Milone (2016) en un estudio sobre el emprendimiento concluye que este miedo depende de varios factores como las cargas financieras en caso de que el negocio fracase, la oposición de la familia, la pérdida de reputación, pérdida de autoestima, entre otros. Además, el 29.3% de las mujeres reconocen como un obstáculo las autolimitaciones de ellas mismas por desconfianza en sus capacidades. “... con frecuencia pienso que no estoy preparada para sacar adelante el negocio, pero, trato de esforzarme para no fracasar y perder mi dinero...” (entrevistada L.S.C).

Discusión y Conclusiones

Los resultados de la investigación reportan que las mujeres con emprendimientos presentan un perfil variado, cuyas características demográficas, educativas, laborales, familiares, competencias administrativas, tipos de emprendimientos y las motivaciones que las impulsaron; además de los obstáculos que tiene que enfrentar abre una serie de interrogantes y posibilidades. Por ello, es necesario hacer visible la participación y el aporte de la mujer en el contexto emprendedor, que conlleve a la formulación de políticas y programas de apoyo y respaldo a su actividad en función a la variedad de sus precedentes y prácticas.

Al respecto, merece resaltar que los antecedentes educativos y de formación de las mujeres y experiencia laboral no está relacionado con su decisión de impulsar un emprendimiento. Los antecedentes familiares, en cambio, reportan la influencia de los padres o esposo o conviviente con la decisión de la mujer para emprender, el involucramiento de estos familiares en las actividades del negocio; además, las responsabilidades de la mujer en el cuidado de los hijos y del hogar, evidenciando la prolongación del rol dentro de la familia, se convierte en un obstáculo para el desarrollo del emprendimiento.

Asimismo, Las habilidades administrativas de las mujeres son bastante limitadas en las áreas de finanzas, operaciones, tecnología y dirección, no han recibido formación especializada para administrarlos han aprendido a gestionarlos en función a sus aciertos y desaciertos. Por ello, algunas de las acciones necesarias es la formación con adiestramiento en administración y otras competencias como liderazgo y otras estrategias.

Las motivaciones extrínsecas que han impulsado a las mujeres a convertirse en gestoras de un emprendimiento son las circunstancias económicas reveladas en la insatisfacción económica, dificultad para encontrar empleo, el rol familiar y la necesidad de un horario flexible y las motivaciones intrínsecas expresadas en deseos de logro y autonomía. Los resultados reportan que las motivaciones de la mujeres son variadas encuentran influenciadas por razones económicas y por necesidad de logro y autonomía.

Es importante indicar que esta investigación no está libre de limitaciones, las cuales abren posibilidades para otras líneas de investigación. Una de las limitaciones es que las mujeres participantes del estudio cuentan con emprendimientos pequeños, la mayoría de ellos informales, que generan solo autoempleo; hacer estudios comparativos podría ser una línea de investigación.

Bibliografía

- Alvarado, E.; Morales, D. y Ortíz, J. (2020). Emprendimiento de nanoempresas en el empoderamiento de mujeres neolonesas. *Revista Mexicana de Sociología*, 82(4), 863-895. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v83n4/2594-0651-rms-83-04-863.pdf>
- Álvarez, C., Noguera, M., Urbano, D. (2012). *Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España*. Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- Amorós, J.; Guerra, M; Pizarro, O.; Poblete, C. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor. Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile 2010 -2011*. 1° edición. Ediciones Universidad del Desarrollo. Chile.
- Avolio, B. (2008). *Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresarias en el Perú*. Lima, Perú.
- Baltodano, L. y Lezama P. (2020). Felicidad en el trabajo de mujeres emprendedoras de la ciudad de Trujillo (Perú), año 2019. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, vol. 16, núm. 31, pp. 1-11, 2020. DOI: <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i31.3204>
- CCL: 70% de negocios creados por Mujeres están en 6 regiones. *El Comercio*. (14 de marzo de 2017). Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios>.
- Compeán, M.; Belausteguigoitia, I.; Navarrete, M. (2015). *Una Investigación sobre Mujeres Emprendedoras y Propietarias de Organizaciones familiares y no familiares en México*. México.
- Elizundia, M. (2014). *Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de Género*. Universidad Anáhuac. México.
- Encina L. y Lopez G. (2021) *Emprendedurismo Femenino: Un estudio multi-caso de factores que influyen en la Intención Emprendedora*. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, Ciudad de México, México. (en línea), marzo-abril, 2021, Volumen 5, Número 2. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.374 p. 1642
- Escamilla, Z.; Caldera, D. (2013). *Análisis de los factores socioeconómicos y psicosociales en mujeres y hombres emprendedores nacientes en México*. *Investigación Administrativa*, n° 111. Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Santo Tomás. México.

- García, E.; Ordoñez, L.; Avilés, E. (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. *Revista Retos*, 11(1). México.
- Fuentes, F.; Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 28-3. Asociación Internacional de Economía Aplicada. España.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile. Naciones Unidas.
- INMUJERES. (2003). *Mujeres Empresarias en México. Primer encuentro Nacional de Mujeres Empresarias 2003*. México.
- Instituto Nacional de Estadística e informática. (2007). *Censos Nacionales 2007. XI de población y VI de vivienda*. Lima, Perú.
- Lado, R.; Vivel, M.; Seijas, M. (2017). Barreras Individuales, Financieras y Sociales del Emprendimiento Turístico Femenino. *Revista mkt Descubre – ESPOCH FADE* N° 10 diciembre 2017, pp. 3 – 14
- López, A.; Jean-Charles, C.; Yves, R.; Barragán-Colina, J. (2016). Motivación para el emprendimiento en México en México: Un estudio comparativo de género. México.
- Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP). (2018). *Programas de Apoyo al Emprendimiento Femenino en la Alianza del pacífico: Primer informe: Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico Pontificia Universidad Católica de Chile- 44-49*.
https://redimpacto.org/repositorios_ri/programas-de-apoyo-al-emprendimiento-femenino-en-la-alianza-del-pacifico/
- Ormeño, B. (2014). *Emprendimiento Femenino: Propuesta de un perfil en base al propio discurso de mujeres, desde una perspectiva cualitativa*. *Revista gestión de las personas y tecnología*. Edición N° 19. Chile.

- Ortiz, C.; Duque, Y.; Camargo, D. (2015). *Las Mujeres Empresarias en Colombia: Características de su Carrera Empresarial*. Universidad Militar Nueva Granada. Nueva granada. 260 pp.
- Ortiz, C.; Duque, Y.; Camargo, D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Militar Nueva Granada*, XVI (1).
- Pita, S. y Pétergas, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cuadernos de atención primaria*, 9, 76,78. Recuperado de:
http://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf
- Quispe, J.; Flores, Y. (2015). Mujeres empresarias de éxito en Puno-Perú. *Revista de Investigación Altoandina* 2015; Vol. 17 N° 1: 33-40.
- Rábago, P.; D'Annunzio, M; Monserrat, S. (2014). *El Perfil de las Mujeres Emprendedoras Exitosas de Argentina*. Argentina.
- Rojas, M.; Tapia, J.; Herrera, B. y Cárdenas, B. (2021). Emprendimiento y empoderamiento de la mujer rural de la parroquia de Santa Ana del cantón Cuenca; una mirada desde Trabajo Social. *Dominio de las Ciencias*, 7(3), 855-883. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.1971>
- Romero-Martínez, A.y Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*. GCG Georgetown University Universia. Vol. 10 Nm.1. pp: 95-109.
- Saavedra, M.; Briseño N.; Velázquez K. (2022). Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica RECAI *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, vol. 11, núm. 32, 2022 Universidad Autónoma del Estado de México, México. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637972170001%20DOI>
- Serida, J.; Alzamora, J.; Guerrero, C.; Borda, A.; Morales, O. (2020) *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2018-2019*. Lima, Perú.
- Serida, J.; Nakamatsu, K.; Borda, A.; Morales, O. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor Perú*. Lima, Perú.

- Serida, J.; Borda, A.; Nakamatsu, K.; Morales, O.; Yamakawa, P. 2005. Global Entrepreneurship Monitor Perú 2004-2005. Lima, Perú.
- Silva-Peralta, Y. F.; Rompató, M. E. (2020). Perfil psicosocial de la mujer emprendedora. Un análisis cualitativo y local. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (88), 145-164. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n88.2020.2697>
- Sistema Latinoamericano y del Caribe. (2010). *Desarrollando Mujeres empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de Mypes*. Caracas, Venezuela.
- Tortosa, J.; De Pablo Valenciano, J.; Uribe, J. (2018). Innovación social como motor del desarrollo local y el emprendimiento social. *Equidad y Desarrollo*, (31, suplemento), 11-25.
- Ugalde Binda, N. y Balbastre-Benavent, F. (2022). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa buscando ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista De Ciencias Económicas*, 31(2), 179–187. <https://doi.org/10.15517/rce.v31i2.12730>