

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



Mujeres Autoempleadas en la Economía Informal: Una Mirada Hacia la

Mujer Ambulante en Lima Metropolitana, 2016

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Susy Keyla Beltrán Cárdenas

Rodrigo Benito Flores Pari

Luis Rolando García Morán

Felicitas Martínez Si hui

Asesor: Giovanna Francesca Di Laura Mendoza

Surco, Octubre 2016

Agradecimientos

Expresamos nuestra gratitud y afecto:

A nuestra profesora Giovanna Di Laura por su paciencia y dedicación, quien ha sido una guía constante durante el desarrollo de la investigación.



Dedicatorias

Agradezco a Dios por acompañarme en este largo camino de la vida, así también a mis padres, Susana y Zacarías que con su ejemplo de superación y vida de servicio me muestran el verdadero sentido de la felicidad.

Susy

Agradezco a mis padres, Hernán y Mary por su apoyo y la esperanza que tienen por ver mi superación profesional y personal.

Rodrigo

Agradecimiento a Dios por permitirme llegar a este momento tan importante de mi vida profesional. Pero sobre todo a las dueñas de mi corazón, Lisette y Luciana quienes con su paciencia me permitieron culminar esta gran etapa.

Luis

A mi esposo, mis hijos Diego y Adriana, por ser mi motor, motivación e inspiración en estos años de mi vida. Ellos son la fuerza y energía en esta etapa de mi vida lleno de retos y superación. Gracias por ser mi parte y mi todo, mi llama encendida que me da fuerza y me guía.

Felicitas

Resumen Ejecutivo

La investigación tiene como objetivo presentar un estudio sobre la mujer ambulante con actividades ejercidas en la ciudad de Lima, capital del Perú. El estudio está enfocado en conocer el perfil, desarrollo, el progreso y otros factores que permiten conocer las motivaciones de las mujeres para iniciar y permanecer en una actividad informal, principalmente el comercio ambulatorio. Con el fin de entender la problemática, la investigación expone cuatro palabras claves, las cuales son explicadas a través de subtemas organizados, cada uno sustentado a partir de la búsqueda, revisión e inclusión de una sólida información.

Para el relevamiento de la información, el enfoque aplicado es del tipo cualitativo, mientras que el diseño está basado en un tipo descriptivo no experimental. Por último, con el fin de recopilar la información de casos-tipo se recurrió al uso de encuestas. Con los resultados organizados y tipificados, el estudio expone un perfil desde varias perspectivas, presenta y discute los hechos como la trayectoria laboral, circunstancias, aspiraciones futuras y obstáculos que atraviesa la mujer ambulante en la búsqueda de un progreso personal y familiar. Luego, el análisis transversal permite relacionar diversas variables resultantes.

Por último, los resultados de la investigación facilita la identificación de las contribuciones teóricas y prácticas como aporte de lo estudiado. Asimismo, concluir y brindar recomendaciones sobre la actividad ambulatoria ejercida por las mujeres. Así tenemos conclusiones relacionadas al logro, el perfil demográfico, educación, años de experiencia, entre otros. En cuanto a las recomendaciones, la generación de oportunidades, el acceso a la información, acceso a la educación, son los principales aspectos identificados como una mejora continua.

Abstract

The research aims to present a study on woman street vendor with activities carried out in the city of Lima, capital of Peru. The study is focused in the profile, development, progress and other factors that provide insight into the motivations of women to start and stay in an informal activity, primarily itinerant trade. In order to understand the issue, research exposes four key words which were explained through organized sub topics, each of them underpinned by the search, review and inclusion of solid information.

For the survey information, the applied approach is qualitative, while the design is based on a non-experimental descriptive. Lastly, we resorted to using surveys in order to collect information of test cases. With the results organized and typified, the study exposes a profile from several perspectives and discusses the facts as career trajectory, circumstances, future aspirations and obstacles that woman street vendor is going through in her search of a personal and family progress. Then, the cross-sectional analysis allows us to relate different outcome variables.

Finally, the research results provide identify theoretical and practical contributions as a contribution of the study. Also conclude and provide recommendations on itinerant activity performed by women. Thus, we have conclusions related to the achievement, demographic profile, education, years of experience and others. Regarding the recommendations, generating opportunities, access to the information, access to education are the main issues identified as a continuous improvement.

Tabla de Contenido

Lista de Tablas	xi
Lista de Figuras.....	xiii
Capítulo 1: Introducción	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Definición del Problema	3
1.3. Propósito de la Investigación	3
1.4. Importancia de la Investigación	4
1.5. Naturaleza de la Investigación	5
1.6. Preguntas de Investigación	6
1.7. Definición de Términos	6
1.8. Supuestos	7
1.9. Limitaciones.....	7
1.10. Delimitaciones	7
1.11. Resumen	8
Capítulo 2: Revisión de la Literatura.....	9
2.1. Economía Informal	11
2.1.1. Enfoques de la economía informal	12
2.1.2. La economía informal y su desarrollo jurídico.....	13
2.1.3. Desventajas, consecuencias y soluciones de la economía informal	14
2.1.4. Situación de la economía informal en Sudamérica	15
2.1.5. La economía informal en el Perú.....	18
2.1.6. Definición y situación del empleo informal	19
2.1.7. El trabajo informal en el Perú.....	21
2.1.8. El trabajo informal y la mujer peruana	23

2.2. Mujer Autoempleada	24
2.2.1. Panorama general	25
2.2.2. Factores sociales y económicos	26
2.2.3. El autoempleo en el Perú	27
2.2.4. Desarrollo, empleabilidad y políticas públicas	29
2.3. Comercio Ambulatorio	31
2.3.1. Definiciones	31
2.3.2. Antecedentes del comercio ambulatorio	32
2.3.3. Evolución del comercio ambulatorio	33
2.3.4. Formas de desarrollar el comercio ambulatorio.	34
2.3.5. Características del comercio ambulatorio	35
2.3.6. Factores que influyen el crecimiento del comercio ambulatorio	36
2.3.7. Perfil de la mujer ambulante	38
2.4. Emprendimiento	40
2.4.1. Panorama general	41
2.4.2. Desarrollo de fundamentos sobre el emprendimiento	43
2.4.3. Perfiles de mujeres emprendedoras	45
2.4.4. Motivos y logros de la mujer ambulante	46
2.4.5. Obstáculos para el crecimiento de la mujer peruana	46
2.4.6. Emprendimiento en el Perú	47
2.4.7. Situación de la mujer peruana emprendedora	48
2.5. Conclusiones	48
Capítulo 3: Metodología de la Investigación	50
3.1. Diseño de la Investigación	50
3.2. Justificación del Diseño	51

3.3. Preguntas de la Investigación.....	52
3.2.1. Pregunta general	52
3.2.2. Preguntas específicas	53
3.4. Población.....	53
3.5. Consentimiento Informado	53
3.6. Selección de los Casos	54
3.6.1. Muestreo	54
3.6.2. Estrategias.....	55
3.7. Confidencialidad	55
3.8. Procedimiento de Recolección de Datos.....	56
3.8.1. Fuentes de evidencia.....	56
3.8.2. Protocolo del caso.....	57
3.8.3. Casos piloto.	57
3.8.4. Esquema de la entrevista.	57
3.9. Instrumentos.....	58
3.10. Procedimientos de Registros de Datos	58
3.11. Análisis e Interpretación de los Datos	59
3.12. Cross-Case Analysis o Análisis Transversal de Casos	60
3.13. Validez y Confiabilidad	61
3.14. Resumen	62
Capítulo 4: Resultados.....	63
4.1. Perfil de las Informantes	63
4.2. Presentación y Discusión de los Resultados	71
4.2.1. Trayectoria laboral de la mujer ambulante	71

4.2.2. Circunstancias y motivos por los cuales las mujeres deciden trabajar como ambulantes.....	84
4.2.3. Obstáculos que limitan el desempeño de la mujer ambulante.....	95
4.2.4. Aspiraciones futuras	100
4.3. Análisis Transversal.....	104
4.3.1. Cumplimiento de sus expectativas y su alcance obtenido.....	104
4.3.2. Motivos por lo cual las madres que sustentan solas a sus hijos optan por el trabajo ambulatorio	107
4.3.3. Relación entre las circunstancias y los motivos para iniciarse en la actividad ambulatorio.....	108
4.3.4. El ciclo de vida de las mujeres ambulantes.....	110
Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones	113
5.1. Conclusiones.....	113
5.1.1. Sobre el perfil de la mujer ambulante en Lima Metropolitana, Perú	113
5.1.2. Sobre la trayectoria laboral de la mujer ambulante	114
5.1.3. Sobre los circunstancias y motivos por las cuales las mujeres deciden trabajar como ambulantes.....	114
5.1.4. Sobre los obstáculos para el crecimiento económico de la mujer ambulante	115
5.1.5. Sobre las perspectivas futuras de las mujeres ambulantes	115
5.1.6. Sobre el ciclo de vida de las mujeres ambulantes	116
5.2. Contribuciones	116
5.2.1. Contribuciones teóricas	116
5.2.2. Contribuciones prácticas.....	117
5.3. Recomendaciones	117

5.3.1. Recomendaciones prácticas	117
5.3.2. Recomendaciones para futuras investigaciones	118
Referencias.....	120
Apéndice A: El Método del Índice.....	131
Apéndice B: Relación de Fichas Usadas en la Revisión de la Literatura	133
Apéndice C: Consentimiento Informado	167
Apéndice D: Acuerdo de confidencialidad	169
Apéndice E: Protocolo del Caso.....	170
Apéndice F: Perfil de las Mujeres Informantes	172
Apéndice G: Red Semántica del Perfil de las Mujeres Informantes.....	181



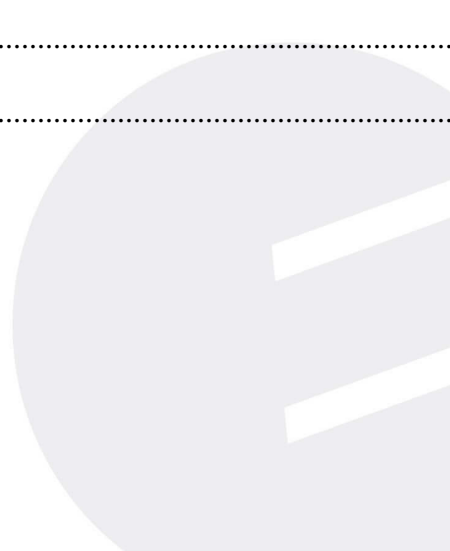
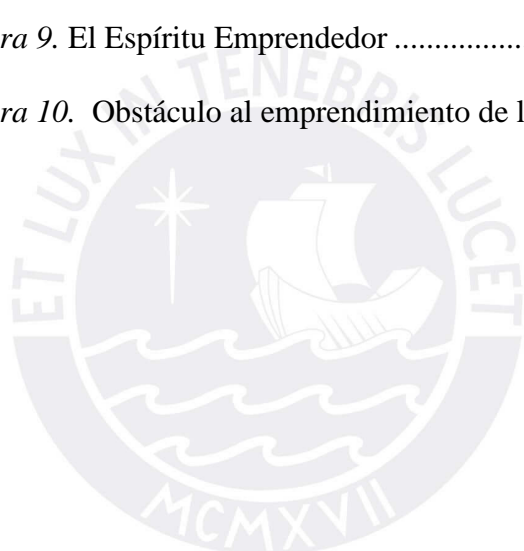
Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Empleo en la Economía Informal en las Actividades no Agrícolas</i>	16
Tabla 2. <i>El Empleo en la Economía Informal en las Actividades no Agrícolas, Estadísticas por Género en los Países Sudamericanos (OIT, 2012)</i>	17
Tabla 3. <i>Perú: Distribución de la Pea Ocupada por Ámbito Geográfico y Estructura de Mercado, 2004 Y 2008</i>	29
Tabla 4. <i>Vendedores Ambulantes Según Rango de Edad y Género</i>	39
Tabla 5. <i>Vendedores Ambulantes Según Rango de Educación y Género</i>	40
Tabla 6. <i>Técnica Cualitativa Para Garantizar la Validez y Fiabilidad</i>	62
Tabla 7. <i>Perfil de las informantes</i>	65
Tabla 8. <i>Tasa de Respuesta de las Informantes</i>	67
Tabla 9. <i>Informantes por Zonas Lima Metropolitana</i>	67
Tabla 10. <i>Informantes por Edad Actual</i>	68
Tabla 11. <i>Informantes por Estado Civil</i>	68
Tabla 12. <i>Informantes con Carga Familiar y que Viven con Ella</i>	69
Tabla 13. <i>Informantes por Nivel de Educación</i>	70
Tabla 14. <i>Informantes por Antecedente Laboral</i>	70
Tabla 15. <i>Edad de las Informantes al Iniciar las Actividades Comerciales</i>	71
Tabla 16. <i>Participantes que Iniciaron su Negocio con Apoyo</i>	72
Tabla 17. <i>Participantes Según Tipo de Apoyo</i>	73
Tabla 18. <i>Antecedentes Laborales de las Informantes: Experiencia de Negocio</i>	74
Tabla 19. <i>Análisis de los Casos de Mujeres Informantes: Perspectivas del Negocio</i>	76
Tabla 20. <i>Ambulantes: Fuentes de Adquisición</i>	77
Tabla 21. <i>Entorno del Negocio de las Mujeres Ambulantes: Cantidad de Capital</i>	78
Tabla 22. <i>Relación de Ubicación Domicilio y Negocio</i>	79

Tabla 23. <i>Participantes por Número de Giros</i>	80
Tabla 24. <i>Horas de Trabajo por Día de Mujeres Ambulantes</i>	81
Tabla 25. <i>Días de Trabajo por Semana de Mujeres Ambulantes</i>	81
Tabla 26. <i>Años de Experiencia en el Negocio</i>	82
Tabla 27. <i>Tipo de Negocio en la Actualidad</i>	83
Tabla 28. <i>Causas Motivos Identificados de las Mujeres Ambulantes</i>	85
Tabla 29. <i>Matriz de Circunstancias que Influyen la Decisión de Tener un Negocio</i> <i>Independiente</i>	86
Tabla 30. <i>Matriz de Motivos que Influyen la Decisión de Tener un Negocio Independiente</i> ..	87
Tabla 31. <i>Beneficios de Trabajar como Independiente</i>	90
Tabla 32. <i>Su Principal Logro en Este Tiempo</i>	94
Tabla 33. <i>Matriz de Obstáculos que Influyen: Definiciones</i>	96
Tabla 34. <i>Matriz de Obstáculos que Influyen la Decisión de Tener un Negocio Independiente</i>	97
Tabla 35. <i>Problemas con la Municipalidad en el Desarrollo del Negocio</i>	98
Tabla 36. <i>Cambiaría lo que Viene Haciendo por un Trabajo Dependiente</i>	101
Tabla 37. <i>En el Futuro a Quien Dejaría su Negocio</i>	102
Tabla 38. <i>Cumplimiento de sus Expectativas y su Alcance Obtenido</i>	105
Tabla 39. <i>Relación Entre el Cumplimiento de Expectativas y su Aspiración</i>	106
Tabla 40. <i>Motivaciones que Obligan a las Madres Solteras a Empezar un Negocio Como</i> <i>Ambulantes</i>	108
Tabla 41. <i>Análisis de la Relación entre las Circunstancias y Motivos Para Iniciarse en la</i> <i>Actividad Ambulante</i>	109

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Mapa de la Literatura.....	10
<i>Figura 2.</i> Grado de informalidad en el Perú en el 2012	18
<i>Figura 3.</i> Componentes del empleo informal.....	19
<i>Figura 4.</i> Participación del sector informal en el PBI y en el empleo equivalente, 2007	22
<i>Figura 5.</i> Remuneración mensual promedio por sector formal e informal, según grandes actividades económicas, 2007 (nuevos soles corriente)	22
<i>Figura 6.</i> Empleo informal de la mujer en la provincia de Lima	24
<i>Figura 7.</i> Tasa Autoempleados desagregado por país	28
<i>Figura 8.</i> Proceso de emprendedor.....	42
<i>Figura 9.</i> El Espíritu Emprendedor	44
<i>Figura 10.</i> Obstáculo al emprendimiento de la mujer	47



Capítulo 1: Introducción

El autoempleo como alternativa para percibir ingresos y fundamentalmente el comercio ambulatorio en mujeres, es una de las problemáticas sociales de mayor protagonismo hoy en día. Al término del año 2012, la tasa de empleo informal en el Perú llegaba al 74.3% de los 15 millones de personas que forman la población económicamente activa (PEA) (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2014a). De acuerdo al INEI, el sector informal se compone de: (a) el empleo informal dentro del sector formal; y (b) el empleo informal dentro del sector informal, es en este último donde se ubican las personas que ejercen el comercio ambulatorio.

El Ministerio de Trabajo [MINTRA] en un estudio sobre el mercado laboral peruano, concluyó que de los 6 millones de personas peruanas independientes en edad de trabajar, 3.2 millones son mujeres, y de éstas el 18% ejercen el comercio ambulatorio. En Lima Metropolitana, al término del 2013 existían cerca de 300 mil ambulantes, de los cuales el 74.7% eran mujeres, por lo cual el ratio de participación de las mujeres en el negocio informal se agudiza en la capital del Perú con respecto al resto del territorio nacional (INEI, 2014a).

En el presente capítulo se da a conocer diversos aspectos que permitirán comprender de manera general la situación de la mujer ambulante como una parte importante de la economía informal y el autoempleo en la realidad actual, actividad como un mecanismo de sustento y aporte económico a las familias de escasos recursos como consecuencia de los problemas sociales.

1.1. Antecedentes

El INEI (2014a) denominó como vendedor ambulante a “toda persona que ejerce el comercio y/u ofrece un servicio en la vía pública en trato directo con el consumidor final” (p. 55). Bastidas (2008) hizo referencia sobre el concepto de trabajo informal en el alcance del

autoempleo o trabajo independiente adoptado por la Organización Internacional de Trabajo [OIT] en el año 2002, y la definió como el ejercicio de una actividad que carece de un trabajo decente, sin oportunidades, derechos laborales y sin protección.

El comercio ambulatorio en el Perú y en especial en Lima se remonta desde las épocas coloniales. Quiroz (1999) investigó que su inicio se da con la fundación de la Lima virreinal, así como los gremios, y su constante hostigamiento a través de las leyes y restricciones. En la Lima Metropolitana moderna, Arellano y Burgos (2010) describieron que la migración de otras regiones del Perú, principalmente desde la segunda mitad del siglo XX, generó grandes cambios en la sociedad y la economía, entre ellos el aumento de los vendedores ambulantes.

El INEI (2009) en un estudio sobre las migraciones hacia Lima Metropolitana informó que existían 2 millones 700 mil migrantes, posteriormente, el INEI (2014a) reportó un aumento al término del 2013, la cual ascendía a 3 millones 480 mil personas, de los cuales el 54% eran mujeres.

Al cierre del 2013 el INEI (2014a) indicó que en Lima Metropolitana de cada 4 ambulantes 3 son mujeres. Si llevamos las cifras a una escala nacional, el MINTRA (2009a) informó que, de los 6 millones de personas en edad de trabajar con empleo independiente, 3 millones 200 mil son mujeres, (53% aproximadamente). De éstas, indicó el mismo informe, el 18.2% se dedican al comercio ambulatorio. En términos de tendencia, si bien no existe una precisión exacta sobre el comercio ambulatorio ejercido por las mujeres en el Perú, en el informe técnico sobre la evaluación de la pobreza monetaria publicado por el INEI (2014b) entre los años 2009 y 2013, refleja un crecimiento mínimo del trabajo independiente para una PEA pobre y pobreza extrema.

Castellanos (2014) en su estudio sobre la economía informal en Lima Metropolitana dio a conocer que en términos políticos, el comercio ambulatorio está sujeto a las propuestas

y medidas de las autoridades locales, no en tanto en estos últimos años el cumplimiento de las ordenanzas con relación al comercio ambulatorio se ha visto comprometida por acciones violentas y desmedidas por los gobiernos municipales.

El estudio de Castellanos (2014) identificó las condiciones que atraviesan las mujeres que desarrollan el comercio ambulatorio, tales como: (a) la falta de oportunidades para completar estudios en todos los niveles; (b) el estado civil que muchas féminas enfrentan, como madres solteras, separadas o viudas; y (c) asimismo, los factores económicos y sociales del mercado y la competitividad son elementos que según el estudio obstaculizan su desarrollo.

1.2. Definición del Problema

La economía informal tiene gran participación en las economías en vías de desarrollo. El comercio ambulatorio forma parte de la economía informal. En el Perú el 74.7% de personas que participan en el comercio ambulatorio son mujeres, esta tendencia es similar a otros países de América Latina, donde la mayoría de personas que participan en este sector también son mujeres (Bastidas, 2008; INEI, 2014a).

Según Castellanos (2014) las mujeres que forman parte de la economía informal se caracterizaron por tener bajo nivel educativo, limitados ingresos en el hogar, son responsables del cuidado de hijos y tienen dificultad para incorporarse al empleo formal por falta de competitividad laboral.

Esta investigación expandirá los conocimientos sobre la mujer ambulante ya que identificará su perfil, dando a conocer los principales motivos por los cuales las mujeres decidieron trabajar como ambulantes y cuáles son sus perspectivas futuras.

1.3. Propósito de la Investigación

El propósito de la investigación es responder acerca del desarrollo, progreso y emprendimiento que logran las mujeres ambulantes en Lima Metropolitana desde que inician

su actividad en el comercio ambulatorio. Es decir, conocer el perfil de las mujeres ambulantes de Lima Metropolitana identificando los factores que las llevaron a iniciarse en la economía informal, así como, las que la mantuvieron o la impulsaron a desarrollarse. El estudio está centrado en un horizonte de tiempo de 10 años, pues esta investigación está enfocada en hallar el perfil de las mujeres ambulantes que iniciaron su actividad ambulatoria entre el año 2003 y 2013 y su progreso en el tiempo.

Los objetivos secundarios de la presente investigación son los siguientes:

- Dar a conocer cuál es el perfil demográfico de la mujer ambulante en Lima Metropolitana.
- Analizar la trayectoria laboral de la mujer ambulante.
- Determinar cuáles son las circunstancias y los motivos por las cuales las mujeres deciden trabajar como ambulantes.
- Dar a conocer cuáles son los obstáculos que enfrenta la mujer ambulante para su crecimiento económico.
- Conocer cuáles son las perspectivas futuras de la mujer ambulante en Lima Metropolitana.

1.4. Importancia de la Investigación

Las mujeres ambulantes en la economía informal son una pieza fundamental para el desarrollo de nuestro país y la región, ya que son unidades generadoras de ingresos con el cual contribuyen al crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI), a su vez mejorar la calidad de vida de la unidad familiar. Fernández (2006) describió que el crecimiento de un emprendimiento depende de la actitud, el grado de responsabilidad, el medio donde se ha formado, el grado de riesgo asumido, la motivación, conocimiento sobre el negocio, cultura y creencias. Asimismo, las mujeres ambulantes se enfrentan a una serie de barreras que pueden limitar su desarrollo profesional y la oportunidad de expandir sus ventas, por ejemplo los

recursos económicos y el acceso al crédito, las normas municipales y las tasas tributarias impuestas por la SUNAT.

Por lo señalado, es importante estudiar los factores que influyen en el desarrollo de las mujeres ambulantes, por cuatro razones:

1. Es necesario incrementar el conocimiento sobre las mujeres ambulantes dado que contribuyen con el crecimiento de la economía nacional. Asimismo, es necesario identificar los factores que motivan su crecimiento y las estrategias que utilizaron.
2. Es necesario investigar si el comercio informal es la única alternativa para que las mujeres ambulantes puedan solventar la unidad familiar y mejorar la calidad de vida.
3. Es necesario saber cuál es el factor determinante para el desarrollo eficiente del comercio informal, ya que coadyuva al desarrollo del país.
4. Es necesario conocer el perfil adecuado que debe tener una mujer ambulante para lograr el éxito en su negocio, así se podrían diseñar políticas y estrategias para dirigir la formalización y crecimiento de los emprendimientos de estas mujeres.

1.5. Naturaleza de la Investigación

La naturaleza de la presente investigación tiene un enfoque cualitativo y cuyo tipo es descriptivo, dado la situación planteada en el propósito. En términos de diseño se usó del tipo de investigación no experimental de la categoría transeccional, dado que se planea recolectar datos en un solo momento a través de entrevistas realizadas a una muestra de casos-tipo. Esta selección se deriva del interés de entrevistar a mujeres que nos permita evaluar su perfil luego de un tiempo de haber iniciado el comercio ambulatorio (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Entre las alternativas del diseño estudiados por Hernández et al. (2010), el narrativo, permitirá conocer las vivencias y experiencias de las personas entrevistadas y finalmente evidenciar el perfil, motivaciones y éxitos logrados en una línea de tiempo.

1.6. Preguntas de Investigación

En cuanto a las preguntas de investigación del presente estudio son las siguientes:

Pregunta General

- ¿Cuál es el perfil de la mujer ambulante en Lima Metropolitana en el periodo comprendido entre los años 2003 y 2013?

Preguntas Específicas

- ¿Cuál es el perfil demográfico de la mujer ambulante en Lima Metropolitana?
- ¿Cuál es la trayectoria laboral de la mujer ambulante?
- ¿Cuáles son las circunstancias y los motivos por las cuales las mujeres deciden trabajar como ambulantes?
- ¿Cuáles son los obstáculos para el crecimiento económico de la mujer ambulante?
- ¿Cuáles son las perspectivas futuras de las mujeres ambulantes en Lima Metropolitana dentro del periodo 2003 al 2013?

1.7. Definición de Términos

Autoempleo. Se entiende como una fórmula que permite superar las complejas relaciones socio-empresariales, a partir de la creación y desarrollo de una actividad propia y diferente a la vivida anteriormente (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2005).

Ambulante. “Persona que vende en la calle, ya sea caminando de un sitio a otro o en un puesto fijo en la vía pública” (Real Academia de la Lengua [RAE], 2014).

Informal. Tiene su origen en la oferta de mano de obra que no es cubierta por el mercado de empleo formal, lo que lleva a los desempleados a realizar actividades informales (Torres, 2012).

Emprendedora. “Que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas” (Real Academia de la Lengua, 2014).

Negocio. Es la ocupación, el quehacer o trabajo, aquello que es objeto o materia de una ocupación lucrativa, de interés o un local en que se negocia o comercia (Real Academia de la Lengua, 2014).

Vía Pública. Vía de uso público, sobre la cual la autoridad competente impone restricciones y otorga concesiones, permisos y autorizaciones (Ministerio de Transporte y Comunicaciones [MTC], 1999).

1.8. Supuestos

En la investigación se considera que una mujer ambulante se define como exitosa, cuando su patrimonio es superior al promedio de la población con similares características en Lima Metropolitana. Asimismo, que las barreras administrativas como, trámites tributarios y municipales son muy burocráticas, limitan la migración del negocio ambulante hacia el sector formal. El crecimiento del comercio ambulante está influenciado principalmente por la escasez de los recursos económicos y motivación de las mujeres ambulantes.

1.9. Limitaciones

El estudio se realizó sobre una muestra de mujeres que iniciaron una actividad ambulante en Lima Metropolitana, ya que estas mujeres se encuentran realizando su actividad comercial en distintos centros de abastos. Siendo este estudio transeccional y descriptivo dado que se analizarán los datos en un determinado momento, con esto se tiene la limitante en la recolección de información e identificación de la muestra en un determinado tiempo.

1.10. Delimitaciones

Para el presente trabajo se ha considerado las siguientes delimitaciones:

- El estudio se ha realizado en Lima Metropolitana, por lo tanto los resultados reflejarán la realidad de la mujer ambulante de esta ciudad.

- En el estudio se analizó el perfil de la mujer ambulante en un periodo de 10 años, desde el 2003 hasta el 2013, a lo largo del periodo existieron cambios de gobierno nacional y municipal, diferentes tasas de crecimiento económico, así como, normas y leyes municipales que han podido influir en el crecimiento de la mujer ambulante.
- Se ha estudiado a la mujer ambulante en los diversos distritos de Lima Metropolitana, no en tanto el cumplimiento de las normas municipales para el comercio ambulatorio varía en los 43 distritos que componen la ciudad de Lima.

1.11. Resumen

En el Perú al término del año 2013, según el INEI (2014a), existían cerca de 300 mil ambulantes, de los cuales el 74.7% representan al género femenino, quienes se ven obligados a emprender negocios de manera ambulatoria debido a la falta de recursos económicos, sin embargo, con el transcurrir del tiempo la gran mayoría de mujeres deciden permanecer en el comercio informal debido a las barreras administrativas, altos costos y falta de incentivos, por otro lado, una minoría logra migrar al comercio formal. Es importante mencionar que la informalidad genera elementos negativos como la ausencia de competitividad y motiva a que los demás negocios sigan manteniéndose en la informalidad.

La presente investigación, tiene como propósito conocer el perfil y las perspectivas de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulatorio durante diez años (desde el 2003 al 2013), a través del método cualitativo de: (a) su trayectoria laboral, (b) circunstancias y motivos por lo cual deciden trabajar como ambulantes, (c) los obstáculos para el crecimiento de su negocio, y (d) las perspectivas futuras.

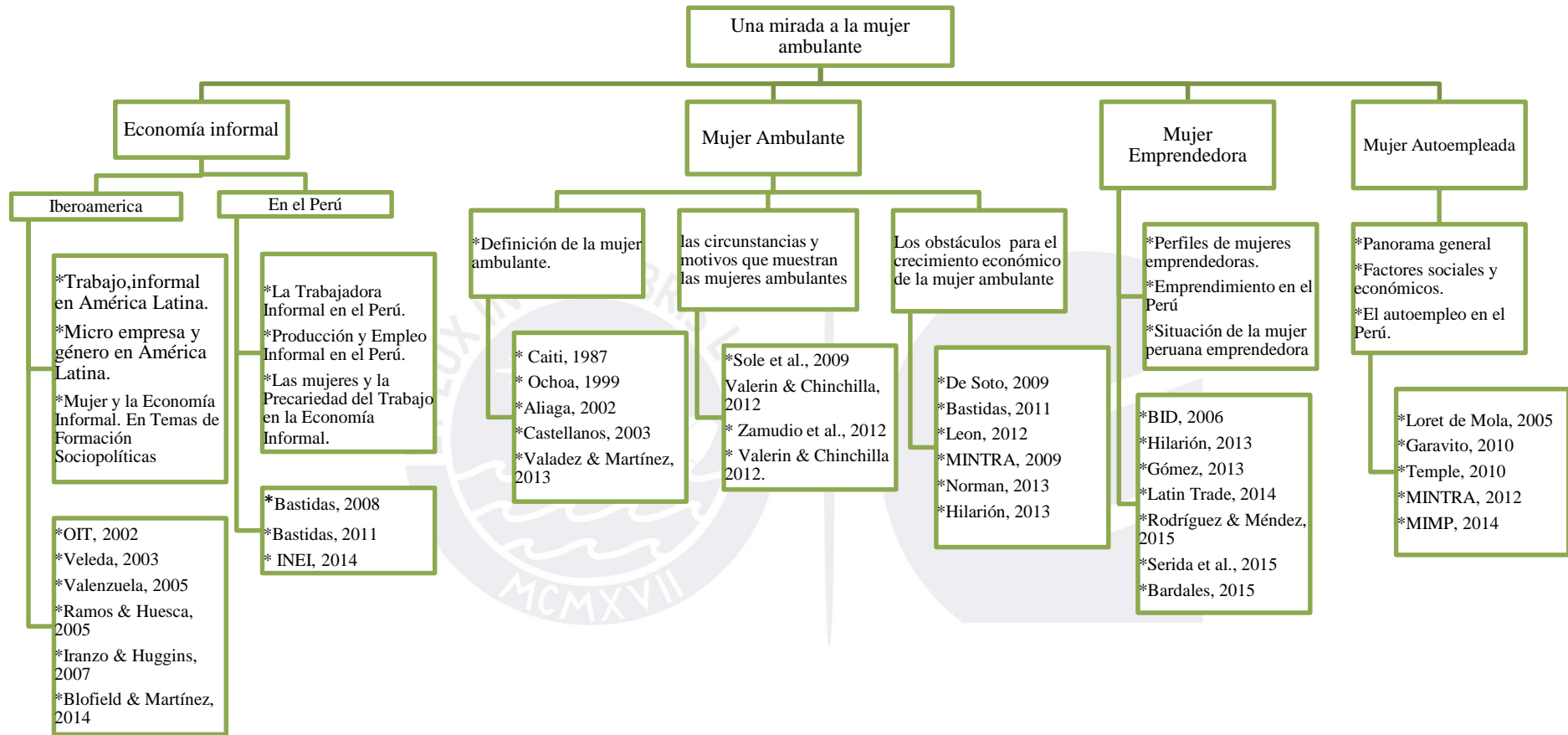
Capítulo 2: Revisión de la Literatura

En el presente capítulo se desarrolla el resultado de la búsqueda, revisión y obtención de información que permita explicar y argumentar la situación de las mujeres autoempleadas en la economía informal, específicamente, una mirada hacia la mujer ambulante. La información resultante está conformada por realidades, teorías, historias y cifras de autores nacionales, latinoamericanos y de otras regiones, así mismo, de personas e instituciones relacionadas al ámbito privado y del gobierno.

Para una mejor comprensión de la presente investigación cualitativa, la cual está relacionado con las “Mujeres Autoempleadas en la Economía Informal: una Mirada hacia la Mujer Ambulante” el capítulo se ha estructurado en cuatro temas principales, los cuales son: (a) economía informal, (b) mujer autoempleada, (c) comercio ambulante, y (d) emprendimiento.

Por cada tema se ha identificado diversas perspectivas que contribuyen a una adecuada estructura y profundización de su desarrollo. El orden presentado obedece a una transición lógica. La economía informal, la mujer autoempleada y el comercio ambulante como una realidad existente y rige ante la desprotección del género femenino en una sociedad poco equitativa.

En cuanto al emprendimiento, como una oportunidad de mejorar las condiciones de vida de la mujer como cabeza de hogar, y por consiguiente de su familia. Para llegar al desarrollo de la literatura incluida en el presente capítulo se plantea el método del índice, el cual permite contar con una estructura y guía para la búsqueda de información precisa que contribuya al tema de investigación (ver apéndice A).



En la Figura 1 se presenta el mapa que estructura las fuentes literarias cronológicamente usadas de la mujer ambulante, la información de la economía informal en Iberoamérica y en Perú. Asimismo, información relacionada a la mujer ambulante, como la relación con el emprendimiento, las circunstancias, motivos y obstáculos que enfrentan.

2.1. Economía Informal

El término informalidad o sector informal fue introducido a principios de los años setenta por Hart (1973) quien analizó el mercado de trabajo en Ghana. En aquel entonces, el término se relacionó directamente con los países del tercer mundo y se empleó en un principio para describir a las actividades no agrícolas de pequeña escala productiva, en las cuales los individuos obtenían una forma de vida adicional a la ofrecida por el mercado formal (Ramos & Huesca, 2005). Para Ramos y Huesca (2005) el concepto de informalidad es confuso, debido a la falta de consenso en su definición. En el ámbito económico, la informalidad es vista como un problema del mercado laboral, por lo tanto, el sector informal se diferencia del sector formal por la incidencia sobre el bienestar de los trabajadores.

La OIT definió a la economía informal como las actividades laborales que no son reconocidas, registradas, protegidas o reguladas por las autoridades públicas. Desde 1991, en la 78a reunión de la OIT se examinó el sector informal, y la posición de la OIT fue no apoyar la economía informal, ya que considera que no es el mejor medio para erradicar la pobreza, por lo tanto, plantea estrategias gubernamentales para erradicar la informalidad (OIT, 2002).

Iranzo y Huggins (2007) definieron a la economía informal como:

Todas aquellas actividades laborales que no están registradas legalmente y por tanto no pagan impuestos, tienen muy pocas posibilidades de crecer económicamente y sobre todo son manuales. Son actividades que se realizan sin recibir ningún permiso o autorización del gobierno, quiere decir que no están protegidas por ninguna ley. (p. 7)

2.1.1. Enfoques de la economía informal

La OIT formuló un enfoque político integrador para promover el empleo formal, a continuación se detalla su propuesta:

Con objeto de promover el trabajo decente, es necesario contar con una estrategia integrada de amplio alcance que abarque una serie de áreas políticas, que elimine los aspectos negativos de la informalidad y preserve al mismo tiempo el significativo potencial de crear empleo y generar ingresos a la economía informal, y que promueva la protección y la incorporación de los trabajadores y de las unidades económicas de la economía informal a la economía estructurada. (OIT, 2008, p. 3)

Martínez (2008) en su tesis “Empleo informal y segmentación del mercado de trabajo urbano en México”, describió tres enfoques sobre la economía informal con la finalidad de establecer argumentos que definen al sector informal, estas son: (a) enfoque de la economía dual, (b) enfoque de la actividad económica no regulada, y (c) enfoque estructuralista.

El enfoque dual, también conocido como enfoque de racionalidad, sigue los lineamientos establecidos por la OIT y también del Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC). El enfoque Dual establece que las personas con la capacidad de trabajar que no son incorporadas en el sector formal, tienden a crear pequeños negocios con un número reducido de empleados en actividades marginales de baja productividad. Por lo tanto, en este enfoque se cree que el sector informal es formado por el excedente de mano de obra del sector formal (Martínez, 2008).

En el enfoque de la actividad no regulada también conocida como actividad ilegal, el sector informal se define como el conjunto de actividades que no cumplen con la reglamentación impuesta por el gobierno estas pueden ser fiscal, laboral, sanitarias, ambientales, entre otras. En este enfoque una de las principales características asociadas al sector informal es la ilegalidad, por lo tanto, sustenta que el surgimiento del sector informal

es el resultado de las imperfecciones del sistema impositivo y de los estatutos de regulación (Martínez, 2008).

El enfoque estructuralista o de la racionalidad del mercado se basa en las ideas planteadas por Benton, Castells y Portes (1989); Sassen (1989) y Roberts (1990). Los autores señalan que la economía informal surge debido a la descentralización de la producción, los contratos flexibles de trabajo y la subcontratación que hacen que la economía informal se vincule con la formal de manera dinámica. Por lo tanto, en este enfoque se cree que la economía informal no está separada de la economía formal, sino que ambas interactúan entre sí y la economía informal surge por la estructura moderna de la tercerización de las empresas y los contratos flexibles reguladas por el gobierno (Martínez, 2008).

Al igual que Martínez (2008), Iranzo y Huggins (2007) también plantearon tres principales razones por la cual la economía informal crece, estas son: (a) por la falta de empleo que a su vez se debe a un bajo crecimiento económico del país; (b) el surgimiento de pequeños negocios y microempresas que por falta de control de las entidades gubernamentales no cumplen con las regulaciones fiscales, laborales y medioambientales, por lo tanto, la situación informal les genera mayor ganancia y desean permanecer en la informalidad; y (c) la tercerización es muy usada por las empresas en la actualidad y su fin es ahorrar costos, no en tanto contratan microempresas o pequeñas empresas que éstas a su vez contratan personas por temporadas las cuales no gozan de los beneficios exigidos por las leyes laborales del país.

2.1.2. La economía informal y su desarrollo jurídico

Dado que la actividad informal se desarrolla dentro de un vacío jurídico, es muy común que las autoridades públicas la confundan con actividades delictivas y puedan sufrir por las mismas autoridades abusos, así como, sobornos y extorsiones por terceros. Dentro de la economía informal también existen actividades delictivas como el lavado de activos,

comercialización de drogas, el tráfico de personas, así mismo, la economía informal engloba a las actividades ilegales como la evasión deliberada de impuestos (OIT, 2002).

Por motivos de estudio la OIT resalta la diferencia entre empleo en el sector informal y empleo informal. Así define al empleo en el sector informal, como un concepto basado en la empresa que tienen características informales en relación con su condición jurídica, el registro contable y empleados registrados, por lo tanto todas las personas que trabajan en una empresa con esas características forman parte de las estadísticas del empleo en el sector informal. Por otro lado, el empleo informal es un concepto basado en el puesto de trabajo caracterizado por la ausencia de protecciones legales y beneficios de un empleo formal, esto involucra tanto al puesto de trabajo que se encuentre dentro de una empresa informal o de forma independiente en sus hogares (OIT, 2012).

2.1.3. Desventajas, consecuencias y soluciones de la economía informal

De acuerdo a Perry et al. (2007), los altos niveles de informalidad se debe a que muchas empresas y trabajadores deciden no pertenecer a las instituciones formales porque al realizar un análisis costo-beneficio no encuentran atractivo pasar la frontera de la informalidad a la formalidad. Para salir de esta situación es necesario que el estado solucione dos problemáticas. En primer lugar, la baja calidad de servicio que brinda el estado a los trabajadores formales que no compensa por el importe descontado de su salario para ofrecerles el servicio de seguro de salud y beneficios sociales. Segundo, el Estado es débil al no poder hacer que las empresas informales se formalicen y cumplan las normas establecidas legalmente.

Algunas desventajas de estar en la economía informal que fueron presentadas por Iranzo y Huggins (2007) son: (a) su condición de desamparo, ya que no están protegidas por la ley y no tienen registrado sus propiedades y bienes; (b) no se pueden beneficiar de las

ayudas del gobierno a las microempresas; y (c) no pueden asegurar contratos bajo la ley con terceros y los trabajadores no gozan de ningún seguro de salud y seguridad ocupacional.

La OIT en el 23er Congreso de Gestión de Personas presentó el tema “La Economía Informal: Causas, consecuencias y ejes de solución”, expuso que la economía informal:

(a) se dedica a actividades de subsistencia de bajo valor agregado, (b) frena la productividad global de la economía, (c) frena el progreso económico y social del país, (d) se mantiene en condiciones laborales de mala calidad, (e) apoya la transmisión intergeneracional de pobreza, (f) provee un espiral de baja productividad y pobreza, (g) genera deberes y derechos diferenciados, (h) reduce la capacidad de inversión del Estado en desarrollo, (i) promueve altos niveles de competencia desleal, e (j) incide negativamente en el desarrollo humano. (Villamil, 2014, p. 8)

Según Machado (2014), para la formalización es importante tener un balance costo-beneficio, esto involucra una combinación adecuada de incentivos y penalidades de un gobierno. Por lo tanto, se recomienda que los esfuerzos de formalización se den en políticas de desarrollo productivo que aumenten la productividad y aceleren el crecimiento del sector formal, esto hará que los informales encuentren más beneficios visibles en el sector formal y de esta manera se vean atraídos a pasar la barrera de la informalidad.

2.1.4. Situación de la economía informal en Sudamérica

Gámez, Ivanova y Wilson (2011) al estudiar el comercio informal en el sector turístico afirmó que el 58% de las personas que laboran en el sector informal en América Latina son mujeres. Según Sakho (2009) el país con mayor participación de la mujer en el sector informal es Bolivia con un 74%. La OIT (2012) realizó un estudio en el cual presenta los datos estadísticos sobre la economía informal de varios países a nivel mundial, en la Tabla 1 muestra las estadísticas correspondientes a los países de Sudamérica.

Tabla 1

Empleo en la Economía Informal en las Actividades no Agrícolas

País	Personas empleadas informalmente		Personas empleadas en el sector informal		Personas empleadas informalmente fuera del sector informal	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
Argentina	5,138	49.7	3,317	32.1	1,850	17.9
Bolivia	2,069	75.1	1,436	52.1	647	23.5
Brasil	32,493	42.2	18,688	24.3	13,862	18
Ecuador	2,691	60.9	1,646	37.3	1,062	24
Colombia	9,307	59.6	8,144	52.2	1,444	9.3
Paraguay	1,473	70.7	790	37.9	683	32.8
Perú	7,458	69.9	5,223	49	2,313	21.7
Uruguay	572	39.8	487	33.9	141	9.8
Venezuela	5,131	47.5	3,920	36.3	1,275	11.8

Nota. Adaptado de “*Statistical update on employment in the informal economy*”, por OIT, 2012.

El nivel de pobreza es calculado en relación al consumo e ingreso en los hogares, por lo tanto, es difícil la desagregación por sexo a nivel mundial. Se cree que en el mundo existe un número mayor de mujeres que hombres que viven en condiciones de pobreza absoluta, por lo tanto, la tendencia de la mayor participación de la mujer en la economía informal es evidente (OIT, 2015). Los países subdesarrollados presentan una población con mayores índices de informalidad que los países desarrollados, esto se debe a la incapacidad del sector privado y público en generar los empleos suficientes para la oferta laboral existente (Ramos & Huesca, 2005).

La OIT (2002) señaló que existen un mayor número de mujeres empleadas en el sector informal en comparación con los hombres. Incluso en la India e Indonesia, nueve de cada diez mujeres que trabajan fuera de la agricultura formal, forman parte del sector

informal. En la Tabla 2 se presenta las estadísticas sobre empleo informal separándolos entre hombre y mujer para los países de Sudamérica.

Tabla 2

El Empleo en la Economía Informal en las Actividades no Agrícolas, Estadísticas por Género en los Países Sudamericanos (OIT, 2012)

País		Personas empleadas informalmente		Personas empleadas en el sector informal		Personas empleadas informalmente fuera del sector informal	
		Miles	%	Miles	%	Miles	%
Argentina	Mujer	2,189	49.60	1,131	25.70	1071	24.30
	Hombre	2,949	49.80	2,8186	36.90	779	13.20
Bolivia	Mujer	972	78.50	664	53.60	311	25.20
	Hombre	1097	72.40	772	51.00	336	22.10
Brasil	Mujer	15,909	45.90	6,982	20.10	8,944	25.80
	Hombre	16,585	39.20	11,706	27.70	4,918	11.60
Colombia	Mujer	4,532	62.70	3,702	51.20	943	13.00
	Hombre	4,775	57.00	4,442	53.10	502	6.00
Ecuador	Mujer	1,214	63.70	682	35.80	537	28.20
	Hombre	1,477	58.80	964	38.40	525	20.90
Paraguay	Mujer	666	74.40	328	36.70	338	37.70
	Hombre	806	67.90	462	38.90	345	29.10
Perú	Mujer	3,691	75.70	2,650	54.30	1,081	22.20
	Hombre	3,767	65.10	2,572	44.40	1,232	21.30
Uruguay	Mujer	270	40.30	194	28.90	101	15.00
	Hombre	302	39.40	294	38.30	41	5.30
Venezuela	Mujer	2,159	47.40	1,552	34.10	623	13.70
	Hombre	2,972	47.50	2,367	37.80	652	10.40

Nota. Adaptado de "Statistical update on employment in the informal economy", por OIT, 2012.

2.1.5. La economía informal en el Perú

Para entender el trabajo informal en el Perú, es necesario estudiar el grado de informalidad existente, en la Figura 2 se muestra el grado de informalidad de las empresas en el 2012.

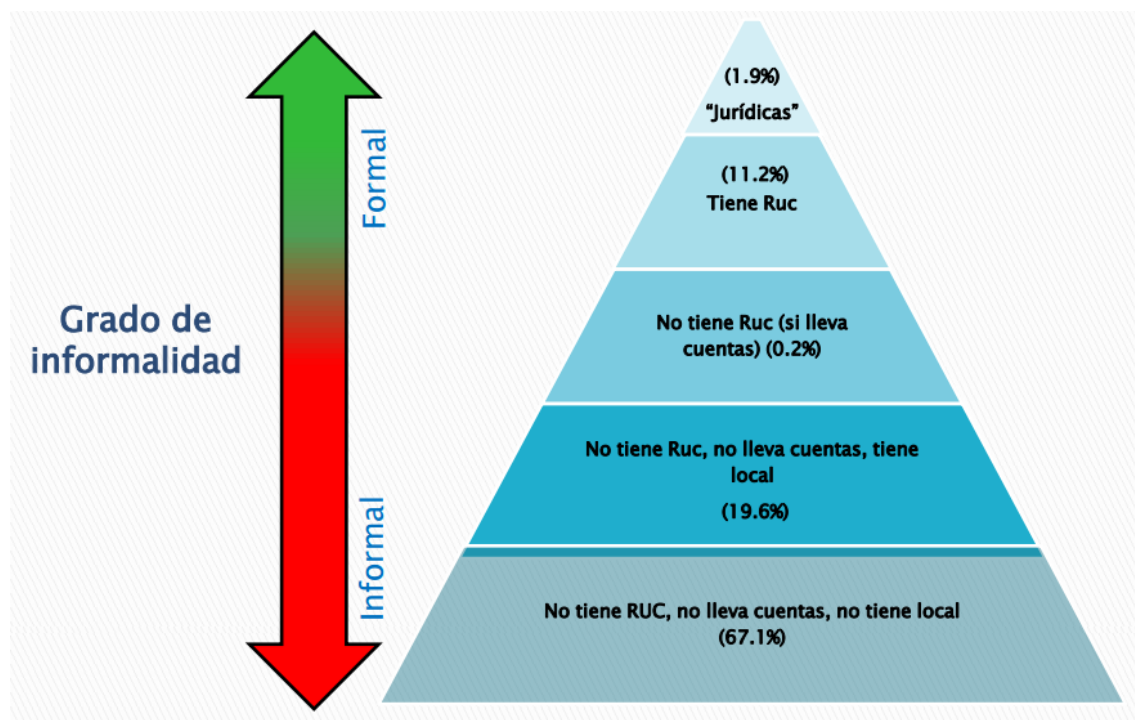


Figura 2. Grado de informalidad en el Perú en el 2012

Tomado de “La economía informal causas, consecuencias y ejes de solución” Villamil, 2014, con datos de [Producción y empleo informal en el Perú: Cuenta satélite de la economía informal 2007- 2012, de Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI), 2014c], p.17. Ginebra. Oficina de la OIT para los países Andinos, presentado en el 23 congreso de Gestión de Personas.

El 67.1% no contaban con RUC, quiere decir que ante el gobierno no estaban inscritas como empresas, por lo tanto, no pagan impuestos, no tiene un local fijo para la realización de sus actividades productivas y no lleva sus cuentas por medio de libros de ingresos y gastos exigidos por la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) o cualquier programa contable.

Estos resultados acarrear las siguientes problemáticas que vienen en cadena, siendo las dos principales las siguientes: (a) por no ser reconocidas como una empresa registrada en

la SUNARP (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos), ante problemas como estafas o cuentas por cobrar, el estado no los puede proteger, y (b) los trabajadores que laboran en empresas no registradas no pueden contar con el seguros de salud, SNP (Sistema Nacional de Pensiones) o AFP (Administradoras de Fondos de Pensiones) y otro beneficios de ley como las gratificaciones y la Compensación por Tiempo de Servicios, consecuentemente son considerados empleados en el sector informal.

2.1.6. Definición y situación del empleo informal

La OIT (2013) dio a conocer la definición del empleo informal propuesta en la 17a Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), la cual define al empleo informal como el número total de empleos informales realizados tanto en las empresas del sector formal, como en las empresas del sector informal o en hogares, en la Figura 3, se resume los componentes del empleo informal planteada por la CIET.

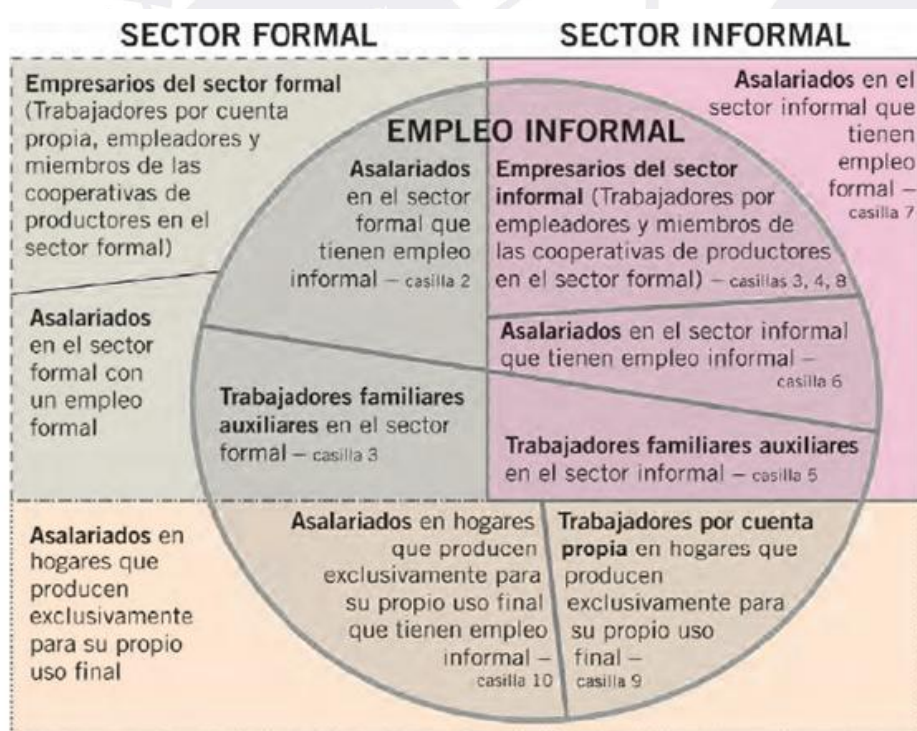


Figura 3. Componentes del empleo informal.

Tomado de “La medición de la informalidad: Manual estadístico sobre el sector y el empleo informal” OIT, 2013, p. 45. Ginebra. Servicio de Producción, Impresión y Distribución de Documentos y Publicaciones de la OIT.

El empleo informal de acuerdo a Perry et al. (2007) está compuesto por dos grupos: (a) los asalariados, se encuentran en la informalidad no por decisión propia sino por la baja empleabilidad del sector formal y porque sus empleadores no están en el sector formal ellos también son considerados trabajadores informales; y (b) los trabajadores independientes, en este grupo están los dueños de las microempresas o los autoempleados que permanecen en la economía informal por la falta de trabajo en la economía formal, en este grupo también están los ambulantes temporales (se dedican al comercio ambulatorio solo en fechas festivas) y permanentes (ejercen el comercio ambulatorio todo el año).

Una de las formas de describir la situación de los trabajadores informales según la OIT (2002) se basa en el grado de seguridad que tienen en las actividades que desempeñan, estas son:

- La seguridad del mercado laboral se refiere a la oportunidad de obtener buenos empleos.
- Seguridad de empleo se refiere a tener estabilidad en el empleo, tener reglamentos de contratación y despidos, evitando de esta manera los despidos arbitrarios.
- Seguridad ocupacional se refiere a la estabilidad en el puesto de trabajo generando de este modo especialización o perfeccionamiento en el trabajo.
- Seguridad en el trabajo se refiere a la protección contra accidentes de trabajo, el alcance de las normas de salud y la regulación del tiempo de trabajo.
- Seguridad para el desarrollo de las competencias se refiere a la capacitación y el aprendizaje por medio de la innovación en el puesto de trabajo.
- Seguridad del ingreso se refiere a la obtención de salarios adecuados dentro del mercado laboral, así también, los beneficios como gratificaciones y demás ingresos establecidos por el estado.

- Seguridad de representación se refiere a la protección del derecho, posibilidad de formar agrupaciones de representación tales como sindicatos que permitan representar a los trabajadores.

El empleo en el sector informal juega un papel importante en la reducción de la pobreza ya que es considerada como una de las fuentes principales de ingreso para las familias pobres, no en tanto son varias las personas que trabajan en el sector informal y no pueden salir de la pobreza, es por este motivo que la OIT en la 78va reunión del año de 1991, no consideraba al empleo informal como una solución para erradicar la pobreza (OIT, 2013).

Chant y Pedwell (2008) afirmaron que no solo la pobreza es uno de los impulsores de la expansión del empleo informal, sino también es importante considerar que en los países subdesarrollados el crecimiento de la economía informal se debe al exceso de mano de obra, también se debe a la falta de generación de riqueza en zona rural y la migración de las personas a la zona urbana.

2.1.7. El trabajo informal en el Perú.

Bastidas (2011) señaló que la actividad informal en el Perú se explica por diversos acontecimientos, estos son: (a) el desajuste de la realidad con la legalidad; (b) el déficit laboral causado por la falta de inversión en el sector público y privado; (c) las secuelas dejadas por la actividad terrorista en la década de los 80 y 90, que produjo el fenómeno de las migraciones rurales y el desarrollo de nuevas formas de subsistencia y actividades comerciales; y (d) el bajo desarrollo del sector educativo y cultural que produjo retrasos en el desarrollo del modelo económico.

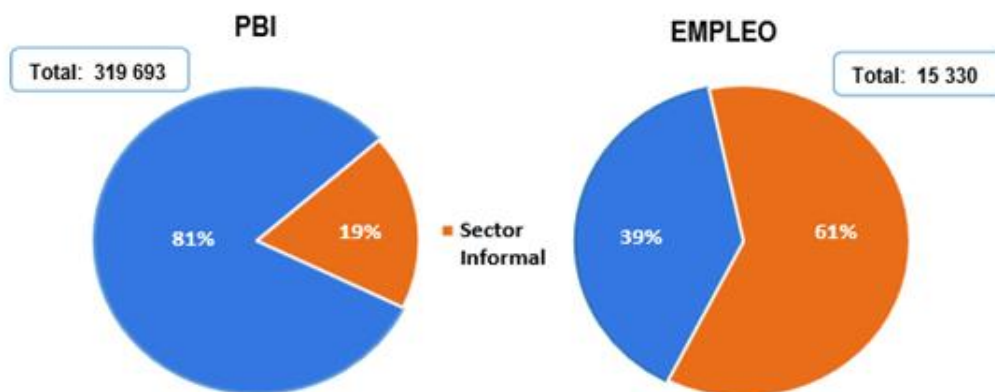


Figura 4. Participación del sector informal en el PBI y en el empleo equivalente, 2007
Tomado de “Empleo informal en el Perú: Cuenta satélite de la economía informal 2007-2012” de Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 2014c, p. 60

Según el INEI (2014a) la contribución del sector informal al total del PBI del año 2007 representó el 19%, así también para el mismo año representó un 61% del total de empleo.

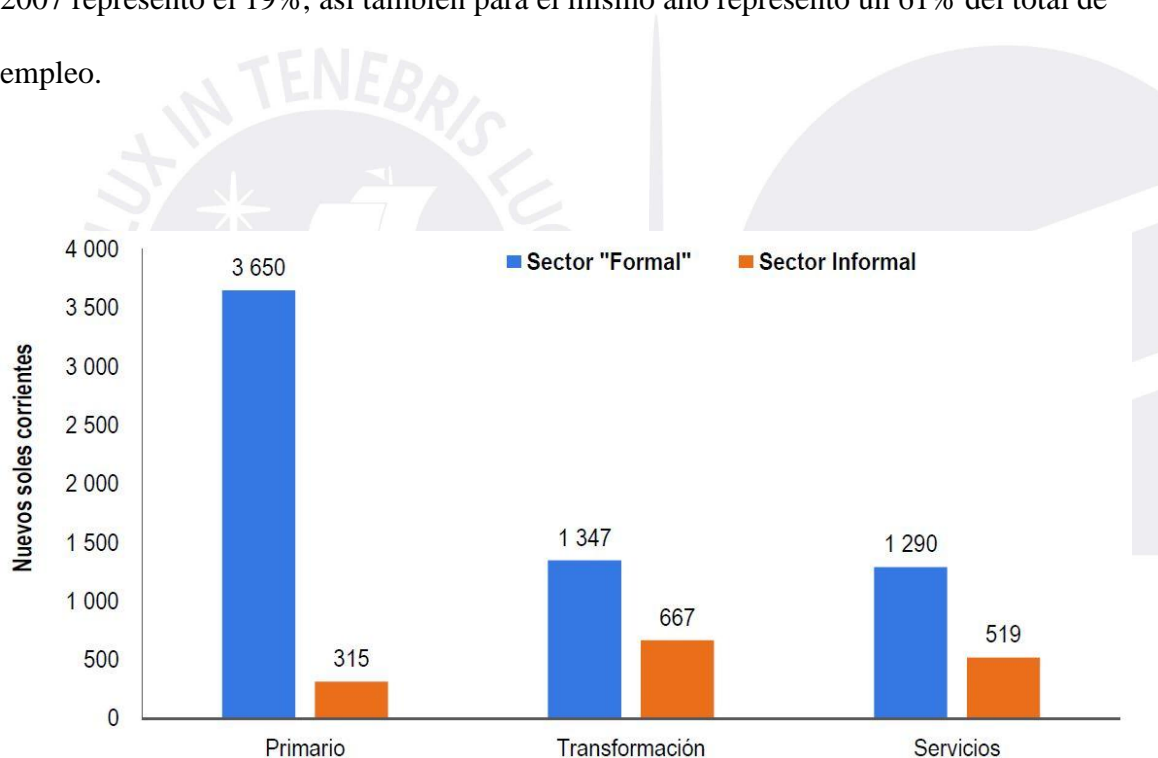


Figura 5. Remuneración mensual promedio por sector formal e informal, según grandes actividades económicas, 2007 (nuevos soles corriente)
Tomado de “Empleo informal en el Perú: Cuenta satélite de la economía informal 2007-2012” de Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 2014c, p. 61.

En relación a la diferencia en el promedio de las remuneraciones entre el sector formal e informal, en el año 2007 se encontraron desigualdades significativas a favor del

empleo formal. En la Figura 5, se muestra el promedio de salarios en los tres grupos de actividades (primarios, transformación y servicios).

2.1.8. El trabajo informal y la mujer peruana

La participación de la mano de obra femenina se ha incrementado más rápido que la participación masculina a nivel mundial, esto se debe al creciente ingreso de las mujeres al mundo laboral que se da por dos motivos, por elección o por necesidad, en tanto por falta de capacitación o una educación adecuada acaban siendo parte de la economía informal. Otra dificultad que las mujeres enfrentan al ingresar al mercado laboral es la discriminación por los empleadores, debido a las responsabilidades familiares asumidas por la mujer como de ser madre, esposa y los deberes de la casa (Chant & Pedwell, 2008).

Las mujeres pueden desempeñarse en varias actividades dentro del trabajo informal, estas son: (a) trabajadoras por cuenta propia, elaborando alguna actividad manual y vendiendo lo producido; (b) trabajando para otros en pequeñas empresas no registradas legalmente; (c) trabajando en casa fabricando productos para una pequeña empresa; y (d) realizando trabajos domésticos para otras familias sin ser una empleada formal (Iranzo & Huggins, 2007).

Bastidas (2008) realizó una encuesta a 382 mujeres trabajadoras de la economía informal en la ciudad de Lima en los distritos de La Victoria, Cercado de Lima y San Juan de Lurigancho. Los datos recabados se muestran en la Figura 6.

Según Bastidas (2011) en las ciudades de Lima y Huaral en el 2010, se pudo identificar un conjunto de problemas medulares en la economía informal: (a) precariedad del empleo, caracterizado por la gran tendencia a la eventualidad; (b) ingresos limitados, ya que no gozan de los beneficios exigidos por el gobierno, como salario mínimo, pago de gratificaciones entre otras remuneraciones; (c) debido a los bajos salarios las mujeres emprendedoras no cuentan con ahorros para posibles inversiones o urgencias económicas; (d)

no cuentan con una capacitación laboral y educación general, pues las trabajadoras de la economía informal tienen un nivel de educación básica o inferior al promedio; (e) la discriminación y maltrato por parte de los empleadores y su propio círculo social; (f) los riesgos de seguridad y salud en la mayor parte de las mujeres no cuentan con un seguro de salud, así también no gozan de los implementos de seguridad ocupacional; y (g) la identidad colectiva y baja organización hace que las mujeres acepten su realidad como algo común y no sientan la necesidad de buscar ayuda.

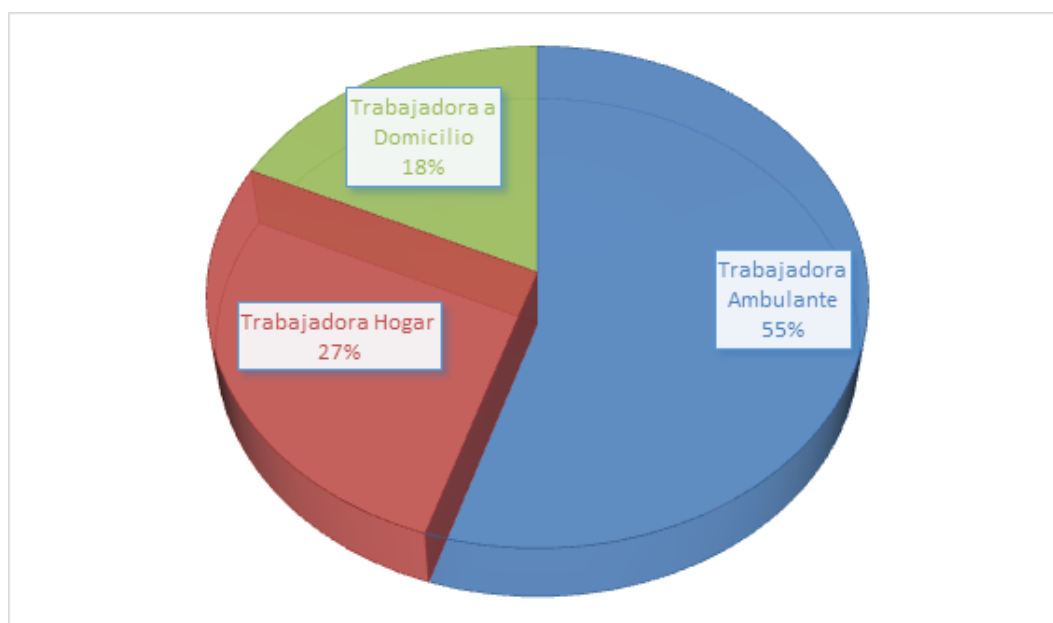


Figura 6. Empleo informal de la mujer en la provincia de Lima
Tomado de “La trabajadora informal en el Perú” por M. Bastidas, 2008, Lima, Perú:
Asociación de Desarrollo Comunal. p. 26.

2.2. Mujer Autoempleada

El autoempleo es la práctica de una actividad propia, formal o informal ejercido por una persona, la actividad difiere de lo vivido previamente. En esta sección se explica acerca del autoempleo y específicamente el autoempleo femenino. En un primer lugar, se explica el panorama general, luego los factores sociales que permiten su desarrollo, posteriormente la situación del autoempleo en el Perú, finalmente, las políticas y planes de desarrollo que mejoran las condiciones de empleabilidad y promueven la disminución del autoempleo.

2.2.1. Panorama general

En la región de Latinoamérica, el autoempleo y el trabajo doméstico, hasta el 2012, estuvieron compuestos principalmente por mujeres. Hasta el año 2008, tres de cada cuatro mujeres dentro del autoempleo no contaba con un programa de pensiones. Lo que denota una mayor desprotección de la mujer en su incorporación al mercado laboral en relación a sus pares los hombres (Blofield & Martínez, 2014).

Para las mujeres, el autoempleo se convierte en un problema mayor en situaciones donde es cabeza de familia y existe dependencia de menores de edad. Si bien en algunos países de Latinoamérica el gobierno implementó algunas medidas tales como, la disposición de cunas y guarderías, las políticas no son suficientes en términos de capacidad de apoyo y contribución del Estado, más aún cuando se ejecutan de manera temporal (Blofield & Martínez, 2014).

En contraste, Sole, Parella y Alarcón (2009) presentaron una perspectiva diferente acerca del autoempleo en mujeres ejercido en España. Para los autores, el autoempleo está relacionado con la capacidad de la persona de emprender un negocio. Los motivos obedecen principalmente a la búsqueda de una autonomía económica, las restricciones de crecimiento en el trabajo dependiente o el hecho que las personas con niveles educativos altos no se conforman con las posiciones ofrecidas en el mercado laboral. Si bien los autores centraron su análisis sobre la base de la inmigración constante, el autoempleo alcanza niveles diferenciados y superiores en relación al logrado en Latinoamérica. Es así que, los emprendimientos basados en el autoempleo, logran avances significativos en la formación de una red compuesta por personas de sus mismas costumbres y etnias, generando una sostenibilidad económica.

2.2.2. Factores sociales y económicos

El autoempleo en las mujeres se presenta como una alternativa a las difíciles condiciones laborales que atraviesan. Las tasas de empleo en las mujeres presentan una realidad que las deja en desventaja frente a sus pares los hombres. En primer lugar, existe una baja empleabilidad de las féminas en el mercado laboral sobre todo en el sector formal. El problema, aún más complicado, se presenta cuando las pocas mujeres empleadas se ubican en condiciones económicas inferiores y una ocupación laboral rezagada (Di Laura, 2012). Dada la situación laboral, la probabilidad que las mujeres ejerzan el autoempleo y específicamente en el ámbito informal se hace cada vez mayor. Los contactos, conexiones y el deseo de supervivencia, sobre todo en mujeres con altos niveles de desprotección, hacen propicia la incursión en el autoempleo como una medida necesaria (Di Laura, 2012).

Dentro de los aspectos sociales que propician el autoempleo en las mujeres, se presenta los casos de madres solteras y adolescentes. En el año 2008 existían 487 mil casos a nivel nacional (7%), de los cuales, el 40% se ubican en Lima Metropolitana. Asimismo, las actividades informales invisibles, como el cuidado de los miembros de la familia y su atención restan oportunidades de crecimiento. Estas situaciones marcan las diferencias entre los hombres y mujeres (MINTRA, 2009b).

Otro fenómeno social incluido en el contexto femenino, lo constituye el nivel educativo de las casi 10 millones de mujeres en edad de trabajar, hasta el año 2008 el 10.8% no contaba con educación, mientras que el 67.1% había seguido estudios secundarios o menores. Estas condiciones contribuyen a la desventaja de las mujeres frente a una demanda de profesionales con niveles educativos que garanticen una mayor productividad para las empresas. Por lo tanto, recurren al autoempleo informal dada la facilidad y las menores exigencias (MINTRA, 2009b, 2012).

En situaciones de crisis económica y la necesidad de cubrir los requerimientos básicos de la familia, el autoempleo se presenta como una alternativa imposible de evadir. Más aún cuando la vulnerabilidad de las personas con menos recursos se pone en manifiesto. La vulnerabilidad en el empleo es un riesgo latente de ocurrencia, la cual debe ser protegida mediante mecanismos de acceso a servicios públicos o privados que permitan preservar el acceso a un bienestar básico dentro de en una economía moderna (Garavito, 2010).

La protección social en momentos donde el empleo es escaso o simplemente imposible de iniciar, se convierte en un elemento que marca la diferencia entre el éxito o fracaso de la familia. Es así que, en países desarrollados existen sistemas de protección de desempleo que garantizan niveles de subsistencia mínimos, sin embargo, en países en vías de desarrollo como el Perú, dichos pisos no existen o son insuficientes, generando una pérdida de bienestar y recurriendo a medidas extremas como el autoempleo informal finalmente (Garavito, 2010).

2.2.3. El autoempleo en el Perú

Tal como se presenta en la Figura 7, el autoempleo en el Perú en comparación con los países de la región de América Latina ocupa la posición cuarta en relación al total de empleo generado por el país. Sin embargo, ocupa la segunda posición en el autoempleo ejercido por las mujeres, lo cual denota las diferencias que existe en la generación de empleo para las damas.

El autoempleo en el Perú o llamado trabajo independiente, tal como se presenta en la Tabla 3, al año 2008 representaba el 36% de la población económicamente activa, la cual ascendía a 14 millones aproximadamente, de estos, el 35% son trabajadores no capacitados. Cifras que han crecido respecto al año 2004 en términos de PEA y porcentaje de trabajadores autoempleados (MINTRA, 2012).

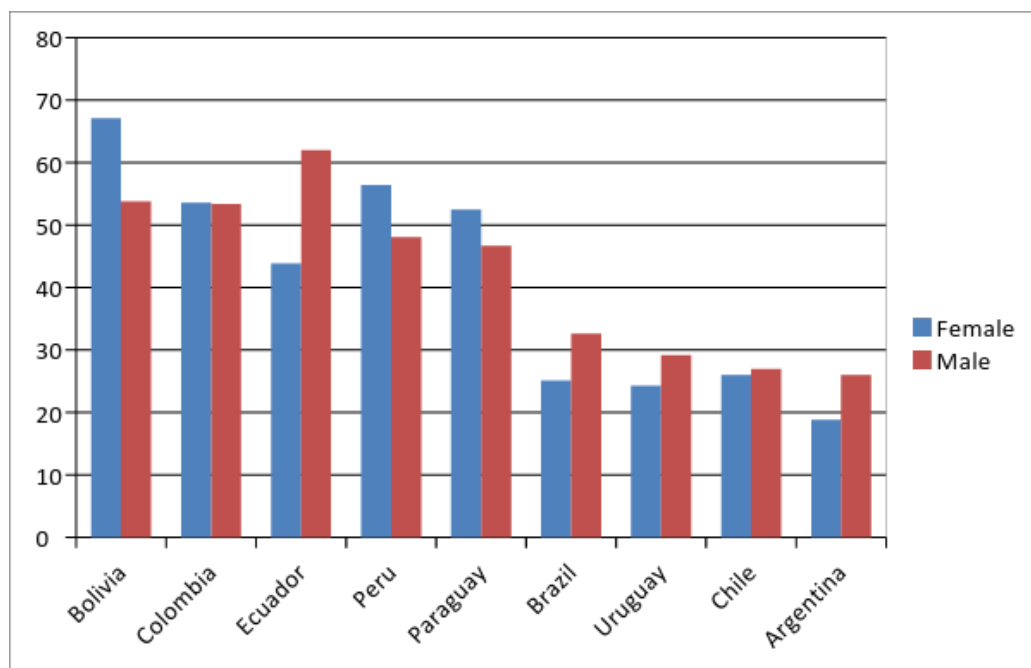


Figura 7. Tasa Autoempleados desagregado por país

Tomado de “Key Indicators of the Labour Market [KILM, 8a ed.]” por Organización Internacional del Trabajo, 2014. Recuperado de http://www.ilo.org/empelm/what/WCMS_114240/lang--en/index.htm

Si bien se advierte sobre la poca oportunidad de un trabajo formal y correctamente remunerado para las mujeres, la brecha es más amplia cuando se estudia a las mujeres indígenas. Es así que, la población indígena en el Perú concentra el mayor porcentaje de trabajo autoempleado, más aún cuando se refiere al no remunerado. Es ante esta falta de oportunidades de las mujeres indígenas, que migran hacia la ciudad capital con el fin de construir oportunidades que les permita un desarrollo económico (MINTRA, 2012).

En el año 2008 el autoempleo en las mujeres de Lima Metropolitana era ejercido mayoritariamente por los jefes de hogar. Asimismo, la mayoría, casi el 40%, se desarrolla como autoempleada en labores de baja calificación o como trabajadoras del hogar (MINTRA, 2012). Por último, es importante resaltar que en el año 2007, un poco más del 30% la población femenina nacional se concentra en la región Lima, lo que denota los niveles de concentración debido a la falta de generación de empleo en las regiones de origen (MINTRA, 2009b).

Tabla 3

Perú: Distribución de la PEA Ocupada por Ámbito Geográfico y Estructura de Mercado, 2004 Y 2008

Estructura de Mercado	2004			2008		
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total
Indicadores						
Tasa de participación	66.9	82.1	71.7	70	81.8	73.7
Tasa de ocupación	92.7	99.2	95	94	99.1	95.8
Tasa de desempleo	7.3	0.8	5.0	6.0	0.9	4.2
Estructura de mercado (PEA ocupada = 100)						
Sector público	9.8	3.0	7.2	10.2	3.5	7.8
Sector privado 1/	41.9	19.1	33.4	44.8	21.8	36.5
De 2 a 9	22.2	14.1	19.1	22.1	16	19.9
De 10 a 49	8.8	3.4	6.8	9.4	3.8	7.4
De 50 a más	10.9	1.6	7.4	13.3	2	9.2
Independiente	32.9	40.7	35.8	33.1	43.2	36.7
Profesional, técnico o afín	2.2	0.2	1.4	1.9	0.1	1.3
No profesional, no técnico	30.7	40.5	34.4	31.1	43.1	35.5
T.F.N.R. 2/	9.5	35.6	19.3	6.4	29.7	14.8
Resto 3/	6.0	1.6	4.3	5.6	1.8	4.2
Total relativo	100	100	100	100	100	100
PEA ocupada /4	8,269	4,962	13,232	9,481	5,372	14,853

Nota: Tomado de “Bases INEI actualizadas al 27 de mayo de 2009” por Elaboración: MTPE - Programa de Estadísticas y Estudios Laborales (PEEL), 2008, *Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza, continua 2004 – 2008*.

1/ Se incluye a los empleadores.

2/ Trabajador familiar no remunerado.

3/ Incluye en su mayoría trabajadores del hogar, practicantes, otros.

4/ Expresado en miles

2.2.4. Desarrollo, empleabilidad y políticas públicas

En la actualidad la empleabilidad de una persona se define como la capacidad de agregar valor y desarrollar competencias que permitan contribuir al crecimiento del cliente quien recibe los servicios. Llegar a este punto de aporte de valor agregado, requiere acumular experiencias técnicas, emocionales y de empleabilidad con el fin de convertirse en una persona competitiva. Es en este contexto donde las mujeres en clara desventaja, recurren a una transición con el fin de convertirse en presidentes de su propia empresa (Temple, 2010). Así, en el caso de las mujeres, ante la adversidad de colocarse en el mercado laboral formal

de manera dependiente, generan una transición hacia la creación de una actividad independiente que les permita construir oportunidades.

Loret de Mola (2005) explicó sobre el cambiante entorno en el que los seres humanos se desarrollan. El entorno cambia a una velocidad desmedida, mientras que las personas no lo hacen en el mismo ritmo requerido. Dentro de los cambios más resaltantes se encuentran el laboral o las condiciones de empleabilidad. Donde, en corto tiempo la tecnología evolucionó rápidamente en un contexto sin precedentes, la exposición de las empresas globales se hizo más visible, y las personas se convirtieron en multiculturales y más competitivas.

Eventos que no llegaron en la misma intensidad para todos, donde las empresas requieren que las personas constantemente se eduquen, entrenen y capaciten con el fin de ser admitidas (Loret de Mola, 2005). Por lo tanto, en este escenario de evolución laboral rápida, las mujeres con una mayor responsabilidad familiar y desventaja de un soporte económico, se ven obligadas a emprender iniciativas de autoempleo con escasos beneficios.

Ante el cambio, el Estado peruano ha implementado políticas públicas que promueven la igualdad de género y se han convertido en una prioridad para su administración. El gobierno reconoce que dentro de la desigualdad, las mujeres presentan mayores niveles de inequidad. Algunas cifras así la demuestran, por ejemplo 0% como presidentas regionales; 14% de mujeres entre 15 y 19 años son madres o se encuentran embarazadas; cifras que, en el área rural aumenta a 20% y en la selva a 24% (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables [MIMP], 2014).

Con el fin de minimizar la desigualdad, el estado peruano desde el año 2007 publicó la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres. Asimismo, puso en marcha el Plan Nacional de Igualdad de Género 2012 – 2017 con el fin de “Promover y fortalecer la transversalización del enfoque de género en los tres niveles de gobierno” (p. 6). La cual, entre

uno de sus principales objetivos es cerrar la brecha de empleabilidad e ingresos existente, de esa forma mitigar el autoempleo informal ejercido por las mujeres (MIMP, 2014).

Si las condiciones del autoempleo remunerado adecuadamente y con las condiciones que permitan gozar de los beneficios como un trabajo dependiente formal es complejo en la actualidad, en el futuro las condiciones serán distintas y de mayor competitividad. Es así que para el año 2030 la UK Commission for Employment and Skills (2014) proyectó que el autoempleo estará orientado al manejo de proyectos basado en contratos en el segmento creativo, digital, la salud y cuidado social. En cuanto a las competencias claves para el futuro, los factores como pensamiento crítico, adaptativo y computacional, el diseño e innovación, la colaboración virtual, entre otros, son los que marcarán la diferencia entre las personas con requerimientos de empleabilidad. En este escenario, las mujeres se enfrentan a una realidad que, de no tomar acciones, las carencias de empleabilidad será más crítica en el futuro. Si bien la población económicamente activa (PEA) en las mujeres pasó de 30% en el año 2013 a 40% para el 2015, sigue siendo un reto para el gobierno la generación de políticas que promuevan el desarrollo de las mujeres con mayor rapidez, caso contrario, estarán destinadas a seguir, incluso incrementar, las carencias y necesidades (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2015).

2.3. Comercio Ambulatorio

2.3.1. Definiciones

Muchos autores definen el comercio ambulatorio, como una actividad económica que se desarrolla de manera ilegal, es decir, sin pagar ningún tipo de impuestos. Mientras que para Veleda (2003), el comercio informal ocurre cuando una persona vende mercaderías de contrabando, sin pagar ningún tipo de impuestos ni alquiler del sitio que ocupa, por lo tanto, no aporta al PBI de un país. El comercio informal generalmente compite con el comercio

formal con precios bajos, ya que no pagan impuestos, no respetan las normas legales y está orientado para las clases sociales más bajas.

Sin embargo, Valerin y Chinchilla (2012) describieron que el comercio ambulatorio consiste en exponer productos como golosinas o similares en la vía pública, puesta sobre una bolsa plástica o manta grande para guardarlos rápidamente, evitando que los productos sean expropiados por los agentes municipales. Esta estrategia es utilizada casi de manera general, ya que permite pasar desapercibido ante las autoridades. Asimismo, esta actividad permite tener la posibilidad de combinar las tareas del hogar y el cuidado de los hijos.

2.3.2. Antecedentes del comercio ambulatorio

Cauti (1987) señaló que el comercio ambulatorio en el Perú, se inicia con la invasión española en el año 1,532, como consecuencia de la lucha entre la corona y los indios por la renta de la tierra, la mano de obra indígena y la existencia de dos políticas distintas. Pero sin lugar a duda, los primeros años de la expansión sirvieron para el reordenamiento económico, político y social, después el comercio se convierte en una actividad muy lucrativa.

Por otro lado, De Soto (2009) consideró que

El comercio informal se inició cuando las personas empezaron a invadir las calles ya que era vía pública, así mismo, no era necesario tener licencias, ni pagar impuestos, inclusive en algunos casos, el Estado favoreció con un régimen de excepción legal.

(p.87)

En el censo realizado por el INEI (2014c) se determinó que el comercio informal estaba centrado en los distritos de Cercado de Lima, La Victoria y San Martín de Porres, mientras que, los distritos de menor concentración del comercio informal fueron La Molina, San Isidro y San Borja. En el comercio informal existen dos modalidades: Comercio ambulatorio y los mercados informales.

De Soto (2009) describió al ambulante como el comerciante que deambula por la ciudad tratando de vender sus bienes y servicios a las personas que encuentren en su camino. No cuentan con grandes cantidades de inventario, ya que no poseen un lugar fijo donde pueda guardar y exponer sus productos. Los ingresos dependen de su habilidad con la que se desplazan en busca de sus clientes. No están organizados, actúan de manera individual, tampoco poseen mayor capital, no cuentan con línea de créditos de sus proveedores y sólo compran al contado.

Dentro de esta modalidad también se consideran a los comerciantes que dejaron de deambular por las calles y expenden su mercadería desde un lugar fijo pero en la vía pública. Asimismo en esta etapa, el comerciante ya evalúa ciertos aspectos, como el número de clientes potenciales en la zona, el nivel ingreso que genera diariamente, la oposición que pueda encontrar por parte de los vecinos de la zona, del resultado de la evaluación, decidirá quedarse o cambiar de lugar de ubicación (De Soto, 2009).

La segunda modalidad son los mercados informales, donde los comerciantes desarrollan actividades desde mercados construidos informalmente, tratando de dejar la vía pública dado sus limitaciones y obstáculos como la inseguridad que existe en la zona, la incapacidad de realizar inversiones a largo plazo, falta de capacidad para diversificar los bienes y servicios ofrecidos, generando baja productividad, sin instalaciones adecuadas para probar los productos, y mucho menos están en la capacidad de proporcionar información especializada a los clientes. Asimismo, enfrentan problemas por la falta de almacenes acondicionados y sistemas de seguridad.

2.3.3. Evolución del comercio ambulatorio.

Para Castellanos (2003) desde 1950 hasta 1990 la población de América Latina tuvo un crecimiento significativo de 170% (de 159 a 430 millones), este incremento de la población, se debió a la industrialización en la región y la migración de los indios hacia la

capital. En el caso de Lima, el crecimiento prácticamente sobrepasó la capacidad del estado para reglamentar y planificar el crecimiento y el desarrollo de la ciudad. Hacia los finales de los años ochenta “Lima fue el blanco principal del terrorismo cuando Sendero Luminoso declaró que había logrado equilibrio estratégico y se trasladó el centro de la guerra del campo a la ciudad” (Castellanos, 2003, p. 4). Todas estas situaciones contribuyeron al crecimiento del comercio ambulatorio en Lima Metropolitana.

Asimismo, se debe mencionar que durante los años ochenta, la economía peruana no presentó crecimiento económico, ya que el modelo desarrollado en aquel entonces optó por la sustitución de las importaciones, el cual generó el deterioro de la infraestructura básica económica y social, conjuntamente con la violencia política y la hiper inflación, por eso se dice que el crecimiento del comercio ambulatorio depende del desarrollo económico de cada país (Castellanos, 2003).

Entre los años de 1990 y 2000, en el Perú se aplica una política económica neoliberal donde los primeros años se produce una hiper inflación, la privatización de las empresas públicas, los despidos masivos, todas estas situaciones contribuyeron a que el comercio ambulatorio, crezca de manera importante. Por otro lado, se debe mencionar que la falta de credibilidad en el gobierno y la violación de los derechos humanos, generaron una disminución en las inversiones y como consecuencia una disminución en el crecimiento de la economía, es decir, el mercado laboral se contrae en forma negativa (Castellanos, 2003).

2.3.4. Formas de desarrollar el comercio ambulatorio.

Según la ordenanza municipal N°1787 (2014) el comercio ambulatorio se definió como una actividad temporal que se desarrolla en áreas públicas empadronadas, cuyo capital no supera las dos unidades impositivas tributarias (UIT), y a su vez carecen de vínculo laboral con sus proveedores y que es la única fuente de ingreso.

Comercio ambulatorio regulado, se refiere a aquella persona natural que se encuentra debidamente empadronada en el registro vigente y cuenta con la autorización para desarrollar una actividad comercial en el giro que le corresponde en una determinada ubicación, mientras que el comercio ambulatorio no regulado, son aquellos no inscritos en el registro vigente y son personas que desarrollan actividades comerciales de manera itineraria, vale decir vende sus productos caminando por los espacios públicos, no tiene la autorización para ejercer una actividad comercial en un lugar fijo.

En cuanto al tiempo dedicado al trabajo como ambulante, Fuentes, Zamudio, Soto y Mendoza (2012) señalaron que el comercio en la calle en países como la India y México, puede adaptarse desde tiempo completo hasta tiempo parcial, inclusive pueden combinarse con el empleo formal, sin embargo en el Perú el comercio ambulatorio se ha convertido en una ocupación a tiempo completo. Asimismo, consideran que el nivel de ingreso que perciben los vendedores callejeros, tiene una relación directa con las horas trabajadas, es decir, a mayor horas trabajadas obtendrán mayores ingresos.

2.3.5. Características del comercio ambulatorio.

Según Aliaga (2002) el comercio ambulatorio presentó el siguiente perfil: (a) inestabilidad y precariedad en el que desarrollo de las actividades, (b) los riesgos son sumamente costosos, (c) es una actividad de subsistencia, (d) se desarrollan con un capital social muy particular, (e) tiene un perfil de racionalidad más expresiva que instrumental, (f) desarrolla sus actividades en la periferia barrial y ofrece bienes y servicios de baja calidad, (g) son personas que viven cerca al negocio, (h) tienen baja capacidad adquisitiva, (i) pocas ganancias y baja inversión, y (j) sus proveedores y clientes son sus vecinos y paisanos.

Aliaga (2002) refirió que el casero es una manera particular de asumir una relación comercial donde predomina el vínculo de amistad y confianza, con el cual se logra fidelizar a los clientes antes mencionados, ya que ellos cuentan con sentimiento familiar. Estos vínculos

están sustentados en relaciones de solidaridad, es decir, que es una relación de intercambio condicionado por el mantenimiento de un grupo social.

Para Teja y López (2013) el comercio en la vía pública son identificados como miembros del sector informal, donde funciona con bajo nivel de organización, capital reducido, mano de obra y tecnología poco calificada, los activos del negocio algunas veces pertenecen a los propietarios y pueden ser utilizados de manera indistinta por su empresa o para el hogar, no cuentan con garantías formales para hacer transacciones o contraer deudas sólo podrá obtener deudas a nombre propio.

2.3.6. Factores que influyen el crecimiento del comercio ambulatorio.

Un factor importante para tener en cuenta sobre el crecimiento del comercio ambulatorio es el que menciona Mungaray (1995), el autor señaló que el comercio organizado ya no es suficientemente atractivo, esto debido a que, en la actualidad el consumidor requiere una mayor libertad para tomar una decisión de compra, así mismo manifiesta que el comercio ambulatorio prospera porque existen compradores.

Para Ochoa (1999) los motivos por el cual nació el comercio informal se debieron al mayor crecimiento de la población en relación al crecimiento de la economía, la complejidad de la legislación fiscal y los altos costos que la formalización deriva. Sin embargo, el comercio ambulatorio desarrolla sus actividades de manera sencilla, lo único que tiene que hacer, es posesionarse de un pedazo de terreno en la vía pública, sin tener que rendir cuenta a nadie. Mientras que para Cauti (1987) las causas del crecimiento del comercio ambulatorio se debieron a: (a) al crecimiento demográfico, (b) la presencia de las nuevas enfermedades epidémicas, (c) la reducción de los comercios formales, (d) la evangelización y (e) los trámites burocráticos para apertura del negocio formal.

Otra de las causas del crecimiento del comercio informal en el Perú, se deben básicamente a: (a) una economía excesivamente reglamentada por ejemplo, para obtener la

licencia de funcionamiento existe mucha burocracia y los costos son altos; (b) la asignación de recursos deficientes conlleva a una pérdida por lo menos parcial con respecto a lo que ofrece la legalidad; (c) el bajo crecimiento de la economía del país genera que el mercado laboral se contraiga, es decir genera un desempleo en el mercado formal, si por el contrario el proceso de formalización mejorara el marco legal, la calidad y disponibilidad de los servicios públicos, motivaría al comerciante a formalizarse; y (d) se tiene el crecimiento excesivo de la población debido a la migración indígena hacia la capital y el mismo crecimiento de la población (Norman, 2013).

Valadez y Martínez (2013) consideraron como otro de los motivos por el cual existe la informalidad, es que las vacantes disponibles en el sector formal no cubren las expectativas de los trabajadores, por otro lado, los costos de acceso y la permanencia en la formalidad son demasiados altos tanto en tiempo como en dinero, mientras que trabajar de manera ambulatorio no genera costo adicional, al contrario le genera mayores márgenes de ganancia.

Las características del comercio ambulatorio, según describieron Valadez y Martínez (2013) son: (a) la facilidad de acceso al comercio informal, (b) los comerciantes tienen bajo nivel de educación, (c) perciben niveles de ingresos menores en comparación al sector formal y sus oportunidades de desarrollo son limitados, y (d) trabajan los familiares sin sueldo. Asimismo, describe el perfil del trabajador en el comercio ambulatorio, como trabajadores que tienen menos experiencia y bajos niveles en educación.

Para Fuentes et al. (2012) y Ochoa (2013) el motivo por el cual las mujeres ingresan al comercio ambulatorio es porque existe: (a) escasa oportunidad de trabajo en el mercado laboral, (b) bajo nivel de educación; (b) poca o ninguna experiencia; (c) mala gestión de la política del gobierno; (d) flexibilidad en el horario de trabajo, el cual permite desarrollar tanto las actividades domésticas y comerciales; (e) cercanía entre el negocio, el hogar y proveedores; y (h) percibir mayores ingresos.

Ochoa (2013), consideraba que el factor que hace atractivo el comercio ambulante, es la edad, pues las personas mayores tienden a ser objeto de exclusión, dado que, por lo general las empresas integran más a su organización, a personas con cierto rango de edad.

Para Fuentes et al. (2012) es la tradición familiar debido a que estos comerciantes son provenientes de estas familias con amplia experiencia y capacitación necesaria para el negocio, por ello es importante la influencia de los miembros de la familia para el inicio del negocio, ya sea proporcionando recursos económicos o brindando consejos. Por otro lado, consideraba que los vendedores ambulantes se ven atraídos por mayores ingresos, a diferencia del salario proveniente del sector formal, a su vez desean tener una independencia económica por su posición en la sociedad.

Los factores que limitan el buen desarrollo del comercio ambulatorio según León (2012) son: (a) uso intensivo de mano de obra no calificada, (b) uso de tecnología obsoleto, (c) cuenta con un escaso capital social, (d) el negocio se encuentra registrado a título personal, (e) las unidades que producen por lo general lo hacen en el límite de su capacidad instalada, (f) no utilizan economías de escala, y (g) no cuentan con acceso a créditos financieros.

2.3.7. Perfil de la mujer ambulante

Para Roever y Aliaga (2010) el liderazgo en el comercio informal está dominado ampliamente por los hombres, sin embargo, según la encuesta realizada por el INEI (2014c), la participación de las mujeres en el comercio informal es mayor que los hombres, esto se debe por varias razones, la dificultad para encontrar una adecuada guardería infantil para sus hijos, cuando estos son todavía muy pequeños para asistir al colegio, la falta de acceso a centros de cuidado infantil, flexibilidad en el horario, disponibilidad de liquidez de manera diaria.

Según el estudio realizado por Castellanos (2014) en Lima Metropolitana la participación de la mujer en el comercio ambulatorio representa el 69% del total de los trabajadores del sector informal, mientras que el 31% representa a los hombres, (ver Tabla 4). Con respecto al rango de edad, las mujeres son las que tiene mayor participación entre los 46 a 55 años de edad, mientras que en los hombres, se concentra a partir de los 55 años de edad.

Tabla 4

Vendedores Ambulantes Según Rango de Edad y Género

Edad	Hombres		Mujeres	
	Muestra	ENAH0	Muestra	ENAH0
25 a menos	0	9	3	10
26-35	4	19	13	28
36-45	28	24	23	20
46-55	26	20	37	23
Más de 55	41	27	24	18

Nota: Tomado de “Estudio de monitoreo de la economía informal: Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú,” T. Castellanos, 2014, *Machester*, R.U.: Wiego.

Otra de las características en la que representan una amplia diferencia es, el nivel educativo según el sexo, el 43% de las mujeres tienen educación primaria completa y 20% en los hombres, sin embargo, en educación secundaria completa el 58% de los hombres han logrado alcanzar y en la enseñanza superior sólo el 21% (Tabla 5).

Fuentes et al. (2012) expusieron que las mujeres ambulantes en la mayoría de los casos provienen del hogar o del servicio doméstico con la finalidad de apoyar al ingreso de la familia, o en todo caso en la necesidad de tomar el papel de cabeza de familia, esto ocurre cuando las mujeres casadas o convivientes no reciben apoyo económico de sus parejas, son migrantes que han venido del campo a la ciudad en busca de mejores oportunidades económicas, les gusta viajar frecuentemente a los lugares de origen y generan activos tangibles e intangibles.

Tabla 5

Vendedores Ambulantes Según Rango de Educación y Género

Nivel de Educación	Hombres %	Mujeres %	Total %
Ninguna	0	5.77	4.00
Primaria no completa	4.35	19.23	14.67
Primaria completa	15.22	18.27	17.33
Secundaria no completa	21.74	11.54	14.67
Secundaria completa	36.96	34.62	35.33
Al menos alguna enseñanza superior	6.52	5.77	6.00
Enseñanza superior completa	15.22	4.81	8.00
Total %	100.00	100.00	100.00
<i>n</i>	46	104	150

Nota: Tomado de “Estudio de monitoreo de la economía informal: Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú,” T. Castellanos, 2014, *Machester*, R.U.: Wiego.

Para Bernardino y Andrade (2014), la salud de la mujer ambulante se encuentra en situación vulnerable, ya que en muchos casos mantienen la casa sin dejar de cuidar a los hijos, marido y quehaceres domésticos, generando una sobrecarga de su estado físico y mental. Adicionalmente por la exposición a ambientes inadecuados, situaciones peligrosas y la falta de acceso al servicio de salud, son personas con desventaja social.

2.4. Emprendimiento

El emprendimiento en los últimos años ha logrado un protagonismo importante debido a la gran demanda de nuevos productos e innovaciones, de la misma forma en la actualidad existe más interés por la empleabilidad ya que es un generador de ingresos, esta opción hace que haya mayor esfuerzo por emprender nuevos negocios. La actividad emprendedora tiende a desarrollar nuevas capacidades el cual permita lograr competitividad en el ámbito nacional e internacional.

En la revisión de la información y teorías sobre el emprendimiento se identificó diversos conceptos y teorías sobre emprendimiento en sus inicios y en la actualidad. Asimismo, se explica la relación existente entre el género femenino y el emprendimiento en el Perú actual, además se explica el tipo de formalidad que genera el emprendimiento femenino peruano. Finalmente, se mostrará la participación que tiene la mujer emprendedora en el crecimiento de la economía peruana.

2.4.1. Panorama general

En un contexto global los procesos económicos, sociales, culturales, ambientales y político, las mujeres han destacado en las actividades públicas y privadas. En todo el mundo las mujeres son cada vez más visibles dado que tienen una gran participación laboral, además de la superación en sus estudios que ha conllevado a que la brecha entre los varones y mujeres disminuya. En las últimas décadas se ha mantenido una desigualdad, así como existen oposiciones significativas en relación al género tal como ocurre en los países donde se encuentran sectores dominados por los varones y otros dominados por las mujeres, según los estudios realizados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Heller, 2010).

Para Latin Trade (2014) los emprendimientos en América Latina tuvieron un enfoque transformacional en la manera cómo se desarrolla, haciendo que las actividades ya no sean de subsistencia sino productivas, también argumenta que hay dos tipos de emprendedores, unos logran un alto rendimiento incluso sus procesos y conocimientos profesionales, otros son los emprendedores de subsistencia quienes tienen ingresos inferiores y son menos estables, por lo tanto, en América Latina, emprender es una actividad que se ve forzado a hacer por falta de oportunidad para obtener una remuneración y buena calidad de vida.

En la entrevista realizada a Bronny Loayza, declaró que el emprendedor en el Perú se ha desarrollado por la necesidad de subsistencia, gracias a este escenario ha podido crear su

propio negocio o empresa ya que al no contar con dinero propio se ve en la necesidad de ingeniarse la manera de cómo solventar su iniciativa, más aun debido a que el estado peruano no brinda incentivos para que el emprendedor peruano pueda desarrollarse, dado que no crea políticas públicas que permitan mejorar los emprendimientos (Bardales, 2015).

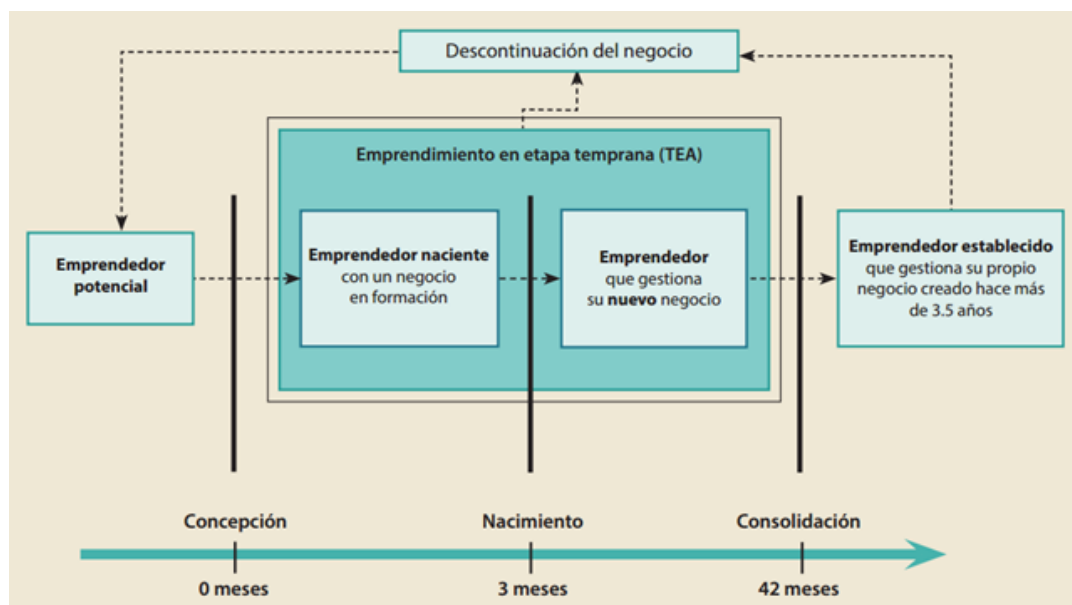


Figura 8. Proceso de emprendedor
Tomado de “Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2013” por J. Serida, K.J., Nakamatsu, A.K., O.A. Borda, & Morales, O. (2015). Lima: Universidad ESAN, p.80.

Serida, Nakamatsu, Borda, y Morales (2015) enfatizaron que la actividad de emprendimiento en el Perú es un proceso continuo, en la Figura 8 se muestran las etapas donde el emprendedor potencial inicia un proceso en una actividad económica, posteriormente el emprendedor naciente cuenta con pocos meses en el negocio, luego el emprendedor se encarga de administrar el negocio iniciado, finalmente se tiene a los emprendedores ya consolidados, quienes ya tienen estabilidad en el mercado y conocen la manera de gestionar el negocio. Estas cuatro etapas del proceso duran entre 42 meses y 3.5 años. Por otro lado, se debe tomar en consideración a los emprendedores que discontinúan la iniciativa.

2.4.2. Desarrollo de fundamentos sobre el emprendimiento

El concepto de emprendimiento fue introducido por el francés Richard Cantillón con el término *entrepreneur*, el cual significa iniciar algo o que se encuentra preparado para tomar decisiones (Verin, 1982). Analizando la procedencia del término, se encontró que emprendimiento tiene como finalidad comprender las cualidades que hacen que el inicio y crecimiento de un emprendimiento sea efectivo. El emprendimiento cuenta con directrices para que su ejecución se apoye en herramientas que contribuyan al desarrollo de un modelo exitoso.

Según Ramírez (2009) el emprendimiento es interpretado como una actividad especial, en cierta manera fácil pero a su vez duro, donde los negociantes van aprendiendo rápidamente con la finalidad de satisfacer sus necesidades económicas y sociales.

Asencio y Vásquez (2009) establecieron que el emprendedor es aquel que identifica las oportunidades, es el primero en plantear las nuevas ideas para luego ejecutarlas sin tomar en cuenta el riesgo al que se enfrenta. Los autores también manifestaron que el espíritu de un emprendedor tiene mucha relación con la creación y ejecución, con ello comprobamos que los hombres que tienen esta habilidad son capaces de innovar, por lo tanto en el Perú las mujeres que poseen un espíritu emprendedor tienen la esperanza de iniciar nuevas iniciativas o poner en práctica nuevas ideas para producir.

El espíritu emprendedor según estudios realizados por Asencio y Vásquez (2009) presenta 3 tipos de emprendedores, el personal, el social y el reticular. El emprendedor personal es aquel que se inicia por influencia de su familia, así como, por la educación. El emprendedor social es aquel que tiene convivencia con personas en un mismo ambiente todos los días, dado su realidad social y necesidades económicas nace el emprendedor social. Finalmente el emprendedor reticular es aquel que proporciona información con la intención de reducir tiempos y costos en los recursos requeridos. Se considera que las mujeres peruanas

tienen un rasgo de emprendedor social. En la Figura 9 se muestran los tipos de emprendedores.

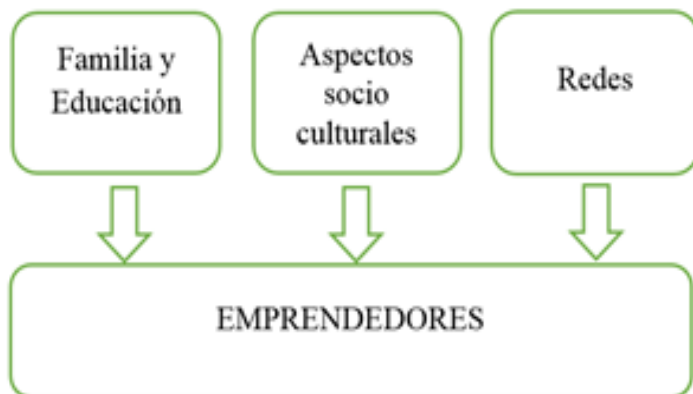


Figura 9. El Espíritu Emprendedor

Adaptado de “Empresa e Iniciativa Emprendedora” por E. Asencio, B. Vázquez, 2009, (1ª ed.). España, Madrid.: Ediciones Nobel, S.A.

El pensamiento del emprendedor trae una idea nueva el cual permite desarrollar un pensamiento que esté preparado para transformar necesidades en oportunidades. Otra cualidad necesaria para un emprendimiento es el auto conocimiento, que es la combinación del pensamiento y sentimiento, los cuales determinan la manera de hacer y operar de las cosas. Para que el emprendedor pueda ser libre y precursor es necesario que la persona conozca donde se va a desarrollar (Hilarión, 2013).

El análisis que realizó el Banco Interamericano de Desarrollo [BID] (2006) sobre el emprendimiento social se basa en crear valor para mejorar la sociedad, los factores que la integran son la empresa privada, organización estatal y la sociedad civil, conjuntamente logran el propósito primordial de desarrollar y mejorar los procesos para la sociedad. En la integración las compañías privadas contribuyen con el bienestar social abasteciendo con bienes y servicios necesarios para los compradores, el sector público es el encargado de generar empleo y el manejo de la recaudación de impuestos para solventar los servicios públicos; finalmente, los beneficios generados a la población es una acción resultante del

esfuerzo de las empresas privadas, contribuyendo a la creación de valor social y mejorar la relación con el gobierno de turno.

Gómez (2013) manifestó que el emprendimiento contribuye a que la economía se torne en un escenario favorable para las empresas y haciéndola más dinámica con el propósito de ofrecer productos y servicios que den solución a las necesidades de la población. En este sentido el emprendimiento es fundamental para impulsar el crecimiento económico.

2.4.3. Perfiles de mujeres emprendedoras

Marshall (1995) manifestó que las mujeres emprendedoras inician una actividad con la esperanza de dar a conocer sus ideas innovadoras y aperturar nuevos mercados el cual les genere mayores ingresos. Agrego que con frecuencia los profesionales cuentan con varias alternativas que les permite contar con mayor flexibilidad en su entorno familiar y laboral, logrando ganar mayor libertad al constituir un negocio propio dejando el sector dependiente, si esto llegará a las mujeres les brindaría nuevas oportunidades, hasta inclusive de ser ellas mismas su propia jefa.

Rodríguez y Méndez (2015) manifestaron que existen emprendedores que nacen debido a las oportunidades indentificadas en la economía informal, y otros emprendedores que nacen por interés, es decir persiguen las oportunidades entre lo ilegal y lo legítimo, y sacan provecho de ellas. Las personas dedicadas a estas actividades se benefician de la incapacidad e imperfecciones de las aplicaciones de las leyes, con finalidad de lucrar y obtener mejores ingresos. Por lo tanto, existe una gran brecha entre la informalidad y las leyes generando un comercio ilegal y un emprendimiento subsistente.

Hilarión (2013) planteó que al iniciar una actividad la mujer emprendedora debe conocer con qué recursos cuenta, su pensamiento y sentimiento es conducido por la falta de sustento familiar, empujándola a explorar y vivir nuevas aventuras al comenzar un nuevo negocio. Mantener y sostener a una familia es un problema para los hogares peruanos,

motivándolas a conseguir una oportunidad el cual los ayudará a subsistir en el lugar donde se encuentre. En un emprendimiento es importante que la familia trabaje como equipo, comprometido y enfocado con su objetivo.

Las mujeres emprendedoras se enfocan normalmente en pocos sectores de la actividad económica, generalmente en actividades terciarias como el comercio y los servicios. La particularidad de las mujeres que ejercen actividades en el comercio o servicio, es que evitan realizar trabajos forzosos y que la inversión a ejecutar requiere de poco capital, así mismo, la mayoría de mujeres han demostrado que desarrollar actividades pequeñas de emprendimiento produce ingresos los cuales son destinados a gastos familiares. Las mujeres se inclinan a trabajos de este tipo debido a la facilidad de los trámites de iniciación, además que les permite compartir su labor empresarial y su responsabilidad familiar (Valenzuela, 2005).

2.4.4. Motivos y logros de la mujer ambulante

El MINTRA (2009b) en su informe sobre la mujer en el mercado laboral peruano identificó los motivos del porque inician una actividad independiente y se convierten en la principal fuente de ingresos. Dentro de estos motivos, el 44.6% de las personas lo hacen por necesidad económica, dentro de este conjunto el 63.9% son mujeres. Por otra parte, el 20% de las personas desean generar mayores ingresos, de estos el 60.6% son mujeres. En ambos motivos se concentran más las mujeres que los varones.

2.4.5. Obstáculos para el crecimiento de la mujer peruana

Para el Banco Mundial [BM] y Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento [BIRF] (2010), las mujeres emprendedoras independientes encuentran obstáculos al inicio que no les permite consolidarse en el mercado. Entre el principal obstáculos se encuentra la formación de capacidades, y entre otros, las redes y la asociación comercial, el acceso crediticio, simplificación del sistema tributario, formalización del negocio, entre otros. De acuerdo al BM y BIRF el 74% de las mujeres muestran problemas en la formación de

capacidades, es decir, de cada 4 mujeres entrevistadas, 3 tuvieron dificultades, el 60% restante tuvieron problemas en las redes y asociaciones comerciales, por último, el 57% presenta obstáculos en el acceso al crédito, así como se muestra en la Figura 10.

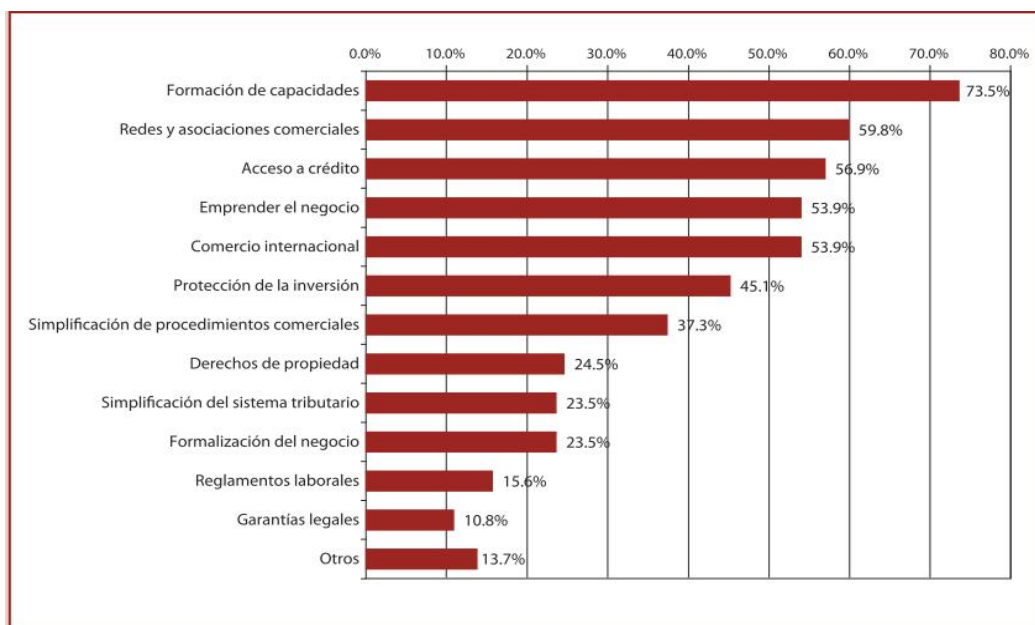


Figura 10. Obstáculo al emprendimiento de la mujer

Tomado de “Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en Latino América y el Caribe,” por de Banco Mundial & Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, 2010. Recuperado de http://siteresources.worldbank.org/INTLA-CREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf

2.4.6. Emprendimiento en el Perú

Serida et al. (2015) destacaron al Perú por su Actividad Empresarial en Etapa Temprana, la cual creció de 23.4 % al 28.8% en el periodo comprendido entre el 2013 al 2014. Asimismo, el Perú es reconocido como uno de los países más emprendedores en América Latina (con un promedio de 17.6 %), superado solo por Ecuador (32.6 %) y destacado como una de las economías con mayor eficiencia impulsada por emprendedores. También, en el año 2014 la tasa de los empresarios estables aumentó a 9.2% de 5.4 % en el 2013. Sin embargo, la tasa de negocios que quiebran aumentó de 4.2 % a 8 % en el mismo período, la cual es la más alta de América Latina.

Por cinco años consecutivos, emprender una actividad tiene tendencia buena ya que el empresario aprovecha las oportunidades, esta tendencia muestra un 58.9 % de las empresas que se encuentran en creación con la finalidad de tener una oportunidad o aumentar sus ingresos. Por otro lado, la iniciativa empresarial basada en necesidades disminuyó a 16.4%. La edad promedio del empresario peruano es de 36.2 años, según informes emitidos por Kelley, Bosma y Amorós (2011).

2.4.7. Situación de la mujer peruana emprendedora

Para el Grupo ACP en el Perú la mujer es más emprendedora que un varón dado que le dedican mayor esmero y sacrificio a las actividades independientes. Es por esta razón que el emprendimiento de las mujeres peruanas presenta las siguientes cualidades estas son: (a) tienen un espíritu emprendedor porque se sienten independientes cuando inician su propio negocio con la finalidad de mejorar como persona y familia; (b) entorno familiar, son luchadoras porque superaron los momentos más difíciles, aprovechando las oportunidades presentadas en el mercado, generando así su propio ingreso; (c) son positivas porque miran con optimismo la situación de la familia y actividades comerciales; (d) son líderes porque conducen al mismo tiempo su negocio y familia, sin descuidar a sus hijos; y (e) son perseverantes porque continúan ante la adversidad y malos resultados, hasta alcanzar lo que se plantearon (Gestion, 2016).

2.5. Conclusiones

El comercio ambulatorio ejercido por las mujeres se ha convertido en la alternativa más accesible ante la desigualdad, falta de oportunidades y la carga familiar que como jefes de hogar deben enfrentar. Más aun, las difíciles condiciones legales, económicas y sociales han contribuido al desarrollo de la actividad en condiciones informales.

Respecto a la igualdad de oportunidades que debe existir entre ambos géneros, la sociedad y el estado son conscientes de la importancia que significa la equidad, es así que, el

gobierno central promueve programas, políticas y leyes, tal como se explicó en la revisión de la literatura, que marcan una hoja de ruta hacia la igualdad. Sin embargo, es imperiosa la necesidad de reconocer que la responsabilidad de la familia debe recaer tanto en el hombre como en la mujer con el fin de encontrar un verdadero balance. El comercio ambulatorio en las mujeres nace por la necesidad de subsistir y mejorar la calidad de vida de su familia, la cual es responsable, sin embargo, la actividad se ve marginada por las mismas autoridades municipales, la cual contradice la búsqueda de la igualdad y mejora de las condiciones de la mujer limeña.

El comercio ambulatorio es desarrollado principalmente por las mujeres independientes debido a que gran parte de las empresas formales e informales tienen horario de trabajo rígido, es decir, que el horario no les ayuda a realizar labores de casa como el cuidado de los hijos. El emprendimiento tiene como objetivo crear valor a la actividad realizada y reta al emprendedor a desarrollar su imaginación y pensamiento innovador para el cumplimiento de sus objetivos.

El emprendimiento en las mujeres peruanas tiende a ganar protagonismo por la necesidad de conseguir ingresos que le permitan sustentar sus gastos familiares, por esta razón buscan incursionar en nuevos negocios. La economía informal está presente en los países en vías de desarrollo y una de sus principales causas es la baja generación de empleo formal por parte de las empresas estatales y privadas. Gracias al empleo informal muchas familias en extrema pobreza pueden subsistir, pero según la OIT no es una solución para erradicar la pobreza. A nivel mundial, la mujer es la que tiene mayor participación en el empleo informal, en cuanto al Perú las estadísticas muestran que del 100% de las mujeres activas laboralmente el 75.7% de ellas se encuentran laborando en la economía informal.

Capítulo 3: Metodología de la Investigación

En el presente capítulo se desarrolla el método que será usado con el fin de relevar la información requerida sobre las mujeres ambulantes, posteriormente, analizar los resultados, concluir y responder las preguntas de investigación planteadas. Para una mejor comprensión el capítulo se ha estructurado en diversos puntos, los cuales se agrupan en tres partes principalmente. Primero, se explica el diseño de investigación y su justificación que detalla el tipo de investigación, enfoque y la metodología usada para llegar a los resultados. Esta sección es un complemento amplio de la naturaleza de la investigación explicada en el Capítulo I.

En el segundo grupo se encuentra la población obtenida a partir de la aplicación de los criterios estudiados; la muestra, la cual es un subconjunto de la población; y, los casos seleccionados y los casos pilotos que permitirán, primero, identificar el grupo de personas candidatas para el trabajo de campo, y segundo, afinar la encuesta que será usada durante las entrevistas. La encuesta, consentimiento informado y los criterios de confidencialidad y privacidad facilitarán la apertura y la confianza de los entrevistados.

Por último, se explican tres aspectos relacionados con los instrumentos usados para verificar la confiabilidad y validez de la encuesta. Primero, el procedimiento de registro, análisis e interpretación de los datos. Luego, el análisis transversal de casos, que estudia las similitudes, diferencias, variantes y otros elementos de los casos estudiados. Finalmente, la validez y la confidencialidad, permitirá explicar sobre la validez del constructo, la validez interna y externa, y la confiabilidad del diseño.

3.1. Diseño de la Investigación

El desarrollo de la presente investigación está relacionado con el estudio de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulatorio en condiciones informales. El estudio será realizado en la ciudad de Lima Metropolitana con el fin de identificar el perfil de la

mujer ambulante entre los años 2003 y 2013. Asimismo, conocer los motivos, obstáculos, estrategias, factores y perspectivas relacionadas con esta actividad.

Dada las características de la investigación, el enfoque que nos permite describir los hechos e interpretarlos es el cualitativo. Este enfoque permite observar el contexto social a partir de la interacción flexible con individuos, grupos o colectividades, obteniendo percepciones, vivencias, mensajes verbales y no verbales, entre otras señales de cada mujer entrevistada. Con los resultados, el enfoque facilita describir, interpretar y finalizar con las conclusiones (Hernández et al., 2010).

En cuanto al diseño de la investigación, la no experimental transeccional o también llamada transversal, del tipo descriptivo es la utilizada en el presente trabajo. El diseño no experimental permite evaluar una determinada situación, evento o fenómeno en una comunidad o contexto en uno o varios puntos en el tiempo. Respecto a la categoría, la transeccional o transversal, permite recolectar información en un solo momento específico, con el fin de analizar las incidencias y responder las preguntas planteadas (Hernández et al., 2010).

El alcance del estudio es del tipo descriptivo y tiene como objetivo brindar una descripción e indagar sobre la base de una realidad social, permitiendo alcanzar un grado de predicción o prospectiva como resultado de los testimonios de las mujeres ambulantes, recabadas a través de las entrevistas aplicadas a una muestra de personas. El estudio descriptivo permite identificar situaciones, fenómenos o tendencias de personas agrupadas con características similares (Atehortúa & Zwerg-Villegas, 2012; Hernández et al., 2010).

3.2. Justificación del Diseño

Fernández (2015) dentro de las nuevas perspectivas en la investigación social de hoy, destacó la importancia en reconocer que las personas somos seres sociales, humanos y relacionados, que por nuestra condición no existe forma de aislarnos de la sociedad donde

pertenecemos. Que la observación, interacción, conversación y el intercambio emocional permite comprender la realidad, fenómenos y condiciones de la sociedad. Responder, entre otras, las preguntas ¿qué busco?, ¿qué pretendo encontrar?, etc.; buscando que el investigador se acerque, relacione con la voz, mirada y sentir de las personas que participan en la investigación.

Mieles, Tonon y Alvarado (2012) explicaron sobre la importancia en la selección apropiada de los métodos, técnicas e instrumentos de la investigación, fundamentalmente cualitativa, con el fin de obtener la información de los participantes, y que los resultados respeten y reflejan la subjetividad, así como, el reconocimiento del contexto donde se desarrolla. Ello con el fin de cumplir tres postulados de una investigación: (a) lograr el mayor grado de claridad del marco conceptual y la metodología, (b) desarrollar una interpretación subjetiva de la experiencia expresada, y (c) alcanzar la coherencia de la información resultante que permita sea entendida por todo público.

Según enfatizaron Hernández et al. (2010) las investigaciones con un diseño transeccional descriptivo, permite examinar la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o varias variables de una población. Este tipo de diseño, permite desarrollar descripciones comparativas entre grupo de personas pertenecientes a una realidad, contexto, fenómeno, comunidad o grupo, a partir de la aplicación de encuestas abiertas y personales. Por lo tanto, el diseño de la investigación elegido justifica el plan de investigación desarrollado.

3.3. Preguntas de la Investigación

En cuanto a las preguntas de investigación de este estudio son las siguientes:

3.2.1. Pregunta general

- ¿Cuál es el perfil de la mujer ambulante en Lima Metropolitana en el periodo comprendido entre los años 2003 y 2013?

3.2.2. Preguntas específicas

- ¿Cuál es el perfil demográfico de la mujer ambulante en Lima Metropolitana?
- ¿Cuál es la trayectoria laboral de la mujer ambulante?
- ¿Cuáles son las circunstancias y los motivos por los cuales las mujeres deciden trabajar como ambulantes?
- ¿Cuáles son los obstáculos para el crecimiento económico de la mujer ambulante?
- ¿Cuáles son las perspectivas futuras de las mujeres ambulantes en Lima Metropolitana dentro del periodo 2003 al 2013?

3.4. Población

La población se seleccionó en función de las mujeres autoempleadas que iniciaron actividades como ambulantes informales en cualquier giro de negocio ubicado en Lima Metropolitana, cuyo ejercicio de actividades se encuentren entre los años 2003 y 2013, sin importar la situación actual del negocio donde laboran. Incluye mujeres residentes en la ciudad capital, dueñas del negocio o empleadas en actividad a la fecha de la obtención de la población, con carga familiar y menores de 50 años.

Los criterios para la selección de la población radica en la verificación e importancia de la condición actual versus la condición de inicio de labores, es decir, responder a las preguntas, ¿mantienen las mismas condiciones?, ¿han mejorado o empeorado?, las cuales se encuentran incluidas en las preguntas de la investigación. Respecto a la carga familiar, la selección radica en que este grupo de mujeres son más vulnerables en relación a mujeres sin carga familiar (MIMP, 2014).

3.5. Consentimiento Informado

El procedimiento para la recolección de la información considera que los participantes lean, comprendan y firmen en señal de conformidad el consentimiento informado que se muestra en el apéndice C. El consentimiento informado expresa claramente los objetivos de

la investigación, los procedimientos de la entrevista, el compromiso de la confidencialidad sobre la información y la publicación de los resultados del estudio. Una copia del consentimiento informado quedará en poder de las informantes y otra copia ha sido archivada en la base de datos del caso.

3.6. Selección de los Casos

Según la perspectiva probabilística, para los estudios cualitativos, el tamaño de la muestra no es importante, ya que el interés del investigador no es generalizar los resultados a una población más amplia, sino buscar en la indagación cualitativa a profundidad para que pueda ayudar a responder las preguntas de la investigación (Hernández & Fernández, 2010).

Según Ulin, Robinson y Tolley (2006), la investigación cualitativa pone mayor énfasis en la profundidad más que en la amplitud, y en profundizar más que en generalizar, esclareciendo el significado humano. En consecuencia, el reto del investigador es seleccionar participantes que puedan proporcionar la información más significativa sobre el perfil de las mujeres ambulantes.

3.6.1. Muestreo

Para una investigación cualitativa la técnica que se utilizó, es la combinación de las siguientes técnicas: muestreo de máxima variación y técnica de muestreo de propósito, el primero porque es una técnica que busca mostrar distintas perspectivas y representar la complejidad del fenómeno estudiado, mientras que el segundo determina los principales puntos de interés que se debe incluir deliberadamente, por ejemplo los principales distritos de Lima con mayor presencia de ambulantes (Hernández et al., 2010).

La muestra, la cual es un subconjunto de la población obtenida, se seleccionó a través de un método aleatorio, incluido en un programa informático desarrollado bajo el lenguaje de programación Microsoft Visual Basic para Aplicaciones Excel. El programa recibirá la relación de casos incluidos en la población, y, a través del código informático programado

seleccionará 40 elementos de manera aleatoria. La muestra final será el resultado de la tercera ejecución del programa, siendo cada ejecución independiente. De las mujeres incluidas en dicha muestra, 35 serán contactadas con el fin de programar y realizar las entrevistas.

Para responder las preguntas de investigación, se eligieron 30 casos, que permitieron tener información y así realizar el análisis de los casos. El número de casos se seleccionó sobre la base de la saturación teórica (Glaser & Strauss, 1967).

3.6.2. Estrategias

Durante el proceso de investigación una de las dificultades que se ha presentado es la falta de fuentes de información sobre la cual se pueda constituir una muestra de mujeres ambulantes. En el Perú existen una gran cantidad de mujeres empresarias que pertenecen al sector informal y el autoempleo, sin embargo existe una dificultad en cuanto a la disponibilidad de la base de datos lo cual dificulta realizar cualquier tipo de estudio, motivo por el cual, se aplicará la técnica de muestreo por conveniencia, que consiste en la selección de las unidades de la muestra en forma arbitraria donde las unidades de la muestra se autoseleccionan o se eligen de acuerdo a su fácil disponibilidad y no se especifica el universo del cual se toma la muestra representativa, este método permite obtener una muestra de manera rápida y sin costo (Mejía, 2000).

3.7. Confidencialidad

Para proteger la privacidad de las participantes, los nombres se remplazaron por pseudónimos; los archivos han sido grabados e identificados con dichos pseudónimos y las respuestas han sido transcritas con un código con la finalidad de proteger la identidad de las mujeres ambulantes. Asimismo, ninguna información será publicada de forma que sea personalmente identificable.

3.8. Procedimiento de Recolección de Datos

Yin (2003) recomendó utilizar los principales elementos para la recolección de datos en estudios de investigación, como: (a) utilizar diferentes fuentes de información como internet, textos y encuestas; (b) introducir los datos recolectados en una base; y (c) tener una secuencia en el análisis, teniendo en cuenta la coherencia entre las preguntas de investigación, resultados y conclusiones obtenidas.

3.8.1. Fuentes de evidencia

Para mostrar las fuentes de evidencia de las mujeres ambulantes se tendrá en consideración la información recolectada y así las conclusiones tengan varias fuentes de evidencia.

El encargado de la investigación recolectará la información a través de un contacto directo con las mujeres informantes, el investigador se encargara de visitar a las mujeres ambulantes en el mismo lugar donde desarrollan sus actividades, de esta manera se podrá observar como las mujeres van desarrollando su negocio. Posteriormente, se llevará a cabo entrevistas estructuradas en las que el investigador plantea conversaciones de forma dinámica, de esta forma generar mayor confianza y calma a las mujeres informantes.

Según Marshall y Rossman (1999) las entrevistas cualitativas son conversaciones entre el investigador y la informante bajo instrumentos formales los cuales contienen respuestas, la parte fundamental es conocer cómo percibe el informante la entrevista realizada.

Lo primordial para la recolección de datos serán las entrevistas las cuales deben estar completas, además de contar con preguntas de fondo, con la finalidad de tener información de calidad en un corto periodo de tiempo, también permitir el contacto personal y la observación del entrevistado.

3.8.2. Protocolo del caso.

El protocolo es la secuencia de actividades y uso de la información que seguirá el entrevistador desde el inicio hasta el final de la entrevista. Inicia con la presentación de cada uno de los integrantes que asisten, la explicación del trabajo en desarrollo y el objetivo de la entrevista. Posteriormente, se hará entrega del acuerdo de confidencialidad y el consentimiento informado, con el fin de brindar seguridad sobre del proceso, su información y la divulgación de la misma. Por último, el protocolo incluye el tratamiento de la información obtenida de las entrevistas. El detalle del protocolo se presenta en el apéndice E.

3.8.3. Casos piloto.

En el caso piloto se realizó una entrevista para la recolección de información que ayude a la investigación con los fines pertinentes planteados. Se realizó un caso piloto con dos personas quienes formaban parte de la base de datos seleccionada. En la ejecución del caso piloto se tomó la manifestación de las mujeres en una reunión pactada donde se puso en marcha la guía, la entrevista fue estructurada y flexible, y tomo aproximadamente una hora con cada persona, permitiendo captar la información requerida para esta investigación y ajustar algunos elementos.

3.8.4. Esquema de la entrevista.

La entrevista que se utilizará en la investigación permitirá obtener y captar la información necesaria, facilitando la explotación de la información recopilada. La información recolectada deberá ser veraz, donde se evidencia la actitud, costumbre, razón y sentimiento que la llevó a realizar esta actividad a los entrevistados.

El esquema desarrollado sigue una estructura fácil de comprender por parte de los entrevistados, la cual es la siguiente: (a) aspectos demográficos, (b) preguntas generales sobre el negocio, (c) información que describa la situación cuando inició el negocio, (d)

información que describa la situación del negocio en la actualidad, y (e) información sobre sus perspectivas de crecimiento a futuro.

3.9. Instrumentos

La investigación está definida por un enfoque transeccional o transversal que la delimita a los términos exclusivamente cualitativos, para la presente investigación partiremos de la utilización de un instrumento el cual nos aporta información del perfil y motivación de las mujeres emprendedoras, estos datos son profundos ya que las personas que manifiestan esta información la relacionan a su pensamientos y sentimientos, a continuación presentamos el instrumento que utilizaremos para el investigación cualitativa.

La entrevista es uno de los instrumentos más empleados en las distintas áreas de las investigaciones. En un sentido general, se entiende como una interacción entre dos personas, planificada y que obedece a un objetivo, en la que el entrevistado da su opinión sobre un asunto y, el entrevistador, recoge e interpreta esa visión particular. Además de tener profundidad en la información y con la observación del participante.

3.10. Procedimientos de Registros de Datos

La metodología cualitativa según Colás y De Pablos (2012), utilizó técnicas de recopilación de datos abiertas, por lo tanto en las investigaciones cualitativas se utilizan con mayor frecuencia las técnicas narrativas de la observación y las entrevistas. En este trabajo de investigación, los datos obtenidos en la entrevista serán registrados mediante apuntes del entrevistador, así también se realizará la grabación de voz de la entrevista con la finalidad de facilitar el análisis de la conversación mediante la repetición y transcripción.

Se contará con una guía de entrevista compuesta por 77 preguntas que abarcan los temas que responden a las preguntas de investigación. Para facilitar el análisis de los resultados se desarrollará una base de datos de la entrevista que comprenderán las siguientes divisiones: (a) aspectos demográficos, (b) preguntas generales sobre el negocio, (c)

información que describa la situación cuando inició el negocio, (d) información que describa la situación del negocio en la actualidad, y (e) información sobre sus perspectivas de crecimiento a futuro.

Yin (2003) aconsejó, que es importante mantener una cadena de evidencia que sustente la confiabilidad de los resultados de la investigación. La cadena de evidencia para esta investigación contará con la siguiente información: (a) lugar, fecha y hora de la entrevista, (b) el formato de consentimiento firmado por las personas entrevistadas, (c) información de la situación del negocio actual, que se evidenciará con fotos e información proporcionada por la entrevistada, (d) registro de notas de campo según el formato ya establecido, (e) registro de apuntes durante la entrevista según formato de notas de entrevista, (f) las grabaciones de las entrevistas y fotos de la entrevistada, (g) el reporte del investigador, (h) la información recolectada de acuerdo al protocolo establecido, (i) la codificación, y (j) análisis de los datos obtenidos.

Como evidencia que la información es fidedigna se conservaran los documentos y el audio de la entrevista, así como, la firma de la entrevistada en el documento de confidencialidad.

3.11. Análisis e Interpretación de los Datos

De acuerdo a Correia (2013) los resultados de la investigación cualitativa no eran considerados valiosos, ya que los datos descritos al estudiar los comportamientos sociales por medio de la observación y la recolección de información a través de las entrevistas no eran consideradas confiables, debido al alto error en la interpretación de la data y consecuentemente los resultados obtenidos. No en tanto, esta percepción ha cambiado con el transcurso del tiempo. Sin embargo aún existen errores en la interpretación de la información.

Correia (2013), identificó 4 niveles de desafíos con respecto a la interpretación de los datos, estos son:

- Las desviaciones discursivas intencionales y conscientes, se refiere al error de interpretación que se da, dar por hecho una acción o resultado que es constante en la mayoría de los otros casos de estudio.
- Aspectos que no se reflejan en la acción, cuando las personas no saben explicar los motivos de su comportamiento y usan frases como tengo dificultad en responder” o “no entiendo la pregunta”.
- La dificultad en interpretar el sentido que las personas dan a su acción, se debe tener en cuenta que un comportamientos pueden tener diferentes motivos.
- La interpretación de los datos empíricos que han sido recogidos sin una metodología adecuada basada en la sistematicidad.

3.12. Cross-Case Analysis o Análisis Transversal de Casos

Para el análisis individual y transversal, Domínguez (2007) aconsejó tener una mente abierta, quiere decir no llevar un concepto ya establecido de las posibles respuestas o reacciones demostrativas de los parámetros a estudiar. El tener mente abierta permite que el investigador capte otros tipos de datos que al principio no se había pensado obtener, siendo esto lo que enriquece los hallazgos de la investigación cualitativa.

En esta investigación cada caso representado por los datos generados por la entrevistada se analizó por separado, teniendo en cuenta lo recomendado por Eisenhart (1989), quien afirmó que no existe un formato estándar para el análisis individual de los casos. El análisis individual en esta investigación cuenta con tres etapas, estas son: (a) el manejo de datos, los datos se transcribirán de manera individual y se ingresarán en el software Atlas TI y Microsoft Excel y Atlas.TI para proceder al análisis cualitativo; (b) la reducción de datos, de acuerdo a Miles y Huberman (1994), consta en colocar marcas a las ideas principales de las entrevistas; y (c) codificación de la información, se le añade un código para identificar el significado de la información recolectada.

El análisis transversal se realizará de acuerdo a lo sugerido por Miles y Huberman (1994), se definirá la información que responda a las preguntas de investigación y de acuerdo a esta clasificación se procederá a establecer dimensiones de acuerdo a las preguntas de investigación y se identificarán patrones y relaciones.

3.13. Validez y Confiabilidad

La validez es un soporte fundamental en la investigación cualitativa, se refiere a la interpretación correcta de los resultados. Para asegurar la validez de una investigación es necesario tener en cuenta: (a) el modo de recoger los datos, de llegar a captar los sucesos y las experiencias desde distintos puntos de vista; (b) el poder analizar e interpretar la realidad a partir de un bagaje teórico y experiencial; y (c) ser cuidadoso en revisar los hallazgos (Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas & Rebolledo-Malpica, 2012).

Según manifestaron Noreña et al. (2012), se entiende como fiabilidad o confiabilidad a la capacidad de replicar estudios, se refiere a que un investigador emplee los mismos métodos de recolección de datos y obtenga resultados similares. Esto asegura que los resultados obtenidos en un estudio son verdaderos e inequívocos ya que las respuestas de los participantes son independientes a las circunstancias de la investigación.

Para garantizar la validez y confiabilidad de esta investigación se aplicará las técnicas descritas por Colás y De Pablos (2012), descritas en la Tabla 6.

La triangulación en esta investigación se logrará mediante (a) lo expresado por la mujer entrevistada y las evidencias físicas en la visita a su local de trabajo; (b) los documentos probatorios de lo relatado en la entrevista como facturas, licencias de funcionamiento, registros, entre otros; y (c) las notas tomadas por el entrevistador al momento de la entrevista con la grabación de los audios de la entrevista.

Tabla 6

Técnica Cualitativa Para Garantizar la Validez y Fiabilidad

Criterios de rigor y validez científica de la metodología cualitativa	Técnicas cualitativas utilizadas para asegurar el rigor científico
<i>Credibilidad-validez interna</i>	Observación persistente
Isoformismo entre datos recogidos y realidad	Triangulación
<i>Transferibilidad-validez externa</i>	Muestreo teórico
Aplicabilidad de los resultados a otros contextos	Recogida de abundantes datos
<i>Dependencia - Fiabilidad</i>	Descripciones exhaustivas
Consistencia o repartición de resultados cuando se realizan investigaciones con iguales sujetos o contextos	Réplica paso a paso
	Descripción de las técnicas de recogida y análisis de datos
	Descripciones minuciosas de los informantes.
<i>Confiabilidad - Objetividad</i>	Recogida mecánica de datos
Garantía de que los resultados no están sesgados por intereses del investigador	Triangulación
	Explicación del posicionamiento del investigador
	Descriptor de baja inferencia

Nota: Tomado de “Aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación en la investigación cualitativa,” P. Colás y J. De Pablos, 2012, *Revista Española De Pedagogía*, 1, p. 81.

3.14. Resumen

En esta investigación se utiliza un enfoque cualitativo, descriptivo y tiene un diseño no experimental transversal. Para la realización de esta investigación se realizará una entrevista con preguntas estructuradas que ayudarán a obtener la información que respondan a las preguntas de investigación.

La población estará conformada por mujeres ambulantes que iniciaron sus actividades entre los años 2003 y 2013 en Lima Metropolitana. Se tendrá especial cuidado en informar a la entrevistada sobre la importancia de la información brindada en el trabajo de investigación, así también se le hará saber sobre el compromiso de confidencialidad para su seguridad. Los datos serán analizados de manera individual así como transversal.

Capítulo 4: Resultados

En el presente capítulo se presentan los resultados de la encuesta realizada a un conjunto de mujeres con negocio independiente ambulatorio ubicados en Lima Metropolitana. Los resultados recopilan información de 30 mujeres con actividades laborales realizadas en 26 distritos de Lima Metropolitana, para el análisis se usó el Atlas TI (ver Apéndice G).

El capítulo se estructura en tres secciones. En la primera, se explica sobre el perfil de las informantes, brindando una visión desde diversas perspectivas demográficas, actividad económica y otras variables que permitan comprender las características y condiciones de las mujeres informantes. En la segunda sección, se presenta y detalla los resultados obtenidos de las encuestas, analiza cada respuesta, y las expone a través de ratios y adjunta testimonios que la sustentan, todo ello en función de responder la pregunta principal y preguntas secundarias de la investigación planteada. Por último, en el análisis transversal de los casos, se presenta la relación entre diversos casos encuestados, detectando patrones y elementos comunes obtenidos de las respuestas recibidas y estudiadas.

4.1. Perfil de las Informantes

El resumen de los perfiles de las mujeres ambulantes informantes que accedieron a la entrevista se presentan en la Tabla 7 y en el Apéndice F, e incluye un breve resumen de las condiciones, tipo de emprendimiento desarrollado, motivaciones y logros obtenidos durante el ejercicio de la actividad ambulatoria elegida. Para el desarrollo del perfil se realizaron 30 entrevistas cuyas actividades laborales informales la ejercen en 28 distritos ubicados en la ciudad de Lima Metropolitana, cuyos resultados, permitieron responder las preguntas de investigación planteadas. Con el fin de proteger la confidencialidad de las informantes, los nombres de las mujeres fueron cambiados, así mismo, se hace referencia al distrito donde ejercen sus actividades como parte de la descripción.

Las mujeres entrevistadas fueron seleccionadas de una base de datos de 196 mujeres recibida como parte de la colaboración de una entidad bancaria orientada a brindar servicios de Micro finanzas a un sector de la población con las características buscadas en el presente estudio. Además de 14 personas que fueron detectadas a través de la visita a mercados ubicados en Lima Metropolitana y que cumplían con los requisitos para participar en el estudio. Las 30 mujeres que aceptaron la entrevista respondieron todas las preguntas planteadas, exponiendo a detalle como iniciaron sus actividades, sus motivaciones, logros obtenidos y otra información de interés al presente estudio.

En cuanto a los productos que comenzaron a vender las mujeres informantes, en la Tabla 7 se observa que los productos comercializados son variados, siendo los alimentos, vestimenta, golosinas y comida las de mayor participación. Como se muestra en la Tabla 7, 64 mujeres aptas para el caso de estudio fueron contactadas, de las cuales el 53% rechazaron ser entrevistadas, incluyen las mujeres contactadas telefónicamente o visitadas que no quisieron participar, mujeres que confirmaron su participación, pero finalmente, por diversas circunstancias, como, no asistieron el día de la reunión, se encontraban ocupadas, negadas por sus familiares u otras razones.

Asimismo, las que rechazaron la entrevista, incluyen a las mujeres visitadas en los mercados y cumpliendo las condiciones, no quisieron participar en el estudio. Por lo tanto, sólo el 47% aceptaron participar en el estudio. Los 146 casos que no cumplieron el criterio, incluyen los casos de mujeres donde los datos como teléfonos o direcciones no fueron incluidos, fueron consignados erróneamente, o existiendo los datos y contactarlos, no le pertenecían a la persona indicada en la lista, por lo tanto, fueron descartados del estudio finalmente.

Tabla 7

Perfil de las informantes

Nombre	Lugar de nacimiento	Edad	Nivel de Educación	Nro. de Hijos	Estado Civil	Producto que comenzó a vender	Categoría	Años en el negocio
Ruth de San Luis	Lima	26	Secundaria Completa	3	Soltera	Pollo Frito	Comida	5
Lisec de San Juan de Miraflores	Lima	28	Secundaria Completa	3	Conviviente	Lencería	Vestimenta	8
Mirian de Punta Hermosa	Lima	42	Secundaria Incompleta	4	Conviviente	Libros, CDs y baldecitos de playa	Accesorios	12
Lucy de Lurín	Huánuco	31	Secundaria Completa	2	Soltera	Ropa para adultos y niños	Vestimenta	4
Sara de Villa María del Triunfo	Lima	43	Secundaria Incompleta	3	Casada	Pescado y otros productos marinos	Alimentos	4
Rosalía de Villa el Salvador	Pasco	39	Estudios Técnicos Completos	2	Casada	Zapatos y sandalias	Vestimenta	12
Jesica de La Victoria	Ancash	36	Estudios Técnicos Completos	0	Soltera	Pasamanería para la alta costura	Accesorios	12
Lucía de Magdalena del Mar	Lima	47	Secundaria Completa	6	Viuda	Billetes de Lotería	Otros	10
Adela de San Juan de Lurigancho	Piura	43	Secundaria Completa	1	Casada	Frejoles pre-cocidos	Comida	9
Elizabeth de Chorrillos	Lima	43	Secundaria Completa	3	Soltera	Guantes de lana	Vestimenta	8
Carmen de Comas	Ancash	43	Secundaria Completa	3	Conviviente	Chupetes, marcianos, cosméticos	Golosinas	9
Elva de Carabayllo	Junín	49	Estudios Técnicos Incompletos	2	Soltera	Venta de granos	Alimentos	13
Pilar de Comas	Lima	29	Estudios Técnicos Completos	0	Soltera	Camisas y polos	Vestimenta	3
Teresa de Rímac	Puno	36	Secundaria Completa	1	Separada	Sandalias y ropa	Vestimenta	4
Yovana de Los Olivos	Lima	33	Secundaria Completa	4	Casada	Papa con huevo y zapatillas	Comida	8

Tabla 7 (continuación)

Perfil de las Informantes

Nombre	Lugar de nacimiento	Edad	Nivel de Educación	Nro. de Hijos	Estado Civil	Producto que comenzó a vender	Categoría	Años en el negocio
María de Ancón	Junín	48	Estudios Técnicos Completos	3	Conviviente	Chancho crudo cortado	Alimentos	11
Marcela de Santa Rosa	Lima	49	Secundaria Completa	2	Casada	Jugo de naranja con queque	Comida	9
Diana de San Martín de Porres	Lima	46	Secundaria Completa	4	Conviviente	Pan	Comida	6
Verónica de El Agustino	Ancash	33	Secundaria Completa	2	Soltera	Cosméticos y perfumes	Otros	5
Antonia de Independencia	Apurímac	45	Secundaria Completa	4	Casada	Abarrotes y verduras	Alimentos	6
Susana de Lurigancho	Cusco	45	Secundaria Completa	3	Conviviente	Pollo, huevo y fruta	Alimentos	10
Dina de La Molina	Cajamarca	44	Primaria Incompleta	2	Casada	Leche y menestras	Alimentos	7
Sandra de San Borja	Lima	25	Secundaria Completa	0	Soltera	Golosinas	Golosinas	3
Irene de La victoria	Lima	30	Secundaria Incompleta	2	Conviviente	Cigarros y galletas	Golosinas	4
Yolanda de Santa Anita	Ayacucho	40	Secundaria Incompleta	3	Soltera	Flores y mazamorra	Otros	8
Asunta de Ate Vitarte	Apurímac	32	Secundaria Incompleta	2	Conviviente	Churros	Golosinas	9
Maruja de Santa Anita	Puno	38	Secundaria Completa	4	Casada	Canchita	Golosinas	8
Felipa de San Martín de Porres	Ancash	50	Primaria Completa	3	Divorciada	Verduras, frutas y abarrotes	Alimentos	30
Cecilia de Puente Piedra	Junín	33	Secundaria Completa	1	Soltera	Correas y billeteras de cuero	Vestimenta	8
Julia de Lima – Cercado	La Libertad	32	Secundaria Completa	2	Conviviente	Huevos	Alimentos	4

Tabla 8

Tasa de Respuesta de las Informantes

	Número de Mujeres
Potenciales informantes en base de datos	196
Otras potenciales informantes	14
Total base de informantes	210
Mujeres que no cumplían con los criterios, faltaban o datos errados	146
Mujeres contactadas	64
Mujeres que no aceptaron el estudio - base de datos	15
Mujeres que no aceptaron el estudio – visitadas	9
Mujeres que aceptaron pero desistieron	10
Mujeres que finalmente no aceptaron	34
Mujeres que aceptaron	30
Tasa de rechazo (no aceptaron / contactadas que cumplían los criterios)	53%
Tasa de aceptación (aceptaron / contactadas que cumplían los criterios)	47%

Según manifestó el INEI (2016), Lima Metropolitana se divide en 43 distritos, las informantes pertenecen a 26 distritos (ver Tabla 7) cubriendo un 60.1% del total de distritos. De acuerdo a las cuatro zonas que fueron definidas por el INEI (2014b), se obtiene una cobertura de 20.0% en Lima Centro, 26.7% Lima Este, 33.3% Lima Norte, y 20.0% Lima Sur (Ver Tabla 9).

Tabla 9

Informantes por Zonas Lima Metropolitana

Zonas	<i>n</i>	%
Lima Centro	6	20.0
Lima Este	8	26.7
Lima Norte	10	33.0
Lima Sur	6	20.0
Total	30	100.0

En la Tabla 10, se presenta la distribución de edades de las mujeres informantes.

Como se observa se buscó una cobertura uniforme entre los rangos de edad identificados. El rango de edad de las mujeres entrevistadas es entre 25 a 50 años de edad y el promedio es de 38 años.

Tabla 10

Informantes por Edad Actual

Edad (años)	<i>n</i>	%
25 – 30	5	16.7
31 – 40	11	36.7
41 – 45	8	26.7
46 – 50	6	20.0
Total	30	100.0

En relación al estado civil de las mujeres informantes, en la Tabla 11 se presenta que, aquellas convivientes y casadas suman el 56.7%, mientras que, las solteras, divorciadas o separadas corresponden al 43.3%.

Tabla 11 *Informantes por Estado Civil*

Informantes por Estado Civil

Estado Civil	<i>n</i>	%
Soltera	10	33.3
Conviviente	9	30.0
Casada	8	26.7
Divorciada	1	3.3
Separada	1	3.3
Viuda	1	3.3
Total	30	100.0

En relación al lugar de nacimiento de los participantes, el estudio revela que el 40% de las mujeres informantes son nacidos en Lima y más de la mitad de la muestra son inmigrantes de los distintos departamentos del país, sin embargo antes de iniciar en el comercio ambulatorio ya radicaban en los diferentes distritos de Lima Metropolitana (ver Tabla 7).

En la Tabla 12 se presenta a las informantes según el número de personas que residen con ella y que representan una carga familiar. El 100% de las mujeres informantes cuenta con carga familiar ya sea de los hijos, pareja u otros familiares. La categoría familiares en el cuadro, corresponden a padres, hermanos, suegros, nietos, sobrinos, abuelos y otros familiares.

Tabla 12

Informantes con Carga Familiar y que Viven con Ella

Carga familiar y personas que viven con la informante	<i>n</i>	%
Hijos	10	33.3
Hijos, Pareja	9	30.0
Hijos, Familiares	11	36.7
Total	30	100.0

En relación al nivel educativo de las mujeres informantes, se observa que el 76.7% de los participantes cuenta con educación secundaria, mientras que el 23.3% representan a aquellas mujeres con educación técnica y primaria. El mayor nivel educativo alcanzado son estudios técnicos por solo cuatro de las 30 informantes. El bajo nivel educativo alcanzado por las mujeres ambulantes limita sus oportunidades para conseguir trabajos dependientes con mejores remuneraciones en el sector formal.

Las entrevistadas que no tuvieron mayores estudios manifiestan que es debido a que gran parte de su tiempo la comparten en el cuidado de los hijos, labores domésticas y centran su atención en el negocio ya que dependen del ello; en algunos casos señalaron que

empezaron con estudios técnicos pero la gran mayoría tiene necesidades familiares prioritarias por lo que no buscan el crecimiento educativo.

Tabla 13

Informantes por Nivel de Educación

Nivel de Educación	<i>n</i>	%
Estudios Técnicos Completos	4	13.3
Estudios Técnicos Incompletos	1	3.3
Secundaria Completa	18	60.0
Secundaria Incompleta	5	16.7
Primaria Completa	1	3.3
Primaria Incompleta	1	3.3
Total	30	100.0

En relación a los antecedentes laborales de las mujeres informantes antes de iniciar el comercio ambulatorio, se observa que el 33% de las participantes realizaba actividades como amas de casa (ver Tabla 14), mientras que el 53% representan a aquellas mujeres con actividad laboral dependiente. Por último, solo el 13% de las mujeres se desempeñaba como trabajadora independiente.

Tabla 14 *Informantes por Antecedente Laboral*

Informantes por Antecedente Laboral

Antecedente Laboral de las Mujeres	<i>n</i>	%
Ama de Casa	10	33
Trabajo Dependiente	16	53
Trabajo Independiente	4	13
Total	30	100

Las entrevistadas dedicadas a las actividades de ama de casa, fundamentalmente contaban con el soporte económico del esposo o conviviente. Mientras que, las trabajadoras dependientes desarrollaban actividades en largas jornadas laborales alejándolas de la atención

de sus menores hijos, además, que el ingreso percibido era bastante bajo, impidiendo cubrir las necesidades básicas de la familia. Ambas situaciones son parte de los factores sociales y económicos desarrollados por Di Lara (2012) que reflejan las difíciles condiciones que atraviesan las mujeres y las motiva a desarrollar actividades ambulatorias.

4.2. Presentación y Discusión de los Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas estructuradas a 30 mujeres ambulantes entre 25 a 50 años de edad, quienes tienen por lo menos dos años dentro del negocio. Los resultados se estructuran de la siguiente forma: (a) trayectoria laboral como ambulante, (b) motivos y circunstancias por los cuales deciden convertirse en ambulantes, (c) obstáculos para el crecimiento económico de la mujer ambulante, y (d) perspectivas futuras de la mujer ambulante.

4.2.1. Trayectoria laboral de la mujer ambulante

El 50% de las mujeres entrevistadas, inician sus actividades en el sector informal entre las edades de 20 a 30 años, mientras que el 17% de las informantes comienzan entre 31 a 35 años de edad y finalmente el 33% de los informantes empiezan a desarrollar el negocio a partir de los 36 a 40 años (ver Tabla 15), siendo de esta manera el promedio de edad 31 años.

Tabla 15 *Edad de las Informantes al Iniciar las Actividades Comerciales*

Edad (Años)	<i>fo</i>	%
20-25	6	20
26-30	9	30
31-35	5	17
36-40	10	33
Total	30	100

En relación al apoyo que recibieron al momento de iniciar sus actividades como ambulantes, se encontró que el 57% sí recibieron apoyo al iniciar sus actividades comerciales

por parte de sus familiares, el 20% fueron apoyadas por sus amistades, jefes o proveedores y solo el 13% de las participantes inició su actividad comercial sin ayuda alguna.

Tabla 16

Recibieron Apoyo al Iniciar el Negocio

Participantes	Quienes apoyaron para iniciar el negocio	fo	%
Irene, María y Lucía	Cónyuge	3	10
Jesica, Adela, Sandra, Rosalía, Julia, Pilar, Teresa, Lucy, Dina, Asunta, Elva, Susana, Yolanda, Ruth, Lisec, Diana y Elizabeth	Familiares	17	57
Marcela, Felipa, Verónica, Sara, Mirian y Antonia	Amistades	6	20
Cecilia, Carmen, Yovana y Maruja	Ningunos	4	13
Total		30	100

La Tabla 17 muestra que el 17% de las participantes recibieron ayuda económica para iniciar su negocio, el otro 17% recibieron apoyo económico y moral, mientras que el 53% han recibido solo apoyo moral. Marcela de Santa Rosa recibió apoyo moral en forma de motivación y también económica al recibir de parte de su suegra un exprimidor de naranja.

Mi suegra me apoyo incentivándome, ya que económicamente estaba bien mal porque me había separado del papa de mis hijas y me había quedado en nada porque mi casa se quemó y solo quedo terreno, mi suegra vino y me hablo, me dijo que una mujer podía salir adelante sola, me hablo de su experiencia que había sacado adelante a sus hijos sola sin papá, y me regaló una mesa con un exprimidor de naranja, y de ahí yo lave ropa y junte capital para comprar naranja. (17:3156).

Por otro lado, el 13% de mujeres participantes refieren no haber recibido ayuda alguna para iniciar su negocio. En el caso de Elizabeth de Chorrillos, ella tenía como modelo a sus padres y siempre le llamó la atención el comercio, sin embargo, sus padres no influyeron

directamente en el inicio de su actividad. “En realidad mis padres eran negociantes toda la vida, entonces yo he crecido en medio del negocio, y debido a eso me ha llamado siempre la atención el negocio, siempre me ha gustado” (10:1916).

Tabla 17

Participantes Según Tipo de Apoyo

Participantes	Tipo de apoyo	fo	%
Jesica, Adela, Irene, María y Felipa	Económico	5	17
Sandra, Rosalía, Julia, Marcela y Lucía	Económico y moral	5	17
Pilar, Teresa, Lucy, Dina, Asunta, Verónica, Elva, Susana, Yolanda, Ruth, Lisec, Sara, Diana, Antonia y Elizabeth	Moral	16	53
Cecilia, Carmen, Yovana y Maruja	Ninguno	4	13
Total		30	100

Mientras que en el caso de Carmen de Comas, ella simplemente empezó vendiendo un producto y luego inició la venta de otros, obteniendo por medios propios el capital económico e identificando las necesidades de sus clientes para expandir su oferta. “Nadie me ayudó, porque empecé vendiendo en la calle golosinas, lana, cosméticos, después ropa, zapatos, como no había” (Carmen de Comas, 11:2143).

En relación a los antecedentes de aprendizaje del negocio, además de la experiencia previa adquirida, se muestra que el 33% de las entrevistadas han aprendido sobre el comercio ambulatorio en su entorno familiar, como el caso de Diana de San Martín de Porres, quien manifiesta: “Comencé a vender pan, luego mi primo nos enseñó a mí y a mí esposo a elaborar pan, luego yo los vendía” (18:3347).

El 10% de las entrevistadas también han aprendido de su familia política, cómo es el caso de Marcela de Santa Rosa quien manifestó: “Por mi suegra, era una mujer emprendedora, trabajadora, ella me enseñó cómo perder la vergüenza en la calle sin tener un

módulo sin tener nada, siempre rogándole a Dios que algún día vas a poner llave a tu negocio, no ha pasado 2 años y se dio, hace tiempo mi negocio era pequeño” (17:3180).

Tabla 18

Cómo Aprendió Sobre el Negocio

¿De quién aprendió sobre el negocio?	Casos	<i>fo</i>	%
Amistad	Elva, Yolanda, Pilar, Verónica	4	13.3
Experiencia propia	Adela, Yovana Maruja	3	10.0
Familia	Ruth, Lisec, Rosalía, Elizabet, Teresa, Diana, Antonia, Susana, Sandra, Asunta	10	33.3
Familia política	Lucía, María, Marcela	3	10.0
Trabajo dependiente	Mirian, Lucy, Sara, Jesica, Carmen, Dina, Irene, Felipa, Cecilia, Julia	10	33.3
Total informantes		30	100.0

Los resultados muestran que su entorno familiar son las fuentes de enseñanza más representativas para las mujeres ambulantes con un 43%. Así también, el 33% de las mujeres informantes tuvieron una experiencia previa por su trabajo dependiente, logrando aprender sobre el negocio que hoy en día se desempeñan; cómo es el caso de Carmen de Comas quien manifiesta que “Yo trabajaba vendiendo ropa en el Mercado Central, en Gamarra, por eso me ha llamado la atención vender eso, como antes no tenía capital empecé a vender marcianos” (11:267).

Asimismo, Julia de Lima Cercado manifestó que “Yo aprendí en mi anterior trabajo, en la distribuidora de ventas de huevos, ya conocía el margen de ganancia, conocía a los clientes y los puntos” (30:5184).

Asimismo, hay mujeres que refieren haber aprendido de sus jefes, proveedores y en algunos casos de amistades, así como indica Mirian de Punta Hermosa.

Aprendí de un amigo, él venía a vender aquí en la playa porque en Lima quitaban mucho a los ambulantes, no permitían ambulantes, nos fuimos a la playa a trabajar un verano, y él vendía sus libros y discos y me trajo como chacal se le dice no, como ayudante, y ahí aprendí a través de él. Y le dije yo voy a trabajar para mí con mi capital y aprendía a trabajar así para mí (3:437).

Es importante analizar la visión que las mujeres entrevistadas tuvieron al momento de empezar el negocio. Ante la pregunta ¿Al momento de iniciar el negocio creyó que sería una empresaria exitosa? Se encontraron dos tipos de respuesta: (a) mujeres que empezaron el negocio como ambulantes, en la informalidad, pero desde el comienzo se proyectan a crecer y un día llegan a ser empresarias (57% de las participantes); (b) aquellas personas que empezaron el negocio con la finalidad de mantenerse y suplir las necesidades sin ninguna proyección a futura con respecto al crecimiento de su negocio (43% de las participantes).

En el caso de las mujeres que creyeron tendrían éxito en su actividad comercial y que luego se convertirían en mujeres exitosas tenemos los siguientes casos:

“Si, desde el comienzo pensé tener lo que es mío, me trazo una meta, tal vez ahora no tengo dos o tres puestos es que también he criado a mis hijos” (Lucia de Magdalena del Mar, 8:1567).

“Mi expectativa siempre ha sido crecer, claro ésa es mi expectativa, sino que por las dificultades de la vida no lo he podido lograr, pero ésa es mi visión” (Elizabeth de Chorrillos, 10:1999).

Por otro lado, se identificaron mujeres que iniciaron su actividad comercial como una forma de responder a las necesidades económicas familiares:

“Solamente quería sacar adelante a mis hijos, sus estudios, nada más, eso quería, no pensaba en empresas, sólo pensaba en que mis hijos terminen de estudiar nada más, mis 4 hijos” (Mirian de Punta Hermosa, 3:0504).

Tabla 19

Análisis de los Casos de Mujeres Informantes: Perspectivas del Negocio

Casos	Económico	Laboral	Familiar	Personal	Al inicio su Actividad Fue pasajero
Ruth de San Luis	X		X		Si
Lisec de San Juan de Miraflores	X		X		Si
Elva de Carabayllo		X	X	X	Si
Pilar de Comas		X	X		Si
Teresa de Rímac			X	X	Si
Yovana de Los Olivos		X	X		Si
Marcela de Santa Rosa	X		X	X	Si
Diana de San Martín de Porres	X		X		Si
Sandra de San Borja	X		X		Si
Yolanda de Santa Anita	X		X		Si
Asunta de Ate Vitarte	X		X		Si
Maruja de Santa Anita	X		X		Si
Julia de Lima - Cercado	X	X	X	X	Si
Mirian de Punta Hermosa	X		X		No
Lucy de Lurín	X		X		No
Sara de Villa María del Triunfo	X				No
Rosalía de Villa el Salvador	X		X		No
Jesica de La Victoria	X		X		No
Lucía de Magdalena del Mar	X			X	No
Adela de San Juan de Lurigancho	X				No
Elizabeth de Chorrillos	X				No
Carmen de Comas	X		X	X	No
María de Ancón	X		X		No
Verónica de El Agustino	X		X		No
Antonia de Independencia	X		X		No
Susana de Lurigancho	X		X		No
Dina de La Molina	X		X		No
Irene de La victoria	X				No
Felipa de San Martín de Porres	X		X		No
Cecilia de Puente Piedra	X	X	X	X	No
	26	5	25	7	

“En el momento no piensas, luego sí, lloraba, pensaba en que mi negocio sea exitoso, el resultado fue bastante. Más que nada mantener a mi familia, que ellos estudiaran lo que yo no pude” (Felipa de San Martín de Porres, 28:4818).

El 87% de las mujeres ambulantes de Lima Metropolitana inician trabajando como ambulantes por necesidades económicas, el 83% inicia el comercio ambulatorio con la finalidad de suplir las necesidades de su familia. El 23% afirma que inició la actividad por cuestiones estrictamente personales (deseo personal) y el 17% por cuestiones laborales (quiere decir que no tenían otra opción laboral).

En cuanto a la forma de cómo han obtenido su capital para iniciar el negocio, se evidencia en la Tabla 20, que el 60% de las mujeres inicia sus actividades con ahorro propio, siendo esta la forma principal de adquirir su propio capital. El 23.3% de las mujeres consiguió su capital de trabajo mediante préstamo de un familiar, Elizabeth de Chorrillos expresó “Se podría decir que mi capital al inicio fue 70 soles, porque eso fue lo que mis hermanos me prestaron y de ahí comencé a comprar mis guantes, 70 soles invertí la primera vez me acuerdo” (10:1957).

Tabla 20 *Ambulantes: Fuentes de Adquisición*

Fuentes de Adquisición de Capital para el Negocio

¿Cómo adquirió su capital de trabajo?	casos	fo	%
Ahorro propio	Mirian, Lucy, Rosalía, Carmen, Elva, Yovana, María, Marcela, Pilar Diana, Verónica, Antonia, Susana, Dina, Maruja, Felipa, Cecilia, Julia	18	60.0
Donación	Adela	1	3.3
Préstamo de entidades financieras	Teresa, Yolanda	2	6.7
Préstamo de terceras personas	Lisec, Sara	2	6.7
Préstamo Familiar	Ruth, Jesica, Lucía, Elizabeth, Sandra, Irene, Asunta	7	23.3
Total informantes		30	100.0

Otras formas de conseguir capital para el inicio de sus actividades fueron a través de préstamos a financieras, préstamos de terceras personas y donaciones por parte de sus familiares. Sara de Villa María del Triunfo dice “Hace cuatro años empecé con 120 soles, era préstamo de una señora que prestaba acá en el mismo terminal” (5:892).

En la Tabla 21 se muestra que el 70% de las mujeres ambulantes empezaron con un capital menor a 500 soles, siendo un total de 21 mujeres. En la Tabla 20 se halla que las mujeres ambulantes inician con un ahorro propio y con montos menores de 500 soles con la finalidad de generar ingresos y cubrir necesidades familiares y económicas

Tabla 21

Cantidad de Capital al Iniciar el Negocio

¿Con qué cantidad de capital empezó?	Casos	fo	%
De S/. 0 a S/. 500	Ruth, Mirian, Lucy, Sara, Lucía, Adela, Elizabeth, Elva, Marcela, Pilar Diana, Verónica, Susana, Sandra, Yolanda, Asunta, Felipa, Lisec, Carmen, Irene, Maruja	21	70.0
De S/. 501 a S/. 1 000	Rosalía, Yovana, Teresa	3	10.0
De S/. 1 001 a S/. 2 000	Cecilia, Julia	2	6.7
De S/. 2 001 a S/. 10 000	Jesica, María, Antonia	3	10.0
De S/. 10 001 a mas	Dina	1	3.3
Total informantes		30	100.0

“Empecé con 300 soles que tenía ahorrado, las máquinas ya las había comprado pero no las utilizaba porque pensé que no iba a salir, tenía temor” (Pilar de Comas, 13:2505).

Marcela de Santa Rosa dijo que “empecé con 6 soles que lo conseguí lavando ropa y luego incrementé mi negocio. Mi suegra me decía, nunca pierdas tu capital, ella me obsequió la mesa y 2 sillas” (17:3182).

Lisec de San Juan de Miraflores dijo que “En ese tiempo inicié con 500 soles, y ese dinero era prestado, me preste de un prestamista” (2:0260).

La Tabla 22 muestra la relación entre el lugar de domicilio y ubicación del negocio, el 87% de los informantes viven en un lugar más cercano a la ubicación de su negocio, porque requieren compartir su tiempo entre las labores del hogar y el trabajo así como otros motivos, como indica la participante Susana de Lurigancho Chosica, “Más que nada estoy cerca de mis hijos para llevarlos al colegio, estoy cerca viéndolos como están” (21:3822).

Mientras que el 13% de las informantes que viven en distritos más lejanos al negocio, valoran mucho la flexibilidad del horario laboral ya que pueden llegar a cualquier hora, tienen su propio horario.

“Es tu propio sueldo, tu propio horario, no hay vacaciones esperando el año, sales cuando quieres, tienes la capacidad de ahorrar, de crecer, tu eres tu propio jefe” (Marcela de Santa Rosa 17:3202).

Tabla 22 *Relación de Ubicación Domicilio y Negocio.*

Nombre de los Informantes	Cercanía de domicilio/ negocio	<i>fo</i>	%
Elizabeth, Pilar, Cecilia, Elva, Carmen, Verónica, María, Irene, Antonia, Lucy, Teresa, Mirian, Adela, Lisec, Jesica, Julia, Felipa, Yolanda, Rosalía, Yovana, Lucia, Diana, Sara, Asunta, Ruth y Maruja	Distritos Cercanas	26	87
Dina, Marcela, Sandra y Susana	Distritos muy alejado	4	13
Total		30	100

Con respecto al giro del negocio, la Tabla 23 muestra que el 33% de los participantes desde que iniciaron el negocio siempre estuvieron en el mismo giro, el 20% pasaron por dos giros, 40% refieren haber experimentado hasta tres giros ya sea por gusto, preferencia u obtener mayor margen de ganancia, otro 7% indica haber pasado entre cuatro y cinco giros con la diferencia de que han tenido que demorar más tiempo para seleccionar el giro más idóneo para el logro de sus objetivos.

Antes que venda esto he vendido lotería como le digo por muchos años, y después un año vendí fruta, verdura y de ahí queso pero queso no me gusto no se ganaba mucho, pero esto me gusto ya tengo 10 años vendiendo artículos de plástico. (Lucia de Magdalena del Mar, 8:1582)

La jornada laboral establecida por el Decreto Supremo N° 007-2002-TR establece una jornada de 8 horas diarias y 48 horas por semana como máximo. No obstante, el 57% de las entrevistadas trabajan más de 10 horas al día (ver Tabla 24). Asimismo, más del 70% trabaja toda la semana no teniendo ni un día de descanso.

Tabla 23 *Participantes por Número de Giros*

Participantes por Número de Giros

Participantes	Número de giros que pasaron los participantes	<i>fo</i>	%
Jesica, Pilar Teresa, Lucy, Rosalía, Asunta, Marcela, Lisec, Sara y Antonia	1	10	33
Julia, Elva, María, Yolanda, Ruth y Carmen	2	6	20
Sandra, Cecilia, Irene, Dina, Verónica, Susana, Felipa, Diana, Mirian, Yovana, Maruja y Lucía	3	12	40
Adela	4	1	3
Elizabeth	5	1	3
Total		30	100

Trabajar sin descansar un día puede ser perjudicial para las mujeres ya que el agotamiento físico pueden causar estrés y otras enfermedades ergonómicas relacionadas a la realización de una actividad rutinaria y el trabajo excesivo (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, 2006).

Tabla 24

Horas de Trabajo por Día de Mujeres Ambulantes

Horas de trabajo diario	<i>fo</i>	%
6 - 7 horas	5	17
8 - 9 horas	8	27
10 - 11 horas	8	27
12-13 horas	4	13
14 a más	5	17

Según el artículo 10º del Decreto Legislativo 713 (MINTRA, 1991), los trabajadores tienen derecho a gozar vacaciones compuesta por 30 días calendarios de descanso físico remunerado de manera interrumpida. Las vacaciones se otorgan al cumplir un año de servicios a favor de un mismo empleador. Como toda trabajadora independiente informa, gozar de un mes de vacaciones significaría la ausencia de un mes de ingresos y ellas no pueden tomarse ese descanso, por lo tanto, no gozan de este derecho tan fundamental de un trabajador (ver Tabla 25).

Tabla 25

Días de Trabajo por Semana de Mujeres Ambulantes

Días de trabajo por semana	<i>fo</i>	%
7 días	21	70
6 días	8	27
5 días	1	3

Todos los días trabajo, ni un día descanso hasta hoy (...) pero me gustaría que mis hijos también se den la oportunidad de compartir tiempo con su familia, no como yo que ni un día descanso porque no puedo descansar, tengo como le digo pagos de préstamos. (Lucía de Magdalena, 8:1549 y 8:1659)

La Tabla 26 muestra la experiencia en el negocio de las mujeres ambulantes, donde las mujeres que tienen 3 años en el negocio cuentan con una edad promedio de 27 años, por otra parte los resultados muestran que un 66% de las mujeres informantes tienen entre 4 a 9 años en el negocio con una edad promedio de 37 años, y el 26.7% de las mujeres informantes tienen entre 10 a 13 años en el negocio con una edad promedio de 44 años.

El tiempo de experiencia en el negocio varía desde un año hasta los 13 años, se evidencia que la edad no es un impedimento para satisfacer sus necesidades económicas y familiares, pero si las que tienen más años en el negocio han logrado adquirir mayor riqueza, mejorando sus viviendas y haciendo que sus hijos logren estudios superiores. Como es el caso de Diana de San Martín de Porres: “He logrado sacar a mis dos hijas profesionales mi hija es Obstetra y mi otra hija que es Ingeniera, luego mi casa y por último compre otra casa, gracias a la ayuda de este negocio” (18:3394).

Tabla 26 *Años de Experiencia en el Negocio*

Años de Experiencia	Casos	fo	%
De 0 a 3 años	Pilar, Sandra	2	6.7
De 4 a 6 años	Ruth, Lucy, Sara, Teresa, Diana, Verónica, Antonia, Irene, Julia Lisec, Adela, Elizabeth, Carmen,	9	30.0
De 7 a 9 años	Yovana, Marcela, Dina, Yolanda, Asunta, Maruja, Cecilia Mirian, Rosalía,	11	36.7
De 10 a 12 años	Jesica, Lucia, María, Susan	6	20.0
Hasta 13 años	Elsa, Felipa	2	6.7
Total		30	100.0

En la Tabla 27 se puede apreciar la situación del negocio en la actualidad, para facilitar el análisis se dividió las respuestas en tres, las cuales son: (a) ambulantes ubicación variable, se trata de ambulantes que venden en la calle, no tienen lugar fijo y deambulan de un lado a otro transportando su mercadería en carretas, tableros, triciclos, canastas, baldes, usan plásticos y mantas para extenderlo en el suelo y exhibir sus productos en el lugar que ellos consideren conveniente por la concentración de posibles compradores en determinadas horas; (b) ubicación fija, abarca a todos los comerciantes que se encuentran realizando sus labores en un lugar fijo, como un puesto o tienda dentro de un mercado, centro comercial o tal vez pertenecen a un grupo de comerciantes que realizan sus actividades en la calle y por el tiempo que se encuentra en esta situación ya es considerado como suyo un lugar en particular, puede o no tener autorización de la municipalidad, pertenecer o no a una asociación de comerciantes, estos comerciantes no se encuentran en la formalidad ya que no declaran sus ingresos ante la SUNAT, no emiten boleta ni factura, en muchos de estos casos la municipalidad les cobra una tasa mensual ya que no pagan sus impuestos; y (c) formal, mujeres que empezaron como ambulantes pero que en la actualidad son empresarias, declaran sus ingresos ante la SUNAT, pagan sus impuestos, poseen tiendas y locales donde realizan sus actividades como cualquier empresa formal.

Tabla 27

Tipo de Negocio en la Actualidad

Condición	<i>fo</i>	%
Ambulante ubicación variable	5	17
Ambulante ubicación fija	15	50
Formal	10	33

4.2.2. Circunstancias y motivos por los cuales las mujeres deciden trabajar como ambulantes

Las mujeres entrevistadas manifestaron diversas razones por las que iniciaron y continuaron con su negocio ambulatorio. En la Tabla 28 da a conocer las circunstancias y motivos que llevaron a las mujeres a emprender y satisfacer sus necesidades, distinguiendo causas económicas, laborales, familiares, de desarrollo personal, motivación de logro, poder, autonomía y afiliación.

Las circunstancias que atraviesan las mujeres con el fin de iniciar y permanecer en la actividad ambulatoria son las siguientes: Circunstancia económica, laboral, familiar, personal y Motivo de logro (ver Tabla 28).

Para elaborar la matriz de circunstancias y motivos, se utilizó el modelo planteado por Avolio (2008), sin embargo el contenido está basado de acuerdo a los resultados de las entrevistas realizadas. Tal es así que del total de 30 mujeres, 23 deciden iniciar y permanecer en el negocio por necesidad económica básica y 19 mujeres por insatisfacción con el ingreso familiar. El principal motivo en ambos casos son las circunstancias económicas, esto confirma lo dicho por Fuentes et al. (2012).

Respecto a las circunstancias laborales, 4 de 30 entrevistadas ingresan al comercio ambulatorio por dificultad para encontrar empleo en el mercado laboral formal, se sienten excluidas por falta de experiencia, bajo nivel de educativo entre otros factores, también se presenta el caso de dos entrevistadas que deciden entrar al comercio ambulatorio debido a que perciben mayores ingresos que un salario fijo como dependiente en una empresa formal, este hallazgo confirma lo descrito por Ocho (2013) en cuanto a las necesidades básica que es necesario ser cubierto y las aspiraciones a mayores ingresos por las comerciantes.

Tabla 28

Causas y Motivos Identificados de las Mujeres Ambulantes

	Circunstancia	Definición
CE	Económica: necesidad económica básica	Las mujeres que tienen necesidades económicas son aquellas que generan ingresos para sustentar los gastos familiares, son responsables directos de la economía familiar, teniendo como opción inmediata y fácil en convertirse en comerciantes ambulantes.
CE	Económica: insatisfacción con el ingreso familiar	Las mujeres que tienen necesidades económicas de insatisfacción con los ingresos es cuando la mujer opta por el emprendimiento y desarrollarse económicamente, dar mejores oportunidades a sus hijos, disponer de dinero para poder distraerse y contribuir para tener una mejor condición de vida para ellas y su familia.
CL	Laboral: dificultad para encontrar empleo por falta de oportunidades en el mercado laboral	Cuando la mujer opta por el emprendimiento ante la falta de oportunidades de trabajo en el mercado laboral. Esta falta de oportunidades no tiene relación con las habilidades, edad ni la educación de la mujer, sino con aspectos externos como la situación económica del país.
CL	Laboral: frustración por razones económicas	Cuando la mujer se considera inadecuadamente remunerada en un empleo dependiente esto le va a generar una frustración personal.
CF	Familiar: rol de la mujer en la familia	Cuando la actividad empresarial está sumamente ligada al rol de madre y al papel de la mujer en la familia; el negocio es visto como medio para cumplir con el rol de madre, mediante la generación de puestos de trabajo para los hijos y su pareja, una fuente de ingreso independiente y mayor seguridad para los miembros de la familia.
CF	Familiar: necesidad de un horario flexible	La circunstancia hace referencia al requerimiento de la mujer de un horario de trabajo que le permita combinar sus responsabilidades laborales con las del hogar y el cuidado de los hijos.
CP	Personal: presencia de un modelo de empresario	Cuando la mujer cuenta con un modelo de referencia de emprendimiento, el cual le provee conocimiento, motivación, apoyo o coraje.
CP	Personal: oportunidad específica	Cuando la mujer opta por el emprender un negocio por alguna oportunidad específica.
MP	Motivo de logro	La motivación para un logro está relacionada a las aspiraciones, sueños, emociones y objetivos que tienen en su vida para satisfacer sus necesidades económicas y familiares. Además del deseo de conjugar las actividades empresariales con la familia y el hogar (motivos trascendentales) (Buttner, y Moore, 1997).
MP	Motivo de autonomía	El Motivo de autonomía es experimentado por la independencia que cada persona desea tener. También porque cada uno pueda tomar sus propias decisiones, además que no desean trabajar bajo presión (Murray, 1938).
MP	Motivo de afiliación	El motivo de afiliación es la necesidad de entablar rápidos lazos comerciales, crear dependencia y ganarse el cariño de una persona representativa (Murray, 1938).
MP	Motivo de poder	El motivo de poder, es la necesidad de controlar las conductas y actividades de las personas que se encuentran en su entorno, así mismo las ganas de tener el dominio en el ambiente en el que se encuentran. (Murray, 1938, p. 152).

Tabla 29

Matriz de Circunstancias que Influyen la Decisión de Tener un Negocio Independiente

Circunstancia	Ruth de San Luis	Lisec de San Juan de Miraflores	Mirian de Punta Hermosa	Lucy de Lurín	Sara de Villa María del Triunfo	Rosalía de Villa el Salvador	Jesica de La Victoria	Lucía de Magdalena del Mar	Adela de San Juan de Lurigancho	Elizabeth de Chorrillos	Carmen de Comas	Elva de Carabayllo	Pilar de Comas	Teresa de Rímac	Yovana de Los Olivos	María de Ancón	Marcela de Santa Rosa	Diana de San Martín de Porres	Verónica de El Agustino	Antonia de Independencia	Susana de Lurigancho	Dina de La Molina	Sandra de San Borja	Irene de La victoria	Yolanda de Santa Anita	Asunta de Ate Vitarte	Maruja de Santa Anita	Felipa de San Martín de Porres	Cecilia de Puente Piedra	Julia de Lima - Cercado
CE Económica: necesidad económica básica	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x
CE Económica: insatisfacción con el ingreso familiar	x		x	x			x			x	x					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x
CL Laboral: dificultad para encontrar empleo por falta de oportunidades en el mercado laboral												x	x																x	x
CL Laboral: frustración por razones económicas																x													x	
CF Familiar: rol de la mujer en la familia	x		x	x			x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x
CF Familiar: necesidad de un horario flexible		x				x						x	x	x	x			x										x	x	
CP Personal: presencia de un modelo de empresario									x										x											
CP Personal: oportunidad												x	x		x														x	x

Tabla 30

Matriz de Motivos que Influyen la Decisión de Tener un Negocio Independiente

Motivos	Ruth de San Luis	Lisec de San Juan de Miraflores	Mirian de Punta Hermosa	Lucy de Lurín	Sara de Villa María del Triunfo	Rosalía de Villa el Salvador	Jesica de La Victoria	Lucía de Magdalena del Mar	Adela de San Juan de Lurigancho	Elizabet de Chorrillos	Carmen de Comas	Elva de Carabayllo	Pilar de Comas	Teresa de Rímac	Yovana de Los Olivos	María de Ancón	Marcela de Santa Rosa	Diana de San Martín de Porres	Verónica de El Agustino	Antonia de Independencia	Susana de Lurigancho	Dina de La Molina	Sandra de San Borja	Irene de La victoria	Yolanda de Santa Anita	Asunta de Ate Vitarte	Maruja de Santa Anita	Felipa de San Martín de Porres	Cecilia de Puente Piedra	Julia de Lima - Cercado
MP Motivo de logro: Capacidad de trabajo y esfuerzo personal		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MP Motivo de logro: Permanente deseo de superación	X	X	X	X		X	X		X		X		X		X	X		X									X	X		X
MP Motivo de logro: Impulsada por lograr un sueño	X				X	X		X				X	X	X															X	X
MP Motivo de autonomía: Autonomía económica respecto a la pareja o familia	X	X	X	X		X	X	X		X	X	X	X		X	X		X									X	X	X	
MP Motivo de afiliación: Valor social																														
MP Motivo de poder												X	X																	

En relación a las circunstancias familiares de las mujeres ambulantes se encontró que 21 de 30 mujeres deciden ingresar al comercio ambulatorio por cumplir el rol de cabeza de hogar, ya que cumplen múltiples funciones como: actividades domésticas, cuidado de los hijos y la administración del negocio. Para cumplir sus responsabilidades tienen la necesidad de contar con un horario flexible que se acomode a sus necesidades laborales y familiares. Marcela de Santa Rosa expresó: “Es tu propio sueldo, tu propio horario, no hay vacaciones en el año y puedes salir cuando quieras, tienes la capacidad de ahorrar, de crecer, eres tu propio jefe” (17:3202).

Las circunstancias personales se refiere a mujeres que emprenden el negocio con la proyección de mejorar su situación actual (suplir necesidades básicas) y alcanzar logros personales (crecimiento personal), estas mujeres tienen contacto o aprenden del negocio mediante relaciones familiares (sus padres fueron ambulantes), amistades o por observación y aventura emprendedora.

Finalmente, se presenta las circunstancias de logro tales como: capacidad de trabajo y esfuerzo personal, permanente deseo de superación, por lograr un sueño, independencia económica con respecto a su pareja y motivo de poder. En estas circunstancias las mujeres empiezan su emprendimiento como ambulantes, pero su proyección es el crecimiento del negocio mediante la formalización.

Uno de los principales motivos por los cuales se desarrolla la actividad comercial ambulatoria es el bajo nivel de educación. Los autores Castellanos (2014), Valadez y Martínez (2013), Fuentes et al. (2013), mencionaron que el motivo por el cual las mujeres ambulantes ingresaron al comercio ambulatorio fueron por el bajo nivel educativo, ya que el mercado laboral requiere personal más capacitado y con amplia experiencia.

La Tabla 31 muestra los beneficios que las mujeres encuentran trabajando de manera independiente, el 63% de las mujeres entrevistadas encuentran como un beneficio la

flexibilidad de sus horarios. Analizando las respuestas de las entrevistadas se destacó tres aspectos por los cuales las mujeres independientes aprecian la flexibilidad del horario, éstos son: (a) pueden decidir qué hora y día descansar, sin que nadie más pueda implantar un control en su horario de trabajo; (b) por su carga familiar y el cuidado de sus niños, ellas necesitan ajustar sus horarios de acuerdo con las necesidades de los niños; (c) cuanto más horas se dediquen al trabajo, mayores serán sus ingresos.

El 57% de las mujeres entrevistadas trabajan más de 10 horas al día y el 70% de ellas trabajan los 7 días de la semana (Tabla 23 y 24), en la Tabla 31 evidencia que uno de los beneficios que ellas valoran como trabajadoras independientes es la flexibilidad en el horario, quiere decir que ellas deciden sobre su jornada laboral, como el caso de Jessica de la Victoria, “Puedo llegar a la hora que yo quiera, puedo abrir a la hora que yo quiera puedo irme de viaje cuando quiera, esos beneficios yo aprecio bastante porque cuento con mi tiempo” (7:1344).

La mujer en América Latina prefiere no tener un trabajo en el sector formal para poder balancear mejor sus responsabilidades en el hogar y el trabajo ya que el cuidado de los hijos no les permite cumplir horarios fijos, por lo tanto, se ven obligadas a buscar horarios flexibles en el empleo informal o el auto empleo (Perry et al., 2007).

De acuerdo con las necesidades familiares y laborales, ellas establecen un horario que se ajuste a la rutina de sus hijos, así también, pueden suspender su trabajo en caso de urgencia que se refiera al cuidado de sus seres queridos. Adela de San Juan de Lurigancho y Carmen de Comas, expresan ese sentir de la siguiente manera:

“Yo misma me pongo mi horario y no recibo ordenes de nadie, yo misma puedo decir hasta aquí puedo trabajar, tal día no salgo porque me siento cansada y dedicarle el tiempo a mi hija” (Adela de San Juan de Lurigancho, 9:1764).

“Estoy con mis hijos, más tiempo con ellos tomo el desayuno, los recojo, estoy más pendientes de eso, porque no tengo horario fijo de trabajo” (Carmen de Comas, 11: 2190).

Tabla 31

Beneficios de Trabajar como Independiente

Nombre	Flexibilidad en el horario	Mayores Ingreso	Cuidado de sus hijos	No tener Jefe
Ruth del San Luis	X	X		
Lisec de San Juan de Miraflores	X	X		
Mirian de Punta Hermosa		X		
Lucy de Lurín	X	X		
Sara de Villa María	X	X		
Rosalía de Villa el Salvador	X	X		
Jesica deLa Victoria	X	X		
Lucía de Magdalena	X	X		
Adela de San Juan de Lurigancho	X	X		X
Elizabeth de Chorrillos	X	X		
Carmen de Comas	X		X	
Elva de Carabayllo				X
Pilar de Comas		X		
Teresa Rímac	X			X
Yovana de los Olivos				X
María de Ancón		X		
Marcela de Santa Rosa	X	X		
Diana de San Martín de Porres				X
Verónica del Agustino	X		X	
Antonia de Independencia				X
Susana de Lurigancho Chosica	X		X	
Dina de la molina	X	X		
Sandra de San Borja	X	X		
Irene de La victoria	X		X	
Yolandade Santa Anita		X	X	
Asunta de Ate Vitarte		X		
Maruja de Santa Anita	X	X	X	
Felipa de San Martín	X	X		
Cecilia de Puente Piedra		X		
Julia de Lima Cercado		X		X
Total	19	21	6	7

Las mujeres en general tienden a dedicar más horas al cuidado de los hijos que los hombres, esto hace que su participación en el mercado laboral se vea limitado. De acuerdo con Cassirer y Addati (2007) el motivo principal por lo cual las mujeres se dedican al

comercio informal es por la responsabilidad familiar que les obliga a contar con un horario flexible.

Siendo trabajadoras independientes, sienten la libertad de manejar sus propios horarios, y si dedican más horas al trabajo es porque desean tener mayores ingresos. Tal es el caso de Maruja de Santa Anita, “yo creo que en un negocio independiente tu misma te retas, tanto quiero ganar o tanto tiempo para trabajar, que día puedo trabajar o que día no puedo trabajar, o quizás por los gastos” (27:4667).

En la Tabla 30 se puede mostrar que 70% de las entrevistadas afirmaron que uno de los beneficios de trabajar independientemente son los mayores ingresos, y la toma de decisiones de qué hacer con las utilidades generadas al final del ejercicio. Marcela de Santa Rosa y Julia de Cercado de Lima, lo expresan así:

“Es tu propio sueldo, tu propio horario, no hay vacaciones esperando el año, sales cuando quieres, tienes la capacidad de ahorrar, de crecer, tu eres tu propio jefe” (Marcela de San Rosa, 17:3203).

“Muchos beneficios, lo más importante los ingresos son para ti, no dependes de otros, de un sueldo que no te alcanza, aquí son tus ingresos y tienes la posibilidad de crecer” (Julia de Cercado de Lima, 30:5211).

El 20% de las entrevistadas consideran importante el poder llevar a sus hijos a su lugar de trabajo, este porcentaje de mujeres quieren estar con sus menores hijos todo el tiempo, porque tal vez no cuentan con un apoyo en la crianza de sus hijos menores y deciden trabajar de manera independiente porque este tipo de trabajo les permite llevarlos al trabajo.

No me cambiaría de trabajo, porque aquí estoy con mis hijos, no los descuido, estoy ahí viéndolos, no los dejo con otra persona. La prioridad es estar con mis hijos y para trabajar para otra persona tendría que dejarlos a ellos y no me gusta eso. (Lucy de Lurín, 4:779)

“Yo misma me manejo el horario, puedo ver a mis hijos (Irene de la Victoria, 24:4277).

“Pongo mis horarios, cuando mis hijos están mal me dedico a mis hijos no salgo a trabajar esos días. En todos los trabajos te ayudan, aunque cuando pides mucho permiso porque tu bebe se pone mal te botan”. (Verónica del Agustino, 19:3552).

Las mujeres que trabajan de manera independiente aprecian gozar de libertad de decisión y no tener un jefe que les imponga horarios y metas a cumplir, ellas solas administran su negocio y deciden sobre sus finanzas y establecen sus estrategias. Son los casos de:

“No informo y no tengo que rendir cuenta a nadie. Así este bien o mal una solita se corrige o ve la forma de superar y se hace responsable de su negocio” (Elva de Carabayllo, 12:2357).

“No hay nadie que te ordene, la facilidad de salir a la hora que tú quieras, el trabajador tiene que estar porque manda el jefe, ahora soy libre” (Teresa del Rímac, 14:2697).

“Trabajo para mi propio capital para mí mismo porque es más esfuerzo, responsabilidad porque sé que es mío, es para mí y no para otra persona” (Yovana de los Olivos, 15:2863).

“Yo me siento más tranquila porque no me siento la presión por otras personas. Mi negocio es propio, cuando yo quiero lo cierro cuando yo quiero lo abro” (Diana de San Martín de Porres, 18:3371).

Uno de los motivos por las cuales las mujeres ambulantes permanecen en la actividad informal es por el apoyo que sienten de parte de su familia al realizar este trabajo. Ante la pregunta ¿Su familia le apoya en el trabajo que realiza? El análisis presenta que el 57% de las mujeres cuentan con apoyo de su familia en la actividad comercial que desempeña.

Analizando las respuestas se pudo notar que las entrevistadas decían que se sentían apoyadas

por sus familiares tan sólo porque las dejaban hacer su trabajo, quiere decir que sus familiares no les ayudaban en la actividad ambulatoria, sino que, permitían que ellas trabajaran y eso hacía que se sientan apoyadas por sus familiares, como expresa Antonia de Independencia “mis hijos y esposo si me apoyan me dejan trabajar, pero mis hermanos no” (20:3742).

Asimismo, las mujeres entrevistadas refieren apoyo por parte de sus familiares en el cuidado de sus hijos mientras ellas trabajan. Lisec de San Juan de Miraflores expresa “Sí, mi mamá me apoya cuidando a mis hijos” (2:0330).

Algunas expresaron que al comienzo sus familiares no le prestaron ayuda alguna en su actividad comercial, pero cuando sus familiares vieron que el negocio era rentable, empezaron a apoyarlas, Adela de San Juan de Lurigancho dice:

Sí, ahora que mi esposo ha visto que este negocio es rentable me ha empezado a apoyar y también mis hijas y mis hermanos. Ellos me apoyan por ejemplo cuando tengo que ir a la parada mi hermana le dice a su esposo anda en el carro y ayúdame a traer, y cuando no puedo ir yo, va mi esposo. (9:1808)

Finalmente, se encontraron mujeres que reciben ayuda directa en el negocio como, el caso de Rosalía de Villa el Salvador (6:1177): “Si tengo apoyo, mi esposo y mis papas me apoyan. Mi esposo cuando yo no puedo ir a trabajar él viene”.

El 43% de las mujeres que no cuentan con el apoyo de su familia en el negocio, comparten algo en común y es que el 92% cuenta con hijos menores de edad y el 62% antes de dedicarse al comercio ambulatorio eran amas de casa. El 46% son solteras o separadas, 38% convivientes y el 15% casadas.

Todas consideran su principal motor a su familia e hijos. Consecuentemente el 80% de las mujeres entrevistadas, reconocen que su principal logro en este tiempo es la educación de sus hijos, es el caso de Mirian de Punta Hermosa, quien afirma:

Mis hijos, me esforcé por mis hijos porque yo no tuve papá ni mamá, no tuve padre que luche por mí, así que mis hijos me tienen a mí y punto. Y yo le quise dar lo mejor a ellos. Yo no he tenido zapatos y mis hijos tienen sus cuartos, sus cosas, yo no tuve nada y ahora estoy acá. Mis hijos son educados en la universidad. (3:0569)

Tabla 32

Su Principal Logro en Este Tiempo

Caso	Educación de sus hijos	Adquisición de bienes y propiedades	Crecimiento del negocio
Ruth del San Luis	X	X	
Lisec de San Juan de Miraflores	X		
Mirian de Punta Hermosa	X		
Lucy de Lurín	X		X
Sara de Villa María	X	X	
Rosalía de Villa el Salvador	X		X
Jesica - La Victoria		X	
Lucía de Magdalena	X		X
Adela de San Juan de Lurigancho	X	X	
Elizabeth de Chorrillos	X	X	
Carmen de Comas	X	X	X
Elva de Carabayllo	X	X	
Pilar de Comas		X	
Teresa Rímac	X		
Yovana de los Olivos	X	X	X
María de Ancón	X		
Marcela de Santa Rosa		X	
Diana de San Martín de Porres	X	X	
Verónica del Agustino	X	X	
Antonia Independencia	X	X	X
Susana de Lurigancho Chosica	X	X	
Dina de la Molina	X	X	X
Sandra de San Borja		X	
Irene de La Victoria	X	X	
Yolanda -Santa Anita		X	
Asunta de Ate Vitarte	X	X	
Maruja de Santa Anita	X	X	X
Felipa de San Martín			
Cecilia de Puente Piedra	X		X
Julia de Cercado de Lima	X		X
Total	24	20	10

También refieren dentro de sus principales logros la adquisición de bienes y propiedades (ver Tabla 32), cómo es el caso de Diana de San Martín de Porres y Maruja de Santa Anita, mientras que el 33% de las mujeres entrevistadas refieren dentro de su principal logro el crecimiento de su propio negocio, que es un motivo intrínseco de desarrollo personal, como es el caso de Jesica de la Victoria. Por otro lado, para las mujeres entrevistadas su negocio tiene un rol importante para el cumplimiento de sus objetivos.

“Tengo cuatro casas, toda la gente se admira de mí. Mi otro logro es que mis dos hijas son profesionales” (Diana de San Martín de Porres, 18:3432).

“Varias cosas, mi puesto en el mercado, mi casa, el carro, la educación de mis hijos” (Maruja de Santa Anita, 27:4708).

“He conocido a varios clientes empresarios, me he relacionado con gente preparada, yo me sorpendo tener lo que tengo económicamente” (Jesica de La Victoria 7:1425).

4.2.3. Obstáculos que limitan el desempeño de la mujer ambulante

Según manifestaciones de las mujeres informantes, los principales obstáculos que enfrentan en el desarrollo de sus actividades económicas son las siguientes: (a) ausencia de políticas municipales flexibles, (b) falta de manejo económico, (c) responsabilidades familiares, (d) falta de conocimiento del desarrollo de negocio, (f) financiamiento, e (g) inseguridad ciudadana.

En la investigación las mujeres informantes expusieron los principales obstáculos en el inicio y transcurso de sus actividades comerciales, las mujeres ambulantes dieron sus manifestaciones las cuales fueron contrastadas con la teoría presentada (ver Tabla 33).

El resultado muestra que 14 de las entrevistadas presentan problemas con la municipalidad en el desarrollo de sus negocios como ambulante, 6 de las mujeres respondieron que tienen dificultad con el manejo económico, 5 entrevistadas presentan limitaciones en el acceso al financiamiento, por otra parte, 7 de las mujeres desconocen

aspectos importantes sobre cómo desarrollar su negocio, también 3 mujeres sienten obstaculizado su avance por la responsabilidad con su familia y 3 de las mujeres se sienten inseguras al desarrollar su actividad con normalidad.

Tabla 33

Matriz de Obstáculos que Influyen: Definiciones

Principales obstáculos	Definición
Ausencia de políticas de la municipales flexibles	La mujer ambulante desarrolla su negocio en lugares no permitidos para su ejercicio, de esta manera genera problemas con los encargados de cuidar las vías públicas, pudiendo sufrir agresiones, decomisos por los inspectores municipales. Por último, políticas económicas excesivas, tal como como expuso Norman (2013).
Falta de manejo económico	Cuando la mujer no tiene dinero suficiente para afrontar gastos en el negocio porque tiene que cubrir los gastos básicos del hogar, los ingresos obtenidos no son suficientes para poder reinvertir en el negocio. Los ingresos son limitados, ya que no gozan los beneficios exigidos por el gobierno (Bastidas, 2011).
Responsabilidades familiares	Para las mujeres, el autoempleo se convierte en un problema mayor en situaciones donde es cabeza de familia y existe dependencia de menores de edad, dado que tienen que destinar tiempo, además de las responsabilidades personales (Blofield & Martínez, 2014).
Falta de conocimiento del desarrollo de negocio	Cuando las mujeres ambulantes carece del conocimiento para la gestión integral del negocio que pretende emprenden, desarrollando sus negocios en lugares inadecuados, no cuentan con grandes cantidades de inventario, debido a no tener un lugar fijo donde pueda exponer sus productos, no están organizados, actúan de manera individual, tampoco poseen mayor capital, no cuentan con línea de créditos de sus proveedores, solo compran al contado, esto ocasiona pérdidas (De Soto, 2009).
Falta de financiamiento	Para iniciar el negocio, mantenerlo o aumentar la capacidad instalada, la falta de capital de trabajo, herramientas y el escaso acceso al financiamiento bancario dificultan el desarrollo del emprendimiento (León, 2012).
Inseguridad ciudadana	Cuando las mujeres sufren robos y asaltos en los lugares donde desarrollan sus actividades comerciales, generando pérdidas y evitando el crecimiento.

Tabla 34

Matriz de Obstáculos que Influyen la Decisión de Tener un Negocio Independiente

Principales obstáculos	Ruth de San Luis	Lisec de San Juan de Miraflores	Mirian de Punta Hermosa	Lucy de Lurín	Sara de Villa María del Triunfo	Rosalía de Villa el Salvador	Jesica de La Victoria	Lucía de Magdalena del Mar	Adela de San Juan de Lurigancho	Elizabeth de Chorrillos	Carmen de Comas	Elva de Carabayllo	Pilar de Comas	Teresa de Rímac	Yovana de Los Olivos	María de Ancón	Marcela de Santa Rosa	Diana de San Martín de Porres	Verónica de El Agustino	Antonia de Independencia	Susana de Lurigancho	Dina de La Molina	Sandra de San Borja	Irene de La victoria	Yolanda de Santa Anita	Asunta de Ate Vitarte	Maruja de Santa Anita	Felipa de San Martín de Porres	Cecilia de Puente Piedra	Julia de Lima Cercado
Ausencia de políticas municipales flexibles	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					X							X	X	X		X				
Falta de manejo económico	X						X												X	X			X		X					
Responsabilidades familiares	X																								X			X		
Falta de conocimiento del desarrollo de negocio					X									X		X		X			X	X				X				
Falta de financiamiento													X			X	X										X		X	
Inseguridad ciudadana											X	X											X							

La mayor parte de las mujeres entrevistadas (ver Tabla 35) tuvieron problemas con la autoridad municipal al iniciar su negocio. Dentro de los casos se observó que las mujeres ambulantes fueron agredidas físicamente, además el personal de fiscalización les confiscó su mercadería.

Tabla 35

Problemas con la Municipalidad en el Desarrollo del Negocio

Circunstancias	Casos	fo	%
Respuesta Si	Ruth, Lisec, Mirian, Lucy, Rosalía, Lucía, Adela, Elizabeth, Teresa, Yovana, María, Diana, Verónica, Susana, Dina, Sandra, Irene, Yolanda, Maruja y Cecilia	20	67
Respuesta No	Sara, Jesica, Carmen, Elva, Pilar, Marcela, Antonia, Asunta, Felipa y Julia	10	33

La municipalidad nos quitaban nos pegaban me acuerdo, ellos te meten la mano, ellos no miden ellos piensan que son dueños y amos, no saben que somos personas que nos sacamos el ancho por nuestros hijos. Ellos te quitan y se llevan tu mercadería y no les interesa que van a comer tus hijos, por eso hay personas que yo veo que les quitan y me da una pena y digo hasta cuando, pero como dicen hay que hacer legal, no ser ambulante dicen, pero hay maneras. Tanto provinciano que nos venimos, donde vamos a trabajar, tenemos que trabajar para comer. La municipalidad es terrible, yo entiendo a la municipalidad pero lo que no entiendo es porque tienen que maltratar y quitar su mercadería, no pueden decir sabes que retírate. Pero ellos te quitan te arrastran, es terrible. (Mirian de Punta Hermosa, 3:526)

Una vez en Gamarra casi me quitan toda mi bolsa llena de mercadería, vendía en ese tiempo chalinas convertibles y estaba vendiendo, y estaba cargando en el hombro una bolsa grande y en la mano el gancho con las chalinas y en ese momento no me había percatado que me estaban quitando y casi me quitan toda la bolsa y se detuvieron porque vieron que yo tenía mi hija delicada, cómo es una niña especial se dieron

cuenta y una de ellas se acercó y estaba a punto de quitarme y me pregunto ¿señora su hija es una niña delicada? Si le dije, entonces ella dijo ya avance no más. (Elizabeth de Chorrillos, 10:2025)

Para evitar estos conflictos entre las autoridades municipales y los comerciantes informales, la OIT (2002) propone como solución implementar un diálogo social que conste de un sistema tripartito de consulta y negociación que abarque el ámbito nacional o sectorial y sirva como un medio dinámico y eficaz de promover la igualdad de oportunidades y solucionar el conflicto.

Otro de los obstáculos es el manejo económico deficiente, porque sus ingresos producidos no los reinvierten en sus negocios, esto hace que la mujer no tenga dinero suficiente para afrontar gastos en el negocio, ya que tiene que cubrir los gastos básicos del hogar. Las mujeres ambulantes se esfuerzan con el fin de ahorrar dinero, de esta manera destinar eficientemente los fondos obtenidos en sus negocios, cómo es el caso de Teresa del Rímac “No sabía nada de los precios, compraba con mayor precio no sabía los precios de venta, se me hacía difícil y poco a poco aprendí” (13:2680).

Cuando inicie el negocio no me iba bien, discutíamos, no había comprensión con mi esposo, también desconfiaba porque había mucha venta, por esta razón empezamos a quebrar y a levantarnos, nuestro capital no sabíamos administrar nos gastábamos los ingresos, las ventas lo gastamos en comprar nuestras cosas y el para capital ya no teníamos. (Asunta de Ate Vitarte, 26:4530)

La falta de financiamiento ocasiona problemas para invertir y continuar con el negocio, las mujeres necesitan de créditos para que puedan invertir en su capital o en herramientas de trabajo, cómo es el caso de María de Ancón “para iniciarse es pesado porque se requiere dinero que sea destinado para capital de trabajo o compra de herramientas, por la falta de capital se inicia de a pocos para adquirir lo que se necesita” (16:3016).

La inseguridad ciudadana es un impedimento para las mujeres ambulantes puedan desarrollar sus actividades comerciales sin ningún inconveniente, cómo es el caso de Carmen de Comas “le robaron a mi esposo la plata, así hemos arrastrado deudas y problemas” (11:2173).

Elva de Carabayllo manifestó que “Los robos y los asaltos en la parada, para ir a comprar era difícil transportar la mercadería por la delincuencia” (12:2340).

La falta de conocimiento del negocio limita el desarrollo de sus actividades porque no cuentan con capacidades necesarias, cómo es el caso de Teresa de Rímac “No sabía nada los precios, compraba con precios altos y los vendía sin saber los precios, se me hacía difícil y poco a poco aprendí” (14:2680).

Cuando inicie el negocio me decían que no me correspondía ese espacio y tenía que irme a otro, era ambulante por tanto no tenía espacio fijo y tenía que madrugar a las dos de la mañana para coger un espacio y poder vender, los que no tienen puesto tienen que madrugar para agarrar espacio. A mí la dueña de una cámara frigorífica que me da este puesto para vender, la ayuda es mutua porque yo también ayudo a ver su negocio. (Sara de Villa María del Triunfo, 5:896)

4.2.4. Aspiraciones futuras

En relación a las aspiraciones futuras de las mujeres ambulantes se analizaron tres puntos: (a) si desean cambiar su trabajo ambulatorio a un trabajo dependiente, (b) en el futuro a quien dejaría el negocio, (c) la continuidad del negocio en el futuro.

En caso tuvieran la oportunidad de cambiar su situación laboral y pasar a ser trabajadora dependiente, solo el 27% de las mujeres entrevistadas aceptaría una nueva posición, siempre y cuando tengan mayores ingresos que los actuales.

“Claro, sí cambiaría, siempre y cuando tendría mejora económica” (Ruth de San Luis, 1:154).

“Puede ser, depende cuanto paguen” (Verónica del Agustino, 19:0154).

“Sí, dependiendo del ingreso pero si es un trabajo fuerte creo que no” (Elva de Carabayllo, 12:2414).

Tabla 36

Cambiaría lo que Viene Haciendo por un Trabajo Dependiente

Respuesta	Caso	fo	%
Si	Ruth, Elva, Verónica, Irene y Asunta	5	17
No	Mirian, Lisec, Lucy, Sara, Rosalía, Jesica, Lucía, Adela, Teresa, Sandra, Yolanda, Elizabeth, Carmen, Pilar, Yovana, María, Marcela, Diana, Antonia, Susana, Dina, Maruja, Felipa, Cecilia y Julia	25	83

Similares resultados fueron encontrados por Perry et al. (2007) en un estudio realizado en América Latina y el Caribe en el cual halló que los comerciantes informales preferían el empleo independiente porque sus ingresos eran mayores que los sueldos en un trabajo dependiente.

Las personas que no cambiarían a un trabajo dependiente refieren los beneficios que obtienen al ser independientes (ver Tabla 31): (a) la flexibilidad del tiempo, (b) mayores ingresos, (c) no reciben órdenes de un jefe, y (d) pueden estar más pendientes de sus hijos menores.

Para las mujeres ambulantes, la mayor motivación por la cual ellas continúan trabajando a pesar que las condiciones laborales no sean óptimas, es obtener los recursos necesarios para dar una buena educación a sus hijos y suplir las necesidades básicas de la familia. La mujer peruana en general, tiene dentro de sus principales aspiraciones el sacar adelante a sus hijos (Avolio et al., 2012).

Ante la pregunta: *En el futuro ¿a quién dejaría su negocio?* se puede observar que las mujeres entrevistadas consideran que su actividad comercial es rentable, ve perspectivas de

crecimiento y desean que esta tenga continuidad, por lo tanto, ven posibilidades que familiares o terceros continúen con el negocio (ver Tabla 37). Solo dos entrevistadas refieren que no quisieran que alguien continúe con su negocio, ya que no lo ven como una buena forma de obtener dinero.

Tabla 37

En el Futuro a Quien Dejaría su Negocio

Delegar	Caso	fo	%
Nadie	Ruth y Lisec	2	7
Hijos y/o familiar directo	María, Lucy, Sara, Rosalía, Jesica, Lucía, Adela, Elizabeth, Carmen, Elva, Teresa, Yovana, Marcela, Verónica, Antonia, Susana, Dina, Sandra, Irene, Yolanda, Asunta, Maruja, Cecilia, Julia	24	80
Terceros	Pilar, María, Diana y Felipa	4	13

No le dejaría el negocio a nadie, porque no es una tienda o un puesto, este negocio es bien pesado, bien sufrido en el verano por el sol y en el invierno por el frío acá también nos mojamos llueve fuerte a veces, el año pasado no ha llovido tanto pero habido otros años que ha llovido bastante, a veces la mercadería también se moja. (Lisec de San Juan de Miraflores, 2:0347)

Respecto a las perspectivas futuras de las mujeres entrevistadas en relación a la continuidad del negocio, se encontró que el 87% plantea continuar con su negocio y hacerlo crecer, lo ven como una herramienta de trabajo útil y esperan seguir desarrollándola.

“Yo quiero sacar otra panadería más y luego andar administrando viendo los trabajadores eso es mi meta” (Jesica de la Victoria, 7:3455).

“Mi deseo es crecer más en el mismo giro, mi idea es mejorar” (Dina de la Molina, 22:3983).

Solo el 13% de las entrevistadas (4 mujeres), no tiene planificado continuar con su negocio, se refieren diversos motivos, pero indican que les gustaría progresar haciendo otras cosas.

“Quisiera dejarlo, quiero terminar lo que voy a estudiar y lo dejo” (Lisec de San Juan de Miraflores, 2:0391).

“Espero crecer pero de otra manera” (María de Ancón, 16:3119).

Por otro lado, sobre su visión del futuro con relación a su familia, el 83% de las entrevistadas refiere que esperan que sus hijos sean profesionales y manifiestan que desean que ellos sean mejores que ellas como en el caso de Yovana de los Olivos (15:2950): “Que mis hijos sean profesionales, sean mejores que yo” o Marcela de Santa Rosa (17:3290) “Que sean profesionales, que sean mejor que yo”. Incluso, una de las mujeres entrevistadas, Yolanda de Santa Anita refiere que su mayor deseo es que sus hijos puedan tener su propia empresa.

Si bien, la principal aspiración de las mujeres entrevistadas es lograr que sus hijos puedan desarrollarse personal y profesionalmente, encontramos el caso de Rosalía de Villa el Salvador, quien su principal visión a futuro es poder desarrollar un negocio mayorista junto a su esposo.

Bueno mi esposo tiene en mente hacer un taller, porque el de joven hacia zapatos, también me case con una persona del mismo rubro, por eso yo siempre digo que he tenido el apoyo de él, además le gusta el negocio también, igual que a mí. Ahora yo espero que mi esposo se dedique más al taller, él ya tiene un taller chico pero lo queremos ampliar. Mi esposo hace zapatillas de cuero, él hace poco pero lo queremos ampliar a mayorista. Y yo espero que mis hijos tengan una profesión que a ellos les guste, porque ellos se van a dedicar a eso, yo siempre les voy a apoyar. (Rosalía de Villa el Salvador, 6:1241)

Finalmente, todas las entrevistadas perciben el futuro de una forma positiva y con optimismo. Se encontró que el motivo principal para continuar trabajando para las mujeres entrevistadas es la educación de sus hijos y por otro lado conseguir sus logros personales.

Mi motivación es mi hijito porque es un niño que no ha sido reconocido por su papá y yo lo he criado desde los dos meses sola, y yo siento que él ha sido mi motivación por sobre todo. Mi hijo nació a raíz de que mi papa falleció y yo estaba deprimida, mi mamá estaba a punto de morirse, y creo que Dios lo mando en el momento preciso para salir adelante, salir adelante y ya. (Elizabeth de Chorrillos, 10:2118)

Antonia de independencia “Seguir adelante hacer más cosas, hacer minimarket, comprar terreno y hacer su sucursal de este local” (20:3773).

4.3. Análisis Transversal

4.3.1. Cumplimiento de sus expectativas y su alcance obtenido

Según la información analizada en la Tabla 38, se muestran las expectativas que tenían al iniciar sus actividades y con la finalidad de generar ingresos los cuales les ayuden a satisfacer sus necesidades económicas y familiares, se muestra que un 66.7% de las mujeres informantes han logrado alcanzar sus expectativas las cuales eran de lograr un crecimiento económico y 33.3% de las mujeres informantes no lograron satisfacer sus necesidades pero si adquirieron experiencia, aprender más del negocio ser perseverantes y además de poder motivarse.

No, los primeros meses fueron dificultosos porque tenía que ganarme a los clientes, habrá pasado todo un año para empezar a crecer, porque para ganarse al cliente es difícil, entonces he tenido esa dificultad pero si conseguí para pagar el alquiler pero no sacaba todavía para mi sueldo, por eso no tomaba la misma vida de antes, trataba de ahorrar para mi habitación que alquile, todo el año habré padecido porque tenía a

las justas para comer y para mis gastos de movilidad ida y vuelta, pero después del año si empecé a ganar más clientes. (Jesica de la Victoria 6:1324)

Tabla 38

Cumplimiento de sus Expectativas y su Alcance Obtenido

¿Cuándo inició el negocio, superó sus expectativas?	Alcance	Casos	fo	%
Si	Crecimiento económico	Ruth, Mirian, Lucy, Sara, Lucía, Elizabet, Elva, Diana, Verónica, Susana, Sandra, Yolanda, Asunta, Lisee, Carmen, Irene, Maruja, Rosalía, Yovana, Dina	20	66.7
No	Aprendizaje, perseverancia, motivación personal	Adela, Marcela, Pilar, Felipa, Rosalía, Teresa, Cecilia, Julia, Jesica, María	10	33.3
Total			30	100.0

No, al principio compras y vendes al mismo precio, de esta manera se vas levantando el negocio, los primeros meses no me fueron tan bien como esperaba pero si era regular. En la avenida lo bueno es que había público, entonces lo que tenías que hacer es traer modelos bonitos, aplicar el modelo de las tres b's, como dice las personas quieren un producto bueno, bonito y barato, entonces mientras había estos tres productos se vendía, mientras que traía una mercadería bonita a la gente le gustaba y te compraba, venían por otra cosa porque sabían que traía cosas novedosas. (Rosalía de Villa el Salvador, 6:1112)

En la Tabla 39 se observa que las mujeres ambulantes que no cumplieron sus expectativas al iniciar su negocio, el 100% no cambiarían lo que vienen haciendo por otros

trabajos, en este reporte se aprecia que, al no cumplir con sus expectativas consiguieron aprender más del negocio, este esfuerzo obtenido hace que valoren más el sacrificio aprendido, por esta razón ninguna dejaría su actividad. Cómo es el caso de Pilar de Comas “Dependiente de alguien en este negocio no, tal vez emprendería en otra área, pero no cambiaría esto porque conozco este negocio” (13:2583).

Tabla 39

Relación entre el Cumplimiento de Expectativas y su Aspiración

¿Cuándo inició el negocio, superó sus expectativas?	¿Cambiaría lo que viene haciendo por un trabajo dependiente u otra forma de ingresos?	Casos	fo	%
Si	No	Mirian, Lucy, Sara, Lucía, Elizabet, Susana, Yolanda, Carmen, Maruja, Rosalía, Yovana, Dina	12	60
	Si	Ruth, Lisec, Elva, Verónica, Sandra, Irene, Yolanda, Asunta	8	40
No	No	Adela, Marcela, Pilar, Felipa, Rosalía, Teresa,	10	100
	Si	Cecilia, Julia, Jesica, María	0	0

No, porque me van a dar un horario para salir y dejaría de lado a mi hija, donde queda la maternidad de una madre con los hijos, quedaría de lado ya no la vería como la veo ahora, ya no le dedicaría el tiempo como la dedico ahora. (Adela de San Juan de Lurigancho, 9:1835)

No, trabajar para la gente no, veo y escucho que se trabaja de tal hora hasta tal hora para que me paguen, en cambio en dos o tres días, ganaría ese monto que pagan mensual, me dijeron porque tengo clientes que trabajan en buenos lugares ganan lo que podría ganar en unos días. (María de Ancón, 16:2920)

Por otra parte, las mujeres que sí cumplieron con sus expectativas, el 27 % cambiarían su actividad para mejorar su economía y el 40% no cambiara lo que vienen haciendo por otros trabajos.

4.3.2. Motivos por lo cual las madres que sustentan solas a sus hijos optan por el trabajo ambulatorio

El grupo de entrevistadas que no cuentan con el apoyo del padre de sus hijos en su crianza están clasificadas como: madres solteras (7 casos), divorciadas con hijos (1), separadas con hijos (1) y viudas con hijos (1), y conforman el 33% de la población estudiada. Este es considerado como un grupo vulnerable ya que para suplir las necesidades de la familia se sienten obligadas a salir a buscar trabajo, la Tabla 40 presenta las diferentes motivaciones que obligan a estas mujeres a emprender un negocio como ambulantes.

Al analizar la Tabla 40 se observa que el 80% de las entrevistadas en esta situación escogieron el trabajo como ambulantes como la mejor alternativa por tener que ejercer “el rol de mujer, madre y padre en la familia”, el trabajo como ambulante les permite llevar a sus hijos al lugar del trabajo, así mismo, implementar un horario de trabajo de acuerdo a las necesidades de la familia.

Las necesidades económicas es el segundo motivo principal de su elección, el 60% reconoce que es uno de los motivos por lo cual decidió trabajar como ambulante, este trabajo les genera mayores ingresos que un trabajo con un sueldo fijo. En el trabajo ambulatorio si trabajan más horas pueden incrementar sus ingresos. Es importante aclarar que las mujeres ambulantes tienen aspiraciones a otros empleos, pero por no contar con capacitación calificada, sus posibilidades se reducen y por lo tanto ven como mejor alternativa el trabajo ambulatorio.

Tabla 40

Motivaciones que Obligan a las Madres Solteras a Empezar un Negocio Como Ambulantes

	Ruth de San Luis	Lucy de Lurín	Lucía de Magdalena del Mar	Elizabeth de Chorrillos	Elva de Carabayllo	Teresa de Rímac	Verónica de El Agustino	Yolanda de Santa Anita	Felipa de San Martín de Porres	Cecilia de Puente Piedra
Circunstancia										
CE Económica: necesidad económica básica	X	X	X	X			X	X		
CE Económica: insatisfacción con el ingreso familiar	X	X		X			X	X		
CL Laboral: dificultad para encontrar empleo por falta de oportunidades en el mercado laboral					X					X
CL Laboral: frustración por razones económicas										X
CF Familiar: rol de la mujer en la familia	X	X			X	X	X	X	X	X
CF Familiar: necesidad de un horario flexible					X	X			X	X
CP Personal: presencia de un modelo de empresario										
CP Personal: oportunidad específica					X					X

4.3.3. Relación entre las circunstancias y los motivos para iniciarse en la actividad ambulatorio

Para realizar el análisis transversal se asignó un código para cada circunstancia y motivo de los 30 participantes, luego se han identificado las diferencias y las similitudes de ambas variables el cual ha permitido determinar las variaciones que han experimentado las mujeres ambulantes de acuerdo a sus antecedentes y preguntas realizadas, tal como ¿cuáles son los motivos por los cuales las mujeres deciden trabajar como ambulantes?

Tabla 41

Análisis de la Relación Entre relación entre las Circunstancias y Motivos para Iniciarse en la Actividad Ambulante

Circunstancias	Motivación de Logro	<i>n</i>	%	Motivación de Autonomía	<i>n</i>	%	Motivación de Poder	<i>n</i>	%
CE Económica	Ruth, Lisec, Mirian, Lucy, Sara, Rosalía, Jesica, Lucia, Adela, Elizabeth, Carmen, María, Marcela, Diana, Verónica, Antonia, Susana, Dina, Sandra, Irene, Yolanda, Asunta, Maruja, Julia, Cecilia	25	61.0	Carmen,	1	4.8		0	-
CL Laboral	Elva, Pilar, Cecilia,	3	7.3	María, Julia, Cecilia,	3	14.3		0	-
CF Familiar	Rosalía, Teresa, Yobana, Marcela, Verónica, Antonia, Susana, Dina, Irene, Yolanda, Asunta, Felipa,	12	29.3	Ruth, Lisec, Mirian, Lucy, Jesica, Elva, Pilar, María, Diana, Maruja, Felipa, Cecilia,	12	57.1		0	-
CP Personal	Elizabeth	1	2.4	Adela, Yobana, Diana, Cecilia, Julia.	5	23.8	Elva, Pilar	2	100.00
	Total	41	100.0		21	100.0		2	100.00

Según el resultado del estudio realizado (ver Tabla 41), el 61% de las mujeres permanecen en el comercio ambulatorio por circunstancias económicas y logro, sin embargo, el 29% permanecen por circunstancia familiar y autonomía, por otro lado por motivo laboral y personal representan solo el 7% y 2% respectivamente, mientras que por motivos de afiliación y de poder son muy pocas.

4.3.4. El ciclo de vida de las mujeres ambulantes.

Como parte del análisis transversal de los casos encuestados, se observa similitudes respecto al lugar de nacimiento, condición civil, carga familiar y educación. Sin embargo, en relación a otras variables como edad, nivel de estudios y tipo de actividad comercial se aprecia diferencias marcadas. Por otro lado, se detecta un ciclo de vida similar entre las mujeres participantes en el estudio, es importante destacar que dichas similitudes representan a las etapas de como transita su desarrollo en el tiempo, dado que cada caso presenta sus propias particularidades.

Dentro del ciclo de vida se observa cuatro etapas, donde cada caso con sus propios problemas, circunstancias y situaciones transitan entre una etapa inicial, luego una etapa de lucha y esfuerzo, posteriormente de consolidación, y por último de satisfacción por los logros obtenidos. Como bien se explicó en el perfil de las informantes, y la presentación y discusión de los resultados, cada mujer presenta diversas características de mayor o nivel grado de dificultad para transitar entre cada etapa.

En la etapa inicial, se observa a mujeres con diversas situaciones, la mayoría con carga familiar, fundamentalmente hijos pequeños y con estado civil casada o conviviente. Posteriormente, atraviesan por situaciones de crisis y presentan necesidades como consecuencia de la ausencia masculina, dado la separación, abandono de hogar o los bajos ingresos del núcleo familiar. todo ello dificulta cubrir las necesidades básicas de

alimentación, salud, educación y vivienda, exigidas por la composición familias. Por consiguiente, las mujeres se ven en la necesidad de emprender negocios ambulorios como una vía fácil para obtener ingresos.

Después de iniciado el negocio ambulatorio, pasan por una etapa de lucha y esfuerzo. Es una etapa llena de dificultades dada las condiciones donde se desarrolla el negocio ambulatorio, además, de la constante presión que ejercen las entidades municipales, como son los pagos, desalojos y fiscalización. Se suma además, la responsabilidad de asumir la cabeza de familia, por lo general, como madres solteras, la cual se agudiza por la atención y cuidado de sus menores hijos. Por lo general, se constituyen negocios de rápida implementación, de conocimiento previo o por que algún familiar directo lo ha ejercido, estos dos últimos casos facilitan el conocimiento del movimiento comercial.

Luego de una etapa de difícil transición, llega la de consolidación, por lo general las mujeres ambulantes consolidan el negocio emprendido, ya sea porque se observa un crecimiento, mejoran las condiciones o por que transitan a otros negocios con mejores condiciones. Son mujeres que en algunos casos recurren a créditos para expandir el negocio, por lo general confían más en entidades financieras que a prestamistas. Los problemas en esta etapa son menores, dado que reflejan ciertos niveles de formalización. El crecimiento permite que las condiciones familiares mejoren de manera sustantiva.

La última etapa identificada, demuestra una satisfacción por los logros obtenidos. En su mayoría la mayor satisfacción la constituye la educación de los hijos, como uno de los mayores legados. Posteriormente, la satisfacción de lograr mejoras y la comodidad del hogar. Por último, la mejora del negocio, ya sea por aumentar los ingresos u obtener mayores beneficios. son dos aspectos a considerar como un gran logro esperado. En este

punto es importante destacar que, los logros no están en función de mejorar sus condiciones como mujer, lograr mayor educación, son unos de los aspectos dejados como segundo plano o nunca tomados en consideración, en algunos casos inclusive, expresan el deseo que sus hijos no continúen ejerciendo el negocio el cual emprendieron.



Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones

En el presente capítulo se desarrollan las conclusiones, contribuciones teóricas, contribuciones prácticas y recomendaciones como resultado de la investigación desarrollada.

5.1. Conclusiones

En el presente capítulo se presenta las conclusiones, contribuciones, limitaciones y recomendaciones del estudio. Utilizando el enfoque cualitativo y analizando la información obtenida de las mujeres ambulantes, se ha respondido a las preguntas de la investigación: ¿Cuál es el perfil demográfico de la mujer ambulante en Lima Metropolitana?, ¿Cuál es la trayectoria laboral de la mujer ambulante?, ¿Cuáles son las circunstancias y motivos por los cuales las mujeres deciden trabajar como ambulantes?, ¿Cuáles son los obstáculos para el crecimiento económico de la mujer ambulante?, ¿Cuáles son las perspectivas futuras de las mujeres ambulantes en Lima Metropolitana dentro del periodo 2003 al 2013?.

Las conclusiones del estudio son las siguientes:

5.1.1. Sobre el perfil de la mujer ambulante en Lima Metropolitana, Perú

Los resultados muestran que las mujeres ambulantes presentan un perfil demográfico variado, como lo es el lugar de nacimiento, edad, nivel educativo, carga familiar, estado civil, años de experiencia en el negocio independiente, antecedentes laborales, y motivos por el cual ejercen actividades de forma ambulatoria. Sin embargo, se puede concluir que todos estos factores demográficos no influyen de manera directa en el fracaso o éxito de la mujer ambulante.

Respecto al perfil de las mujeres ambulantes se concluye que: (a) las mujeres ambulantes presentan diversos antecedentes educativos, y es un factor que influye en el éxito del negocio, ya que un bajo nivel de educación puede ser un obstáculo para su crecimiento; (b) la experiencia en el negocio previo al emprendimiento, no es un factor determinante para

el desarrollo y crecimiento de la actividad comercial; y (c) el giro del negocio ambulatorio ejercido no influye en el crecimiento y formalización del negocio.

5.1.2. Sobre la trayectoria laboral de la mujer ambulante

Las principales conclusiones sobre la trayectoria de la mujer ambulante son:

- Con respecto a la experiencia laboral se encontró que la gran mayoría de las participantes aprendieron sobre el negocio de sus familiares y amistades, por lo tanto el aprendizaje ha sido un aspecto importante para iniciar su actividad comercial.
- Al momento de iniciar el negocio el 57% afirman que recibieron ayuda de sus familiares, 10% de su conyugue, la ayuda que ellas recibieron en su mayoría fue moral.
- Las mujeres ambulantes trabajan más de 8 horas diarias ya que su principal motivación es generar mayores ingresos sin embargo consideran como beneficio la flexibilidad en el horario de trabajo.
- La mayoría de las mujeres empezaron el negocio ambulatorio con un capital propio proveniente de sus ahorros, siendo su capital menor de S/. 500.00 (quinientos soles).

5.1.3. Sobre los circunstancias y motivos por las cuales las mujeres deciden trabajar como ambulantes

Según el resultado del estudio, las mujeres ambulantes desarrollan el comercio ambulatorio dado las siguientes circunstancias y motivos: (a) falta de recursos económicos para solventar sus necesidades básicas propias o del entorno familiar la cual son responsables, (b) insatisfacción con el ingreso familiar como dependiente, (c) falta de oportunidades laborales en el sector formal, (d) autonomía económica respecto a la pareja o familia, (e)

flexibilidad en el horario de trabajo, lo cual permite compartir su tiempo con sus hijos y familia, (f) rol de la mujer en la familia, y (g) permanente deseo de superación.

5.1.4. Sobre los obstáculos para el crecimiento económico de la mujer ambulante

Los resultados muestran que las mujeres ambulantes presentan los siguientes obstáculos para el crecimiento de su negocio: (a) falta de capacidad de gestión en el negocio; (b) escasos recursos económicos y sin acceso a fuentes de financiamiento; (c) ausencia de programas de capacitación en la gestión del negocio, con miras a la formalización; (d) trabajo sin descanso, perjudicial para su salud, ya que el agotamiento causa estrés y otras enfermedades; (e) el tiempo dedicado al negocio, más de dos actividades como es el cuidado de los hijos, labores de casa y actividades comerciales, hace que la mujer ambulante, no brinde la dedicación al negocio como corresponde; y (f) problemas con las autoridades municipales, debido a la falta de autorización, agresiones físicas, confiscación de la mercadería, entre otros, provocan retrasos en el crecimiento.

5.1.5. Sobre las perspectivas futuras de las mujeres ambulantes

En cuanto a las perspectivas y aspiraciones futuras se concluye:

- La mayoría de las mujeres no cambiaría su actividad ambulatoria por un trabajo dependiente, ya que considera que los ingresos y beneficios en el comercio ambulatorio son mayores.
- En el futuro las mujeres ambulantes desean que sus familiares más cercanos continúen el negocio porque lo consideran rentable y ven proyecciones de crecimiento.
- Las mujeres ven el futuro con optimismo siendo su principal motivación y logro la educación de sus hijos.

- La principal aspiración fue lograr que sus hijos sean profesionales y mejorar las condiciones de vida, sin importar su situación personal, ya sea educativa o conyugal, ello demuestra que su motivación está relacionada con su entorno más cercano.

5.1.6. Sobre el ciclo de vida de las mujeres ambulantes

Las mujeres ambulantes siguen un ciclo de vida que les permite transitar desde una etapa llena de adversidades en un inicio, hasta llegar a la satisfacción plena por los logros obtenidos. Los logros por lo general están relacionados con la mejora en la educación de los hijos, mejoras en las condiciones de vida, crecimiento del negocio, entre otros. Como conclusión, los logros principalmente están en función del entorno de la mujer emprendedora como motor para superarse cada día.

5.2. Contribuciones

5.2.1. Contribuciones teóricas

Las principales contribuciones teóricas que deja el presente estudio están relacionadas con tres aspectos fundamentales. Primero: basado en el artículo de Atehortúa y Zwerg (2012), el presente estudio pretende entender una realidad social basada en la observación sensible y empírica, de tal forma que, a través de la deducción cualitativa permita obtener conclusiones sobre el fenómeno el cual atraviesan las mujeres en nuestra sociedad. Añade el artículo y lo refrenda el desarrollo trabajo que, lo esperado no es buscar una explicación de una realidad social, sino más bien la comprensión de un problema humano la cual enfrentan las féminas con determinadas condiciones y necesidades.

Segundo: la investigación, y tal como lo explicó Mieles, Tonon y Alvarado (2012), se inserta en la vida cotidiana de las mujeres ambulantes, buscando el entendimiento, a través de una interacción directa, conociendo sus actividades, logros, fracasos, emociones, percepciones y otros aspectos, en un escenario y contexto real con la sociedad, empresas,

amigos, familiares, entre otros actores. En este punto la hermenéutica contribuye a la interpretación como la conjunción de la comprensión y la explicación.

Por último, el tercer aporte con el cual contribuye la investigación, es reforzar los aspectos de la relación que existe entre las personas que conforman la sociedad. Es así que Fernández (2015) expuso que, los seres humanos de hoy no pueden existir fuera de una determinada sociedad. Basado en ello, los resultados permiten observar la importancia que significa hoy en día la familia, amigos, entidades públicas y privadas para el éxito o fracaso de cada individuo, más aun en un entorno de desigualdad de género y estrato social.

5.2.2. Contribuciones prácticas

Los resultados de la investigación dan a conocer el perfil de la mujer ambulante, mediante el hallazgo de patrones determinados en sus antecedentes demográficos, laborales y familiares. Así mismo se identifican patrones de comportamientos y se analizan cuáles son los factores determinantes que influyeron para que las mujeres puedan asumir dicho comportamiento y como esto afecta a su negocio y entorno social.

Los conocimientos generados mediante este estudio de investigación podrán ser usados para identificar las necesidades de este sector de la población vulnerable (mujeres ambulantes), así mismo los conocimientos de esta investigación pueden ser usados por el gobierno a fin de implementar políticas estratégicas para que este sector de la población pueda salir de la economía informal a la formalización y así poder gozar los derechos de cualquier microempresa peruana. También las municipalidades también pueden usar el conocimiento generado de esta investigación al dar ordenanzas municipales sensibles con la realidad de la mujer ambulante.

5.3. Recomendaciones

5.3.1. Recomendaciones prácticas

A consecuencia del presente estudio se realizan las siguientes recomendaciones:

- Las mujeres ambulantes ejercen dicha actividad por diversos factores, entre ellos se encuentra la poca capacidad de generar ingresos por lo que trabajan empíricamente sin tener ninguna capacitación previa, por ello se recomienda brindar programas de capacitación público-privada con el fin de potenciar las fortalezas y aprovechar las oportunidades y así lograr beneficios en los aspectos personal, económico y familiar.
- Se recomienda publicar información relacionada a las actividades realizadas por las mujeres en un ámbito empresarial, que exponga información y una base de conocimiento, sobre las circunstancias, experiencias y bibliografía que faciliten el logro de una estabilidad económica, personal, familiar y laboral.
- Debido al deficiente sistema educativo que impera en el Perú, se recomienda incentivar a las mujeres ambulantes acceder a capacitaciones y obtener mayores herramientas que les permita mejorar su actividad emprendedora.
- Es importante promover el desarrollo de estudios focalizados en la micro empresa con el fin de brindar herramientas de inicio, permanencia y crecimiento de la micro empresa.

5.3.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

- De acuerdo con los hallazgos identificados, se recomienda realizar investigaciones cuantitativas con el fin de contribuir y complementar estudios no solo en el ámbito de Lima Metropolitana, sino a nivel nacional, ello con el fin de detectar realidades diversas por las que atraviesa las mujeres ambulantes.
- Se recomienda publicar y comparar los resultados con investigaciones cualitativas desarrolladas en otros países de Latinoamérica, fundamentalmente con estudios llevados a cabo en las capitales de cada nación.

- Desarrollar estudios cualitativos del comercio ambulatorio en los varones en el mismo ámbito geográfico, con el fin de compararlos con los estudios enfocados en las mujeres. El objetivo es identificar diferencias y similitudes con respecto a las motivaciones, obstáculos, aspiraciones y perspectivas que tiene cada género.



Referencias

- Avolio Alecchi, B., & D'Alessio Ipinza, F. (2008). *Un Estudio Exploratorio del Perfil de las Mujeres Empresarias en el Perú*. Lima, 2008.
- Avolio, B., Charaja Bejar, W. L., Tello Guerrero, M. Á., Aldana Sánchez, G. V. & Ramírez Vergara, V. H. (2012). *La Mujer Peruana: Evolución y Perspectivas para su Desarrollo Futuro (1990-2020): Región La Libertad*. 2012.
- Aliaga, L. (2002). *Racionalidad económica y redes sociales Las paraditas su mercado*. *Investigaciones Sociales*, 6(9), 207-226.
- Arellano, R. & Burgos, D. (2010). *Ciudad de los Reyes, de los Chávez, los Quispe*. (1a ed.). Lima, Perú: Planeta.
- Asencio, E. & Vásquez, B. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora* (1ª ed.). Madrid, España: Ediciones Nobel.
- Atehortúa, F. & Zwerg-Villegas, A. (2012). Metodología de la investigación: Más que una receta/Research methodology: More than a recipe. *Ad-Minister*, (20), 91-111.
- Banco Mundial & Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en Latino América y el Caribe*. Recuperado de http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf
- Banco Interamericano de Desarrollo (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales: lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica.*; México, D.F.: Planeta Cambridge.
- Bardales, E. (2015, Agosto 30). *El emprendimiento en el Perú: De la necesidad a la oportunidad*. Gestión. Recuperado de <http://www.gestión.pe>
- Bastidas, M. (2008). *La trabajadora informal en el Perú*. Lima, Perú: Asociación de Desarrollo Comunal.

- Bastidas, M. (2011). *Las mujeres y la precariedad del trabajo en la economía informal. Hacia una economía con trabajo decente: El caso de Lima y Huaral*. Lima, Perú: Asociación del desarrollo comunal.
- Benton A., Castells M. & Portes, A. (1989). *The informal economy, studies in avance and lessdeveloped countries*. Baltimore, Estados Unidos: The Johns Hopkins UP.
- Blofield, M. & Martínez, J. (2014). Trabajo, familia y cambios en la política pública en América Latina: Equidad, maternalismo y corresponsabilidad. (Spanish). *Revista de la CEPAL*, 11(114), 107-125.
- Cantillón, R. (1755). *Essai sur la natur du commerce en general*. Paris: Institu National d'Etudes Démographiques (INED).
- Cassirer, N. y Addati, L. (2007). *Ampliar las oportunidades de trabajo de la mujer: los trabajadores de la economía informal y la necesidad de servicios de cuidado infantil*. Ginebra. Servicio de Producción, Impresión y Distribución de Documentos y Publicaciones de la OIT.
- Castellanos, T. (2003). *Lima: Ciudad cada vez menos pretenciosa*. Lima, Perú: Centro de Investigación Social y Educación Popular.
- Castellanos, T. (2014). *Estudio de monitoreo de la economía informal: Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú*. Machester, R.U.: Wiego.
- Cauti, F. (1987). *Ambulantes y comercio colonial: Iniciativas mercantiles en el virreinato peruano*. Lima, Perú: Bohlav.
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. (2015). *XVIII Foro del futuro los trabajos del futuro*. Recuperado de http://www.ceplan.gob.pe/sites/default/files/Documentos/trabajos_del_futuro_ceplan_20150303_vf.pdf
- Chant, S. & Pedwell, C. (2008). *Las mujeres, el género y la economía informal: evaluación de los estudios de la OIT y orientaciones sobre el trabajo futuro*. Recuperado de

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@gender/documents/publication/wcms_097015.pdf

Cinco características que destacan a la mujer emprendedora (2016, Marzo). *Diario Gestión*.

Recuperado de <http://gestion.pe/empleo-management/cinco-caracteristicas-que-destacan-mujer-emprendedora-2155810>

Colás, P., & De Pablos, J. (2012). Aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación en la investigación cualitativa. *Revista Española De Pedagogía*, 1(251), 77-92.

Correia, T. (2013). Interpretação e validação científica em pesquisa qualitativa. *Interface – Comunicação y Saúde. Educação*, 17(45), 263-274.

Decreto Supremo N° 007-2002-TR. Ley de jornada de trabajo, horario y trabajo en sobretiempo, modificado por ley N° 27671. Presidencia de la República del Perú (2002).

De Soto, H. (2009). *El otro sendero: Una respuesta económica a la violencia*, Perú: primera edición, Norma.

Di Laura, G. (2012). *Estudio sobre el uso del capital social en mujeres empresarias* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Domínguez, Y. S. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. (Spanish), *Revista Cubana De Salud Pública*, 33(3), 1-11.

Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.

Fernández, A. (2015). Nuevas perspectivas en la investigación social hoy: anhelos, dificultades y posibilidades. *Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas*, 21(42), 109-125.

- Fernández, M., & Ruiz, J. (2006). *Los jóvenes y la creación de empresas*. Madrid, España: Fotocompositium.
- Fuentes, H., Zamudio, A., Soto, J., & Mendoza, J. (2012). Determinantes de las ganancias de los vendedores ambulantes en México. *El trimestre económico*, 79(315), 693-723.
- Gámez, A. E., Ivanova, A., & Wilson, T. D. (2011). Género y comercio informal en destinos turísticos. El caso de las vendedoras de playa en los cabos, Baja California Sur, México. (Spanish). *Turydes*, 4(9), 1-31.
- Garavito, C. (2010). Vulnerabilidad en el empleo, género y etnicidad en el Perú. *Economía*, 33(66), 89.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine Publishing Company
- Gómez, L. (2013). *Emprendimiento, clave para acelerar la economía*. *Portafolio*. Recuperado el 5 de Octubre de 2015, el de <http://www.portafolio.co/opinion/academia-emprendimiento-clave-acelerar-la-economia>.
- Gutiérrez, R. T., Lira, N. L., & Ocaña, A. B. (2012). Comercio Informal: Un Estudio en el Municipio de Texoco, Edo de México. *Global Conference on Business & Finance Proceedings*. 7(2): 1489-1493.
- Hart, K. (1973). Informal income opportunities and urban employment in Ghana. *Journal of Modern African Studies*, 11(1), 61 - 89.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed.). México, D.F.: McGraw-Hill.
- Hilarión, J. (2013). *Emprendimiento e innovación diseña y plantea tu negocio* (1ª ed.). México, D.F.: Cengage Learning.

- Héller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Serie Mujer y Desarrollo*. Recuperado el 3 de octubre de 2015, de: <http://www.cepal.Org/publicaciones/xml/4/38314>
- Hilarión, J. (2013). *Emprendimiento e innovación diseña y plantea tu negocio* (1ª ed.). México, D.F.: Cengage Learning.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2009). *Perú: Migraciones Internas 1993-2007*. Recuperado de [http://www.inei.gob.pe/media/Menu Recursivo/publicaciones _digitales/Est/Lib0801/libro.pdf](http://www.inei.gob.pe/media/Menu%20Recursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0801/libro.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2014a). *Una Mirada a Lima Metropolitana*. Lima, Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2014b). *Evolución de la pobreza monetaria 2009 – 2013*. Recuperado de [http://www.inei.gob.pe/media /cifras_de_pobreza /informetecnico.pdf](http://www.inei.gob.pe/media/cifras_de_pobreza/informetecnico.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2014c). *Producción y empleo informal en el Perú: Cuenta satélite de la economía informal 2007- 2012*. Lima, Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Sistema de Consulta de Códigos Estandarizados: Códigos de Ubicación Geográfica*. Recuperado de [http://webinei.inei .gob.pe:8080/sisconcode/publico.htm#](http://webinei.inei.gob.pe:8080/sisconcode/publico.htm#)
- Iranzo, T. C., & Huggins C. M. (2007). Mujer y la economía informal. *En Temas de formación sociopolíticas* (pp. 3-50). Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Kelley, D., Bosma, N., & Amorós, J.E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010*. Babson college. London Business School.

- Latin Trade. (2014). *Emprendimiento: Oportunidad vs. Necesidad*. (Spanish). Recuperado el 5 de Octubre de 2015, el <http://law-journalsbooks.vlex.com/vid/emprendimiento-oportunidad-vs-necesidad-507498070>
- León, J. (2012). Microempresas urbanas: El caso de Lima Metropolitana *Economía*, 12(23), 103-122.
- Loret de Mola, E. (2005). *Administración de carrera: el único trabajo que nunca acaba*. Lima: PUCP. Fondo Editorial: CENTRUM.
- Martínez, J. (2008). *Empleo informal y segmentación del mercado de trabajo urbano en México*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España.
- Machado R. (2014). La economía informal en el Perú: magnitud y determinantes (1980-2011). *Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico*, 41(74), 197-233.
- Marshall, J. (1995) “*Women Managers Moving on*”. *Exploring career and life choices*”. Routledge. New York.
- Marshall, C., & Rossman, G. (1999). *Designing qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mejía, J. (2000). *El muestreo en la investigación cualitativa investigaciones sociales*, 4(5), 165-180.
- Mieles, M., Tonon, G., & Alvarado, S. (2012). Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas Humanística*, 1(74), 195-225.
- Miles, M., & Huberman, M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2014). *La igualdad de género en las políticas y la gestión del desarrollo local*. Recuperado de http://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dcteg/igualdad_desarrollo_local.pdf

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2005). *Autoempleo y actividades empresariales de las mujeres en España*. Recuperado de <http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/estudios/serieEstudios/docs/91autoempleo.pdf>

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España. (2006). *Las enfermedades del Trabajo: Nuevos riesgos psicosociales y su valoración en el derecho de la protección social*. Recuperado de <http://www.seg-social.es/prdi00/groups/public/documents/binario/100517.pdf>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (1991). Decreto Legislativo n° 713: Consolidan la Legislación sobre descansos remunerados de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada. Recuperado de <http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/D.Leg.%20713%20-%202008-11-91.pdf>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2009a). *Boletín Electrónico Nro 17 - Sobre el Mercado Laboral*. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/boletines/Boletin_electronico_N17.pdf

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2009b). *La mujer en el mercado laboral peruano Informe Anual 2008*. Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2012). *Políticas Nacionales de Empleo*. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/archivos/comunicados/Politica_Nacional_de_Empleo.pdf

Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (1999). *Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre*. Recuperado de http://transparencia.mtc.gob.pe/idm_docs/normas_legales/1_0_3106.pdf

Moore, D., & Buttner, E. (1997). *Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Mungaray, A. (1995). *La soberanía del consumidor, dime en qué gastas, te diré tu crisis*, México. Tomás di bella.
- Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality*. New York: Oxford University Press.
- Noreña, L., Alcaraz-Móreno, N., Rojas, J., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. (Spanish). *Aquichan*, 12(3), 263-274.
- Norman, L. (2013), *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*, *Estudios Económicos*, Banco Central del Perú.
- Ochoa, J. (1999). *El comercio ambulante*. México. Aduanex S.A
- Ochoa, M. (2013). Un análisis descriptivo de los vendedores ambulantes del centro histórico de Tampico, México, *Redpol* 8(1), 1-19.
- Ordenanza Municipal 1787. Ordenanza que regula el comercio ambulatorio en los espacios públicos de Lima Metropolitana. Alcalde de Lima Metropolitana (2014).
- Organización Internacional del Trabajo. (2002). *Conferencia Internacional del Trabajo 90ª reunión 2002, Informe VI. El trabajo decente y la economía informal*. Ginebra. Servicio de Producción, Impresión y Distribución de Documentos y Publicaciones de la OIT.
- Organización Internacional del Trabajo. (2008). *Las mujeres, el género y la economía informal: evaluación de los estudios de la OIT y orientaciones sobre el trabajo futuro*. Ginebra. Servicio de Producción, Impresión y Distribución de Documentos y Publicaciones de la OIT.
- Organización Internacional del Trabajo. (2012). *Statistical update on employment in the informal economy*. Ginebra. Servicio de Producción, Impresión y Distribución de Documentos y Publicaciones de la OIT.

- Organización Internacional del Trabajo. (2013). *La medición de la informalidad: Manual estadístico sobre el sector y el empleo informal*. Ginebra. Servicio de Producción, Impresión y Distribución de Documentos y Publicaciones de la OIT.
- Organización Internacional del Trabajo. (2014). *Key Indicators of the Labour Market*. Ginebra. Servicio de Producción, Impresión y Distribución de Documentos y Publicaciones de la OIT.
- Organización Internacional del Trabajo. (2015). *Guía de recursos sobre las cuestiones de género en las políticas de empleo y del mercado de trabajo. Empoderamiento de la mujer e igualdad de género*. Ginebra. Servicio de Producción, Impresión y Distribución de Documentos y Publicaciones de la OIT.
- Osterling J. (1981). *La estructura socio-económica del comercio ambulatorio: algunas hipótesis de trabajo*. *Revista de la Universidad Católica del Perú*. 4 (8), 65-102.
- Perry, G., Maloney, W., Arias, O., Fajnzylber, P., Mason, A., & Saavedra-Chanduvi, J. (2007). *Informalidad: escape y exclusión*. Washington, DC. Estudios del Banco Mundial sobre América Latina y el Caribe.
- Quiroz, F. (1999). *Ambulantes y Manufacturas en Lima Colonial*. Recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_sociales/n3_1999/a06.pdf
- Ramírez, A. R. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Recuperado el 5 de Octubre de 2015, el <http://search.proquest.com/docview/1435585058?accountid=28391>
- Ramos, X. & Huesca, L. (2005). *La distribución salarial del mercado de trabajo en México: un análisis de la informalidad*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (22da. ed.). Madrid, España: Autor.

- Roberts, B. (1990). *Estructura del empleo, ciclo de vida y oportunidades de vida: sectores formales e informales en Guadalajara*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.
- Rodríguez, A., & Méndez, A. (2015). *Soy Informal Pero Legítimo: Un Análisis Del Emprendimiento Informal*. Debates IESA, 20(2), 38-40. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=10ae83ac-d1d1-4777-851b-51184a2b3ed1%40sessionmgr111&vid=4&hid=101>
- Roever, S., & Aliaga, L. (2010), *Organizando Vendedoras Ambulantes: El caso de la red de mujeres*, Lima, Perú: Wiego.
- Sakho, Y. (2009). The informal sector in Bolivia today. En *Increasing Formality and Productivity of Bolivian Firms* (pp. 5-36). Miami, Estados Unidos: World Bank.
- Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., & Morales, O. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2013* (1a ed.). Lima, Perú: Universidad ESAN. p. 80.
- Sassen, S. (1989). *New trends in the sociospatial Organization of the New York City Economy: Economic Restructuring and Political Response*. Beauregard: Newbury Park, CA.
- Sole, C., Parella, S., & Alarcón, A. (2009). El autoempleo de las trabajadoras inmigradas. ¿Una alternativa a la discriminación laboral? *Cuadernos De Relaciones Laborales*, 27(1), 171-200.
- Teja, R., & López, N. (2013). Comercio Informal: Un estudio en el municipio Texoco, edo, de México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(4), 184-193.
- Temple, I. (2010). *Usted S.A.: empleabilidad y marketing personal*. Lima, Perú: Grupo Editorial Norma.
- Torres, E. A. (2012). Economía informal y capital humano en el Perú. *Economía*, 35(70), 259-262. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1324456065?accountid=28391>.

- Ulin, P. R., Robinson, E. T., & Tolley, E. E. (2006). *Investigación aplicada en salud pública: métodos cualitativos*. Washington, D.C.: OPS, 2006.
- UK Commission for Employment and Skills. (2014). *The Future of work: Jobs and skills in 2030*. Recuperado de https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/303334/er84-the-future-of-work-evidence-report.pdf
- Valadez, J., & Martínez, A. (2013). *Características y Clasificación del Comercio Informal en ciudad Juárez, Chihuahua*. En la Conferencia Mundial sobre las Actas Negocios y Finanzas, (Vol. 8, No. 1, p. 574). Instituto de Investigación de Economía y Negocios.
- Valerin, E., & Chinchilla, M. (20012). *Significado del trabajo para las vendedoras ambulantes de la Avenida Central de San José*, Cuadernos de Antropología, ISSN: 1409-3138, No. 22. Año 2012, recuperado de file:///C:/Users/1/Downloads/6092-8440-1-SM%20(1).pdf
- Valenzuela, M. (2005). *¿Nuevo Sendero para las mujeres? Micro empresa y género en América Latina en el umbral del siglo XXI*. Santiago de Chile, Chile: CEM.
- Veleda, S. (2003). *Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e informal en el sur de Brasil*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España.
- Vérin, H. (1982). *Avantpropos*. In *Entrepreneurs, entreprise, histoire d'une idée* (pp. 9-14). Paris: PUF.
- Villamil, R. (2014). *La economía informal causas, consecuencias y ejes de solución*. Ginebra. Oficina de la OIT para los países Andinos, presentado en el 23 congreso de Gestión de Personas.
- Yin, R. (2003). *Case study research: Concepts and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Apéndice A: El Método del Índice

Mujeres Autoempleadas en la Economía Informal: una Mirada hacia la Mujer Ambulante

Capítulo 2: Revisión de la Literatura

- 2.1. Economía Informal
 - 2.1.1. Enfoques de la economía informal
 - 2.1.2. La Economía informal y su desarrollo jurídico
 - 2.1.3. Desventajas, consecuencias y soluciones de la economía informal
 - 2.1.4. Situación de la economía informal en Sudamérica
 - 2.1.5. La economía informal en el Perú
 - 2.1.6. Definición y situación del empleo informal
 - 2.1.7. El trabajo informal en el Perú.
 - 2.1.8. El trabajo informal y la mujer peruana
- 2.2. Mujer Autoempleada
 - 2.2.1. Panorama general
 - 2.2.2. Factores sociales y económicos.
 - 2.2.3. El autoempleo en el Perú.
 - 2.2.4. Desarrollo, empleabilidad y políticas públicas
- 2.3. Comercio Ambulatorio
 - 2.3.1. Definiciones
 - 2.3.2. Antecedentes del comercio ambulatorio
 - 2.3.3. Evolución del comercio ambulatorio.
 - 2.3.4. Formas de desarrollar el comercio ambulatorio.
 - 2.3.5. Características del comercio ambulatorio.
 - 2.3.6. Factores que influyen el comercio ambulatorio.
 - 2.3.7. Perfil de la Mujer ambulante.
- 2.4. Emprendimiento
 - 2.4.1. Panorama general.
 - 2.4.2. Desarrollo de fundamentos sobre el emprendimiento.
 - 2.4.3. Perfiles de mujeres emprendedoras.

- 2.4.4. Motivos y logros de la mujer ambulante
- 2.4.5. Obstáculos para el crecimiento de la mujer peruana
- 2.4.6. Emprendimiento en el Perú.
- 2.4.7. Situación de la mujer peruana emprendedora
- 2.5. Conclusiones



Apéndice B: Relación de Fichas Usadas en la Revisión de la Literatura

Código:		FB001
Autor:	Lisette Aliaga Linares	
Año:	2002	
Título:	Racionalidad económica y redes sociales, Las 'paraditas' y su mercado,	
Key Word:	Vínculo comercial. Beneficio mutuo. Redes sociales.	
Extracto		
<p>El artículo trata de explicar la racionalidad detrás de las decisiones de los agentes económicos. Se considera que la racionalidad económica no responde solamente al cálculo de costos y beneficios monetarios. Sino a un cálculo social-simbólico, donde la afectividad y las normas sociales que rigen las relaciones entre los actores pasan a ser una de las condicionantes importantes. El estudio se realiza en base a comerciantes ambulantes en Independencia, un distrito ubicado en el Cono Norte de Lima Metropolitana. Sostiene su teoría con un fuerte sustento teórico. Señala que hay un componente muy fuerte en la decisión entre comprador y vendedor, ya que estos se vinculan como vecinos, paisanos, familia, etc. Un cliente de algún producto puede también ser a la vez proveedor de otro producto o servicio, existe una intención de beneficio mutuo entre cliente y comprador, que busca sostenibilidad. También analiza la relación entre competidores del mismo sector.</p>		
Cita APA VI		
Aliaga, L. (2002). Racionalidad económica y redes sociales Las paraditas su mercado. <i>Investigaciones Sociales</i> , 6(9), 207-226.		

Código:		FB002
Autor:	Eva Asensio Del Arco y Beatriz Vázquez Blömer	
Año:	2009	
Título:	Empresa e Iniciativa Emprendedora.	
Key Word:	Perfil y espíritu emprendedor.	
Extracto		
<p>En el presente libro trata sobre las iniciativas como el emprendedor tiene un Perfil y espíritu para emprender, en el primer capítulo desarrolla el espíritu emprendedor donde refleja la motivación y la capacidad a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir algo valioso por otra parte el espíritu emprendedor forma parte del</p>		

talante de las personas. Los empresarios forman un grupo heterogéneo y proceden de todas las profesiones y condiciones sociales.
Cita APA VI
Asencio, E. & Vásquez, B. (2009). <i>Empresa e Iniciativa Emprendedora</i> (1ª ed.). Madrid, España: Ediciones Nobel.

Código:		FB003
Autor:	Banco Mundial y Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento	
Año:	2010	
Título:	Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en Latino América y el Caribe.	
Key Word:	Mujeres Empresarias.	
Extracto		
<p>La participación de la mujer en la fuerza laboral ha aumentado en forma sostenida en las últimas décadas y al mismo tiempo se ha ido acortando la brecha de género en el empleo, aunque ésta sigue siendo considerable. Por otra parte, existe segregación en el empleo de hombres y mujeres por sector y ocupación así como una aparente falta de movilidad que podría tener costos significativos en términos de eficiencia y reducción de la pobreza, existen normas de las mujeres quienes son las principales administradoras del hogar. Así, aunque trabajen, siguen considerándose asalariadas secundarias y enfrentan un triple desafío: deben hacer verdaderos malabares para compatibilizar su empleo, sus labores domésticas, y la crianza de sus hijos.</p>		
Cita APA VI		
<p>Banco Mundial Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (2010). <i>Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en Latino América y el Caribe</i>. Recuperado el 5 de Octubre de 2015, el http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf</p>		

Código:		FB004
Autor:	Banco Interamericano de Desarrollo	
Año:	2006	

Título:	Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales: Lecciones Extraídas de Empresas y Organizaciones de la Sociedad Civil en Iberoamérica.
Key Word:	Emprendimiento social.
Extracto	
<p>El emprendimiento social enfoca cuando la empresa tiene la intención explícita de generar mejoras sociales a través de la movilización y asignación inteligente de sus recursos. De hecho, las mejoras sociales afectan el contexto donde operan las compañías. En la investigación apunta a identificar los factores que contribuyen al desempeño superior en emprendimientos sociales, por otro lado la habilidad emprendedora consiste en la capacidad de un individuo para identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar un emprendimiento, independientemente de los recursos que tenga bajo su control</p>	
Cita APA VI	
Banco Interamericano de Desarrollo (2006). Gestión efectiva de emprendimientos sociales: lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica.; México, D.F.: Planeta Cambridge	

		Código:	FB005
Autor:	María Bastidas Aliaga		
Año:	2008		
Título:	La Trabajadora Informal en el Perú.		
Key Word:	Trabajadora informal. Discriminación. Pobreza.		
Extracto			
<p>Este libro tiene la finalidad de contribuir a conocer una sociedad con mayor profundidad las características, los problemas, necesidades y demandas de las trabajadoras de la economía informal de algunos distritos de las provincias de Lima y Huaral, al norte de la capital.</p> <p>La hipótesis básica es que las condiciones de exclusión, discriminación y pobreza que afectan a gran parte de la población peruana, y en mayor proporción a las mujeres, les impiden acceder a un trabajo formal, con mínimos derechos e ingresos regulares. La informalidad ocupacional y productiva es un camino cada vez más utilizado por muchas personas sin oportunidades para obtener ingresos de subsistencia, pero da lugar a la precariedad laboral y a un reforzamiento de los factores que mantienen la pobreza y marginalidad.</p> <p>En el Perú más de la mitad de los/as trabajadores/as desarrolla actividades económicas para asegurarse sus ingresos y la de sus familias, en los diversos sectores de la economía</p>			

informal. El 51% de los hombres que trabajan lo hacen de manera informal, mientras que el 60% de las mujeres trabajadoras son informales (p. 9).

Cita APA VI

Bastidas, M. (2008). La trabajadora informal en el Perú. Lima, Perú: Asociación del desarrollo comunal.

Código:		FB006
Autor:	María Bastidas Aliaga	
Año:	2011	
Título:	Las mujeres y la Precariedad del Trabajo en la Economía Informal. Hacia una Economía con Trabajo Decente: El Caso de Lima y Huaral.	
Key Word:	Economía informal. La mujer en la economía informal. La pobreza en el Perú.	
Extracto		
<p>Este libro entrega importante evidencia empírica sobre la dificultad que enfrentan las mujeres para acceder a puestos de empleo de calidad y a recursos productivos y la necesidad de que estos problemas sean abordados desde las políticas públicas, ya que el empleo, ya sea estrictamente asalariado, o bajo formas de trabajo remunerado por cuenta propia, es el medio principal y socialmente más legitimado para acceder a un ingreso monetario. El empleo es el ámbito donde el trabajo humano adquiere reconocimiento social y es uno de los principales espacios de desarrollo de redes y de relaciones sociales interpersonales. El mercado de trabajo es, por lo tanto, un espacio que define la situación de inserción social de las personas y del propio proceso de integración del conjunto del sistema social. En este marco, la noción de trabajo decente, definida como un trabajo productivo desarrollado en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad, en el cual los derechos son protegidos y que cuenta con remuneración adecuada y protección social, es el gran desafío a lograr en el Perú (10). Este libro también da a conocer la situación de la mujer en el trabajo informal.</p>		
Cita APA VI		
Bastidas, M. (2011). Las mujeres y la precariedad del trabajo en la economía informal. Hacia una economía con trabajo decente: El caso de Lima y Huaral. Lima, Perú: Asociación del desarrollo comunal.		

Código:		FB007
----------------	--	-------

Autor:	Merike Blofield y Juliana Martínez F.
Año:	2014
Título:	Trabajo, Familia y Cambios en la Política Pública en América Latina: Equidad, Maternalismo y Corresponsabilidad.
Key Word:	Mujeres. Empleo de la mujer. Familia. Roles de los géneros. Igualdad de género. Derechos de la mujer. Política social. Argentina. Brasil. Chile. Costa Rica. Uruguay.

Extracto

Teniendo como telón de fondo el aumento sustantivo de la participación laboral femenina en toda la región latinoamericana, en este artículo se caracterizan las políticas adoptadas para conciliar la vida familiar y laboral entre 2003 y 2013, así como las implicaciones del diseño de estas medidas para la equidad socioeconómica y de género. Se abordan los casos de la Argentina, el Brasil, Chile, Costa Rica y el Uruguay, cinco países de la región que, en función de sus trayectorias históricas, tienen las mejores condiciones relativas para ejecutar medidas que reorganicen tiempos, ingresos y servicios. El análisis empírico indica, primero, que estas transformaciones favorecieron más homogéneamente la equidad socioeconómica que la equidad de género. Segundo, se identificaron variaciones significativas entre países, tanto en la magnitud como en el tipo de cambio ocurrido. El trabajo concluye con interrogantes sustantivos respecto de las medidas, su implementación y efectividad, y las variaciones entre países. (p. 1)

Cita APA VI

Blofield, M., & Martínez F., J. (2014). Trabajo, familia y cambios en la política pública en América Latina: equidad, maternalismo y corresponsabilidad. (Spanish). Revista De La CEPAL, (114), 107-125

Código:		FB008
Autor:	Themis Castellanos	
Año:	2003	
Título:	Lima: ciudad cada vez menos pretenciosa.	
Key Word:	Crecimiento desordenado. Informalidad. Proceso de urbanización.	
Extracto		
Este estudio, analiza el crecimiento de la Sociedad limeña en lo económico y Social. Crítica un desarrollo mal planificado de la urbe, que pareciera tuviese matices discriminatorios entre Lima Centro y los conos. Asimismo señala como a nivel nacional, el desarrollo se centraliza con énfasis en la capital, menciona una pobre participación de estado en el desarrollo de Lima, que se limitaba a ejercer medidas paliativas para dar		

soporte, al vertiginoso crecimiento de la capital. Asimismo explica cómo se adapta la sociedad limeña a los cambios políticos de los últimos 50 años. (pp.3-4)

Cita APA VI

Castellanos, T. (2003). Lima: ciudad cada vez menos pretenciosa. Lima, Perú: Centro de Investigación Social y Educación Popular.

Código:		FB009
Autor:	Fernando Iwasaki Cauti.	
Año:	1987	
Título:	Ambulantes y Comercio Colonial: Iniciativas Mercantiles en el Virreinato Peruano.	
Key Word:	Antecedentes del comercio ambulatorio y evolución	
Extracto		
El texto habla sobre la evolución del comercio formal e informal de la época colonial hasta el año 2000. Asimismo aborda sobre los problemas de la economía peruana: crecimiento significativo de la población, la inseguridad, la hiperinflación, desempleo ocurridos en los diferentes periodos de gobierno (pp. 180-184)		
Cita APA VI		
Cauti, F. (1987). Ambulantes y comercio colonial: iniciativas mercantiles en el virreinato peruano. Bohlav.		

Código:		FB010
Autor:	Centro Nacional de Planeamiento Estratégico	
Año:	2015	
Título:	XVIII Foro del Futuro Los Trabajos del Futuro.	
Key Word:	Trabajos del Futuro. Tendencias sobre el mercado laboral.	
Extracto		
Es un documento que presenta las tendencias globales del mercado laboral, así como el uso intensivo de la tecnología, las nuevas habilidades requeridas por las empresas y las competencias claves para los trabajos del futuro. Asimismo, explica sobre las tendencias locales del mercado laboral, tal como la escasez del talento, la población y la fuerza		

laboral peruana, la mujer en el mercado laboral y los sectores con mayor dinamismo futuro en el Perú.
Cita APA VI
Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. (2015). XVIII Foro del Futuro Los trabajos del Futuro. Recuperado de http://www.ceplan.gob.pe/sites/default/files/Documentos/trabajos_del_futuro_ceplan_20150303_vf.pdf

Código:		FB011
Autor:	Hernando De Soto	
Año:	2009	
Título:	El otro sendero: una respuesta económica a la violencia	
Key Word:	Comercio informal, economía informal	
Extracto		
El documento trata sobre el surgimiento de las diferentes modalidades del comercio ambulatorio, así con la evolución de la formación de los mercados informales, los costos que genera desarrollar esta actividad y finalmente Plantea alternativas de solución a través de una adecuada aplicación de las políticas en el comercio ambulatorio de transportes y vivienda, debido al fuerte crecimiento de la población. (pp. 90-107).		
Cita APA VI		
De Soto, H (2009), El otro sendero: una respuesta económica a la violencia, Perú: primera edición, Norma.		

Código:		FB012
Autor:	Diário Gestión	
Año:	2016	
Título:	Cinco características que destacan a la mujer emprendedora	
Key Word:	Las características de las mujeres emprendedoras	
Extracto		
En la información mostrada por el Diario Gestión se muestra, el BID a identificado que las mujeres tienen unas características especiales cuando emprenden actividades		

empresariales, de acuerdo con BID, “en el Perú hay una mayor proporción de mujeres emprendedoras o empresarias que hombres emprendedores, cuando en la región es al revés”. Por esta razón las mujeres tienen cualidades especiales las cuales son; las mujeres tienen un espíritu emprendedor, son luchadoras, son positivas, son líderes y son perseverantes.

Cita APA VI

Cinco características que destacan a la mujer emprendedora (2016, Marzo). *Diario Gestión*. Recuperado de <http://gestion.pe/empleo-management/cinco-caracteristicas-que-destacan-mujer-emprendedora-2155810>

Código:		FB013
Autor:	Giovanna Di Laura Mendoza	
Año:	2012	
Título:	Estudio sobre el Uso del Capital Social en Mujeres Empresarias.	
Key Word:	Capital social. Pequeñas empresas. Mujeres en la industria. Mujeres. Trabajo. Perú.	
Extracto		
<p>En diversos países se promueve el desarrollo de la actividad empresarial independiente, ya que se reconoce que esta es fundamental para el desarrollo de una sociedad (Kelley, Bosma & Amorós, 2011). El Perú es uno de los países, junto con Japón, Tailandia y Brazil, donde la tasa de actividad emprendedora es mayor o similar entre hombres y mujeres; sin embargo se observa que el porcentaje de emprendimientos se reduce drásticamente en el caso de las empresas establecidas (Allen, Elamn, Langowitz, & Dean, 2008). Uno de los factores que tienen incidencia sobre el éxito de las empresas, especialmente en mujeres, es el uso de capital social. El objetivo de la presente investigación es analizar el rol que cumple el capital social en el proceso de la formación de las empresas fundadas por mujeres. Se encontró que las mujeres empresarias utilizan el capital social para obtener recursos, económicos y humanos que benefician a su negocio. Se identificó que las mujeres utilizan sus vínculos (nivel familiar, amistad y organizaciones) para obtener recursos económicos (financiamiento) obtener conocimiento y consejo sobre la gestión de su empresa, expansión de la cartera de clientes. Asimismo, estos vínculos tienen dos características relevantes: confianza y reciprocidad. Finalmente, se concluye que independientemente del momento en el ciclo de vida de la empresa, las mujeres obtienen beneficios de sus vínculos y lo utilizan para fortalecer su empresa. Y que el fortalecimiento de las redes de las mujeres empresarias puede ayudar al desarrollo de sus empresas y evitar su quiebra. (p. i)</p>		
Cita APA VI		
Di Laura, G. (2012). Estudio sobre el uso del capital social en mujeres empresarias.		

Pontificia Universidad Católica del Perú, Catálogo Bibliográfico PUCP, EBSCOhost.

Código:		FB014
Autor:	Hugo Javier Fuentes Castro, Andrés Zamudio Carrillo, Jorge Mario Soto Romero y Jorge Alberto Mendoza García	
Año:	2012	
Título:	Determinantes de las ganancias de los vendedores ambulantes en México	
Key Word:	Vendedores Ambulantes, economía informal, ganancias	
Extracto		
El artículo trata sobre las ganancias del comercio ambulatorio en la ciudad de México, principales factores y motivos por los cuales el vendedor ambulante ingresa al comercio ambulatorio, las diferencias que existen entre las ganancias que obtienen los hombres y las mujeres, análisis de costo beneficio de entrar al comercio ambulatorio, factores que deben considerarse para la búsqueda de oportunidades de negocio		
Cita APA VI		
Fuentes, H., Zamudio, A., Soto, J., & Mendoza, J. (2012). Determinantes de las ganancias de los vendedores ambulantes en México. <i>El trimestre económico</i> , 79(315), 693-723.		

Código:		FB015
Autor:	Alba E. Gámez, Antonina Ivanova y Tamar Diana Wilson	
Año:	2011	
Título:	Género y Comercio Informal en Destinos Turísticos. El Caso de las Vendedoras de Playa en los Cabos, Baja California Sur, México.	
Key Word:	Vendedoras ambulantes de playa. Turismo. Género y Comercio informal. Cabo San Lucas.	
Extracto		
El crecimiento turístico en regiones subdesarrolladas pero altamente integradas al mercado internacional suele tener fuertes efectos en la economía informal. Esta situación es notoria en el caso de los destinos de playa, donde el comercio ambulante florece		

generalmente a partir de redes migratorias de vendedores, que incluyen mujeres y sus hijos impactando sus medios y forma de vida. Aunque la venta ambulante puede representar una oportunidad de empoderamiento para las mujeres por el acceso a ingresos, también da pauta a su explotación y auto-explotación, y rezagos en materia de educación y salud. Este artículo analiza las características de este fenómeno en Cabo San Lucas, en la costa del Pacífico mexicano, localidad donde el crecimiento económico gira alrededor del turismo y de la venta de bienes raíces, dirigidos primordialmente al mercado extranjero. Esto ha estimulado una tasa de crecimiento demográfico promedio 2 de 10 por ciento en la última década, del que se alimentan los sectores formal e informal. El propósito del texto es contribuir a la comprensión de la participación de las mujeres en el comercio ambulante en zonas turísticas, y sus impactos en la vida de quienes lo practican. (p. 1)

Cita APA VI

Gámez, A. E., Ivanova, A. & Wilson, T. D. (2011). Género y comercio informal en destinos turísticos. El caso de las vendedoras de playa en los cabos, Baja California Sur, México. (Spanish). *Turydes*, 4(9), 1-31.

Código:	FB016
Autor:	Cecilia Garavito Masalías
Año:	2010
Título:	Vulnerabilidad en el Empleo, Género y Etnicidad en el Perú.
Key Word:	Empleo. Vulnerabilidad Calidad del empleo. Género. Etnicidad.
Extracto	
<p>El objetivo de esta investigación es analizar la vulnerabilidad en el empleo de la fuerza laboral urbana, por etnicidad y por género, para el periodo 2004-2006. Definimos vulnerabilidad en el empleo como la probabilidad de que la situación laboral de un trabajador empeore respecto a su situación inicial. Empleando los datos del panel urbano 2004-2006 de las ENAO (INEI), encontramos que la mujeres, los trabajadores indígenas, los jóvenes, los trabajadores mayores a 45 años, y aquellos con menor educación son los grupos con mayor probabilidad tanto de dejar la fuerza laboral como de ver reducida la calidad de su empleo. La educación de calidad es importante para reducir estos tipos de vulnerabilidades. (p. 1)</p>	
Cita APA VI	
<p>Garavito, C. (2010). Vulnerabilidad en el empleo, género y etnicidad en el Perú. <i>Economía</i>, 33(66), 89.</p>	

Código:		FB017
Autor:	Liyis Gómez	
Año:	2013	
Título:	Emprendimiento, Clave para Acelerar la Economía.	
Key Word:	Emprendimiento. Economía.	
Extracto		
<p>El emprendimiento social es un concepto nuevo, que hace referencia no a la búsqueda de un beneficio económico propio, sino a una visión empresarial enfocada en tratar de transformar el entorno social y a solucionarle problemas a otras personas que por su propia cuenta les es difícil. Un emprendedor social ofrece soluciones a necesidades sociales o busca garantizar una calidad de vida buena a distintas comunidades.</p>		
Cita APA VI		
<p>Gómez, L., (2013). Emprendimiento, clave para acelerar la economía. Portafolio, Recuperado el 5 de Octubre de 2015, el http://www.portafolio.co/opinion/academia-emprendimiento-clave-acelerar-la-economia</p>		

Código:		FB018
Autor:	Lidia Héller	
Año:	2010	
Título:	Mujeres Emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, Obstáculos y Desafíos. Serie Mujer y Desarrollo.	
Key Word:	Mujeres emprendedoras.	
Extracto		
<p>En este documento se describen experiencias innovadoras implementadas en instituciones públicas, privadas, organismos de cooperación y organizaciones de mujeres, con el objeto de convertirlas en insumos para la elaboración de políticas y programas orientados a mejorar el acceso de las mujeres a los recursos productivos y a la incorporación de estrategias colectivas que tiendan a la asociatividad y articulación de las organizaciones de mujeres. Para diseñar programas de apoyo a la actividad productiva, es necesario tener en</p> <p>cuenta las realidades que atraviesa cada contexto en particular en lo referido a factores macroeconómicos, como así también las condiciones institucionales, de infraestructura, cuestiones normativas, crediticias y financieras de los diferentes países, ya que un mismo programa puede tener diferentes impactos y resultados en diferentes países.</p>		

Cita APA VI
Héller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Serie Mujer y Desarrollo. Recuperado el 3 de octubre de 2015, de: http://www.cepal.Org/publicaciones/xml/4/38314

Código:	FB019
Autor:	Julia Esther Hilarión Madariaga
Año:	2013
Título:	Emprendimiento e Innovación Diseña y Plantea tu Negocio.
Key Word:	El emprendimiento crea valor.
Extracto	
El libro es un texto guía mediante el cual se busca aplicar los concepto que se aplican en el desarrollo para crear valor el cual pueda generar ingresos, también se desarrollan modelos donde hay procesos que el emprendedor desea desarrollar para que con estas habilidades puedan identificar las oportunidades y solucionar los problemas con que se pueden enfrentar.	
Cita APA VI	
Hilarión, J., (2013). Emprendimiento e innovación diseña y plantea tu negocio (1ª ed.). México, D.F.: Cengage Learning.	

Código:	FB020
Autor:	Instituto Nacional de Estadística e Informática
Año:	2014
Título:	Producción y Empleo Informal en el Perú: Cuenta Satélite de la Economía Informal 2007- 2012.
Key Word:	Empleo en el Perú. Producción. Empleo informal. Sector informal.
Extracto	
La economía informal tiene dos dimensiones distintas y a la vez complementarias: el sector y el empleo. Por un lado, el sector informal se refiere a las unidades productivas no constituidas en sociedad que no se encuentran registradas en la administración tributaria. Por otro lado, el empleo informal hace referencia a aquellos empleos que no	

gozan de beneficios estipulados por ley como seguridad social, gratificaciones, vacaciones pagadas, etc (p.9).

Los resultados del presente documento se asientan en las Cuentas Nacionales con año base 2007 así como en la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) del periodo 2007-2012 (p.9).

La producción del sector informal representa cerca del 19% del PBI. En el año 2012, el sector informal estaba conformado por casi 8 millones de unidades productivas. Tres de cada cuatro trabajadores de la PEA ocupada se desempeñaban en un empleo informal (74%). El 57% lo hacía en un empleo informal dentro del sector informal (9 millones de trabajadores) y 17% en un empleo informal fuera del sector informal (3 millones de trabajadores) (p.9).

Cita APA VI

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2014c). Producción y empleo informal en el Perú: Cuenta satélite de la economía informal 2007- 2012. Recuperado de http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1154/libro.pdf

	Código:	FB021
Autor:	Consuelo Iranzo T. y Magally Huggins C.	
Año:	2007	
Título:	Mujer y la Economía Informal. En Temas de Formación Sociopolíticas.	
Key Word:	Economía Informal. La mujer y el empleo informal. Asociaciones.	
Extracto		
<p>Este libro tiene como propósito mostrar la situación de la mujer dentro de la economía informal, haciendo una comparación con la situación del hombre en la economía informal.</p> <p>La economía informal es una alternativa de sobrevivencia para las mujeres porque tienen ciertas características que hacen que facilitan su rápida integración. Una de las problemáticas presentadas por el autor con respecto a la situación de la mujer en la economía informal es el salario, las mujeres ganan menos que los hombres a pesar que desempeñan el mismo trabajo y laboran la misma cantidad de horas.</p> <p>Se presenta como solución para la igualdad de condiciones entre hombres y mujeres en la economía informal, la intervención del estado mediante decretos y fiscalizaciones, así también aconseja que las mujeres que se encuentran laborando en condiciones desfavorables puedan pertenecer a una asociación que las represente.</p>		

Cita APA VI	
Iranzo, T. C. & Huggins C. M. (2007). Mujer y la economía informal. En Temas de formación sociopolíticas (pp. 3-50).Caracas Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.	

Código:		FB022
Autor:	Donna J. Kelley, Niels Bosma, José Ernesto Amorós	
Año:	2011	
Título:	Global Entrepreneurship Monitor 2010.	
Key Word:	Procesos de emprendimiento.	
Extracto		
El presente estudio se orienta a que el Global Entrepreneurship Monitor se basa en las siguientes premisas. En primer lugar, La prosperidad de una economía depende en gran medida un sector espíritu empresarial dinámico. Esto es verdad en todas las etapas de desarrollo. Sin embargo, la naturaleza de esta actividad puede variar en carácter e impacto. El emprendimiento es impulsado en las regiones menos desarrolladas o aquellos que sufren la pérdida de empleos, puede ayudar a un beneficio economía del trabajo por cuenta propia iniciativas cuando hay menos opciones de trabajo disponibles, por otro lado, En segundo lugar, la capacidad emprendedora de una economía requiere individuos con la capacidad y la motivación para iniciar negocios, y requiere social positivo percepciones sobre el espíritu empresarial.		
Cita APA VI		
Kelley, D., Bosma, N. and Amorós, J.E. (2011). Global Entrepreneurship Monitor 2010. Babson college. London business school.		

Código:		FB023
Autor:	Latin Trade	
Año:	2014	
Título:	Emprendimiento Oportunidad vs. Necesidad.	
Key Word:	Diferenciamiento de una Oportunidad vs. Necesidad del emprendimiento.	
Extracto		

El emprendimiento en la región. "Emprendimientos en América Latina: desde la subsistencia hacia la transformación productiva", su timo, refleja el mensaje central del estudio. Los emprendedores de la región se mueven entre dos extremos, en uno se encuentra un grupo relativamente pequeño de emprendimientos de alta productividad y alto crecimiento y en el otro, un amplísimo grupo de emprendimientos de subsistencia. Según la CAE el empresario típico de la región es un individuo con baja calificación, cuyo nivel de ingresos en su actividad económica es inferior y menos estable que el de los individuos asalariados y el de los emprendedores dinámicos. El emprendimiento no es entonces una decisión acerca de un estilo de vida sino más bien una acción a la que se ven forzados muchos latinoamericanos por falta de oportunidades asalariadas de buena calidad

Cita APA VI

Emprendimiento: Oportunidad vs. Necesidad. (2014). Latin Trade (Spanish). Recuperado el 5 de Octubre de 2015, el <http://law-journalsbooks.vlex.com/vid/emprendimiento-oportunidad-vs-necesidad-507498070>

Código:		FB024
Autor:	Janina León	
Año:	2012	
Título:	Microempresas urbanas: El caso de Lima Metropolitana.	
Key Word:	Negocio familiar. Unidad económica. Interrelaciones económicas. Política económica.	
Extracto		
El trabajo, realiza un estudio de las microempresas familiares de Lima Metropolitana. Las analiza como unidades económicas de producción, que se organizan en base a una parte de la mano de obra familiar de su empresario-conductor. A partir de esta definición, analiza el comportamiento económico de estas unidades, a nivel individual y agregado, y explorar algunas opciones de política económica en el contexto actual		
Cita APA VI		
León, J. (2012). Microempresas urbanas: el caso de Lima Metropolitana Economía, 12(23), 103-122.		

Código:		FB025
Autor:	Edgardo Loret de Mola	

Año:	n.d.
Título:	Administración de Carrera : El Único Trabajo que Nunca Acaba
Key Word:	Desarrollo profesional
Extracto	
<p>Desarrolla aspectos relacionados con la administración de la carrera que debe seguir una persona. Presenta los cambios en el entorno laboral, la autoevaluación para una carrera exitosa. Así como, los objetivos, metas y fortalecimiento de las destrezas para enfrentar el cambiante mercado laboral.</p>	
Cita APA VI	
<p>Loret de Mola, E. (n.d). Administración de carrera: el único trabajo que nunca acaba. Lima: PUCP. Fondo Editorial: CENTRUM, 2005.</p>	

Código:		FB026
Autor:	Roberto Machado	
Año:	2014	
Título:	La economía informal en el Perú: magnitud y determinantes (1980-2011)	
Key Word:	Economía informal, impuestos, modelo Mimic, productividad, salario mínimo.	
Extracto		
<p>En este estudio se realiza una estimación del tamaño de la economía informal en el Perú en el periodo 1980-2011 utilizando el método de múltiples indicadores y múltiples causas (Mimic, por sus siglas en inglés). Las estimaciones indican que la economía informal ha fluctuado entre 30% y 45% del PBI oficial durante el periodo de análisis y que ha mostrado un comportamiento anticíclico, aumentando en los periodos de crisis económica y contrayéndose en los de aceleración del crecimiento. La exploración econométrica acerca de los determinantes del tamaño de la economía informal en el Perú indica que la productividad tendría el papel preponderante, por encima de la tasa del IGV, mientras que las tasas marginales del impuesto a la renta y el salario mínimo no ejercerían ningún efecto sobre su tamaño.</p>		
Cita APA VI		
<p>Machado R. (2014). La economía informal en el Perú: magnitud y determinantes (1980-2011). <i>Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico</i>, 41(74), 197-233.</p>		

Código:		FB027
Autor:	Jesuswaldo Martínez Soria	
Año:	2008	
Título:	Empleo informal y Segmentación del Mercado de Trabajo Urbano en México.	
Key Word:	Empleo informal. Salarios. México.	
Extracto		
<p>Da a conocer la situación del mercado de trabajo urbano en México, y con ello establecer el marco de referencia en el que se ubican las contribuciones de esta investigación.</p> <p>Se expone y analiza las líneas de estudio que ha seguido la literatura empírica sobre el mercado laboral mexicano. Se destacan las aportaciones que debaten los criterios de definición y las formas de medición para delimitar empíricamente el sector informal. Asimismo, se examinan las contribuciones dedicadas a la movilización laboral y a las diferencias salariales.</p>		
Cita APA VI		
Martínez, J. (2008). Empleo informal y segmentación del mercado de trabajo urbano en México. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España.		

Código:		FB028
Autor:	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables	
Año:	2014	
Título:	La Igualdad de Género en las Políticas y la Gestión del Desarrollo Local	
Key Word:	Igualdad de género. Mujer.	
Extracto		
<p>El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables tiene como una de sus competencias la promoción y el fortalecimiento de la transversalización del enfoque de género en las instituciones públicas, políticas, planes, programas y proyectos del Estado. Por ello desarrolla el marco normativo de las políticas para la igualdad de género que desde su rectoría tiene la responsabilidad de dirigir, coordinar, controlar y evaluar en el marco del proceso de descentralización.</p> <p>En este marco, la gestión pública, debe ser no sólo eficiente y eficaz, sino también</p>		

contribuir a la igualdad entre hombres y mujeres. (p. 2)
Cita APA VI
Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2014). La igualdad de género en las políticas y la gestión del desarrollo local. Recuperado de http://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dcteg/igualdad_desarrollo_local.pdf .

Código:	FB029
Autor:	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
Año:	2009
Título:	La Mujer en el Mercado Laboral Peruano - Informe Anual 2008.
Key Word:	El Estado. La mujer en el mundo laboral. Mercado laboral.
Extracto	
<p>El Informe Anual de la Mujer 2008, presenta y utiliza para el análisis información estadística, principalmente, de la Encuesta Nacional de Hogares, sobre Condición de Vida y Pobreza del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 2008; la Encuesta de Hogares Especializada en Niveles</p> <p>de Empleo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) del III trimestre del año 2008; y, el XI Censo de Población y Vivienda 2007.</p> <p>El informe presenta información relevante sobre la población femenina a nivel nacional, la situación de la mujer peruana en el mercado de trabajo, características de las mujeres ocupadas en el Perú, la Población femenina en edad de trabajar, características de las mujeres autoempleadas y de sus negocios, características de las mujeres desocupadas en el Perú, entre otros.</p>	
Cita APA VI	
Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2009b). La mujer en el mercado laboral peruano Informe Anual 2008. Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.	

Código:	FB030
Autor:	Mungaray Lagarda Alejandro
Año:	1995
Título:	La Soberanía del Consumidor, Dime en qué Gastas y te Diré tu Trisis.

Key Word:	Comercio ambulante. Consumo ambulante.
Extracto	
<p>El presente texto, trata de explicar sobre el comportamiento del consumidor y la satisfacción de las necesidades. Independientemente del tipo de empresario y segmento a la que pertenecen. Asimismo sostiene que cada consumidor es el juez de la satisfacción de sus necesidades, el cual depende del grado de interés que tenga cada individuo. El motivo de la existencia del comercio ambulante está basado en la existencia de la demanda. (pp.28-30)</p>	
Cita APA VI	
<p>Mungaray, A. (1995). La soberanía del consumidor, dime en qué gastas, te diré tu crisis, México. Tomás di bella.</p>	

Código:		FB031
Autor:	Norman Loayza	
Año:	2013	
Título:	Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú.	
Key Word:	Normativa. Desempeño gubernamental. Crecimiento económico. Economía informal.	
Extracto		
<p>Este trabajo analiza las causas del fenómeno de la informalidad en general en el Perú. Estudia la definición de informalidad y de las mediciones de ésta, señalando además las razones por las cuales la informalidad debiera ser motivo de gran preocupación. Estudia las principales causas de la informalidad y plantea que ésta no tiene un origen único, sino que es producto de la combinación de servicios públicos deficientes, de un régimen normativo opresivo y de la débil capacidad de control por parte del estado. Esta combinación intensifica su daño cuando el país se encuentra con complicaciones adicionales, como bajos niveles educativos, fuertes presiones demográficas y estructuras productivas primarias. Evalúa los determinantes de la informalidad, aplicándolos al caso peruano para evaluar la relevancia que tendría cada uno de los mecanismos propuestos en cada país específico.(pp.44-47)</p>		
Cita APA VI		
<p>Norman, L. (2013), Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú, Estudios Económicos, Banco Central del Perú.</p>		

Código:		FB032
Autor:	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo	
Año:	2012	
Título:	Políticas Nacionales de Empleo.	
Key Word:	Empleo. Gobierno. Política de trabajo.	
Extracto		
<p>Las Políticas Nacionales de Empleo presentadas en el documento, constituyen un conjunto de acciones específicas que el Gobierno Central, a través de la Comisión Intersectorial de Empleo (CIE), propone como respuesta al problema del desempleo y subempleo en el país.</p> <p>Las Políticas Nacionales de Empleo se enmarcan en los objetivos nacionales desarrollados en el Plan Bicentenario: El Perú hacia el 2021, el mismo que a su vez se sustenta en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en las Políticas de Estado del Acuerdo Nacional. Así también, las Políticas Nacionales de Empleo se fundamentan en un esquema articulador y de organización de las políticas, basado en los ámbitos de influencia específica de las mismas; por lo que se plantea un esquema de 6 ámbitos, las 6-E, para organizar las políticas.</p> <p>Los ámbitos son el entorno, el empleo, la empleabilidad, el emprendimiento, la equidad y el espacio. (pp. 3-4)</p>		
Cita APA VI		
Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2012). Políticas Nacionales de Empleo. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/archivos/comunicados/Politica_Nacional_de_Empleo.pdf		

Código:		FB033
Autor:	Municipalidad Metropolitana de Lima	
Año:	2014	
Título:	Ordenanza Municipal que regula el comercio ambulatorio en los espacios públicos en Lima Metropolitana	
Key Word:	Definición, tipos del comercio ambulatorio en Lima Metropolitanano	
Extracto		
El artículo trata sobre los objetivos, definición y tipos del comercio ambulatorio, inclusive habla sobre los requisitos que deben cumplir las personas para registrarse como ambulante regulado y cuáles son los límites de capital que deben tener para ser		

considerados como vendedor ambulante. Asimismo en el texto resalta el costo beneficio de permaneces en el comercio ambulatorio.
Cita APA VI
Ordenanza Municipal 1787. Ordenanza que regula el comercio ambulatorio en los espacios públicos de Lima Metropolitana. Municipalidad Metropolitana de Lima (2014)

Código:		FB034
Autor:	Magda Lizet Ochoa Hernández	
Año:	2013	
Título:	Un análisis descriptivo de los vendedores ambulantes del centro histórico de Tampico	
Key Word:	Sector informal, comercio ambulante, centro Histórico de Tampico	
Extracto		
El artículo trata de explicar el perfil del vendedor ambulante y aborda el panorama general del tipo de comercio en el centro histórico de Tampico, esta información se obtuvo a través mediante entrevistas aplicadas a una muestra de 50 comerciantes ambulantes. Los resultados muestran que el perfil predominante son los hombres con un nivel educativo primario y secundario, resaltando el estado civil soltero con una edad que oscila entre 20 y 39 años de edad.		
Cita APA VI		
Ochoa, M. (2013). Un análisis descriptivo de los vendedores ambulantes del centro histórico de Tampico, México, Redpol 8(1), 1-19.		

Código:		FB035
Autor:	Juan Manuel Ochoa Torres	
Año:	1999	
Título:	El Comercio Ambulante.	
Key Word:	Comercio informal, fenómeno, causas y consecuencias.	
Extracto		
En este estudio, el autor recoge datos históricos, desde la época prehispánica, para encontrar explicación al fenómeno de la informalidad. Explica sus efectos negativos en la		

economía y operatividad. Acusa a la informalidad de contribuir con los problemas económicos de la sociedad, causar daños al turismo, comercio, turismo, servicios comunitarios, seguridad urbana, entre otros. (pp.48-52)
Cita APA VI
Ochoa, J. (1999), El comercio ambulante, México. Aduanex S.A.

Código:	FB036
Autor:	Organización Internacional del Trabajo.
Año:	2002
Título:	Conferencia Internacional del Trabajo 90ª Reunión 2002, Informe VI. El Trabajo Decente y la Economía Informal.
Key Word:	Sector informal. Trabajo. Conferencia internacional de estadísticos del trabajo.
Extracto	
<p>Para crear empleos de calidad y duraderos es necesario, proporcionar formación, desarrollar capacidades empresariales y ampliar el alcance de las instituciones sociales de financiación. Las políticas de desarrollo económico son esenciales, con inclusión de las políticas de desarrollo económico subregional que abordan explícitamente las cuestiones y restricciones de la economía informal. Las políticas locales de desarrollo económico pueden jugar un papel importante en este sentido. Son especialmente pertinentes para la economía informal puesto que están basadas en un proceso de diálogo participativo de abajo a arriba y en asociaciones públicas-privadas. A través de este proceso, todas las partes interesadas en la economía local diseñan y aplican conjuntamente una estrategia de desarrollo que aprovecha el potencial local endógeno y la ventaja competitiva del área de que se trata. Las políticas locales de desarrollo económico suelen centrarse en la creación de puestos de trabajo a través del desarrollo de microempresas y pequeñas empresas, y de este modo ayudan a los trabajadores de la economía informal a organizarse, a facilitar su acceso a la formación para la adquisición de competencias, servicios financieros y financiación y a mejorar su entorno de vida y de trabajo.</p>	
Cita APA VI	
<p>Organización Internacional del Trabajo. (2002). Conferencia Internacional del Trabajo 90ª reunión 2002, Informe VI. El trabajo decente y la economía informal. Recuperado de http://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/---reloff/documents/meetingdocument/wcms_078894.pdf</p>	

Código:		FB037
Autor:	Organización Internacional del Trabajo	
Año:	2012	
Título:	Statistical Update on Employment in the Informal Economy.	
Key Word:	Estadísticas. Sector Informal. Empleo Informal.	
Extracto		
<p>La informalidad en el empleo ha sido siempre un desafío para la medición estadística. En 2003, la Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), celebrada en Ginebra define nuevos conceptos relacionados con este tema. El principal logro fue el desarrollo de directrices para un nuevo marco conceptual que distingue entre la informalidad desde la perspectiva de las unidades de producción como unidades de observación, por un lado y el de puestos de trabajo como unidades de observación, por el otro.</p> <p>Este trabajo presenta estadísticas actualizadas de información compilada para 47 países de diferentes regiones. La recolección de datos representa un importante logro y esfuerzo que se llevó a cabo en forma conjunta por los departamentos estadísticos y la red mundial de investigación sobre la Mujeres en el empleo Informal: Globalizando y Organizando (p. 4).</p>		
Cita APA VI		
<p>Organización Internacional del Trabajo. (2012). Statistical update on employment in the informal economy. Recuperado de http://laborsta.ilo.org/app lv8/data/INFORMAL_ECONOMY/2012-06-Statistical%20update%20-%20v2.pdf</p>		

Código:		FB038
Autor:	Organización Internacional del Trabajo	
Año:	2013	
Título:	La Medición de la Informalidad: Manual Estadístico sobre el Sector y el Empleo Informal.	
Key Word:	Sector informal. Estadísticas. Empleo Informal, Empresas del Sector Informal.	
Extracto		
<p>Desde que en la década de 1970 comenzó a utilizarse en forma generalizada el término “sector informal”, se han realizado esfuerzos a fin de elaborar definiciones más exactas que sirvan para hacer estimaciones estadísticas. La economía informal ha sido un</p>		

concepto impreciso, no solo como categoría en razón de sus numerosas asociaciones posibles, sino también como entidad difícil de identificar debido a su movilidad y falta de visibilidad. Con la ampliación del concepto de informalidad, primero en la resolución de la Conferencia Internacional del Trabajo en 2002 y luego en la Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET) en 2003, se ha progresado en cuanto a la elaboración de directrices para incrementar la disponibilidad y la calidad de estadísticas más armonizadas. Este documento informativo examina la situación actual de las estadísticas en relación con la definición y la medición de la economía informal (p.1).

Asimismo, se describe la evolución conceptual del término y se evalúan los desafíos pendientes para la medición y la reunión de datos. También se analizan algunas respuestas innovadoras de la OIT y la comunidad estadística internacional para abordar las lagunas de información existentes (p. 1).

Cita APA VI

Organización Internacional del Trabajo. (2013). La medición de la informalidad: Manual estadístico sobre el sector y el empleo informal. Recuperado de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_222986.pdf

	Código:	FB039
Autor:	Organización Internacional del Trabajo	
Año:	2015	
Título:	Guía de Recursos sobre las Cuestiones de Género en las Políticas de Empleo y del Mercado de Trabajo. Empoderamiento de la Mujer e Igualdad de Género.	
Key Word:	Género. Empleo informal. Estrategias nacionales. Mercado de trabajo.	

Extracto

El objetivo de la presente guía de recursos es fortalecer las capacidades de los mandantes de la OIT y de las autoridades decisorias en la formulación de las políticas de empleo. Existe una tendencia reconocida entre los responsables de la formulación de políticas y los profesionales en el área a considerar el empleo como un “producto residual” del crecimiento económico. No obstante, desde la crisis financiera y económica mundial de 2008, y las subsecuentes tasas elevadas de desempleo y subempleo en muchos países, la creación de empleo ha pasado a ser una de las principales prioridades en materia de políticas. Como resultado, se presenta una atención renovada a las cuestiones relacionadas con el género y el mercado de trabajo (p. iv).

Cita APA VI

Organización Internacional del Trabajo. (2015). Guía de recursos sobre las cuestiones de género en las políticas de empleo y del mercado de trabajo. Empoderamiento de la mujer e igualdad de género. Recuperado de <http://www.ilo.org/gender/Informationresources/Publications/lang--es/index.htm>

Código:		FB040
Autor:	Perry, G., Maloney, W., Arias, O., Fajnzylber, P., Mason, A., Saavedra-Chanduvi, J.	
Año:	2007	
Título:	Informalidad: escape y exclusión	
Key Word:	Economía informal, exclusión, escapar, trabajador,	
Extracto		
<p>En este informe se considera a la informalidad como una manifestación de las relaciones entre los agentes económicos y el Estado que, según la literatura económica, desempeña una función importante en cuanto a mitigar las fallas del mercado, asegurar el suministro de bienes públicos, y mantener condiciones para la igualdad de oportunidades.</p> <p>De las numerosas perspectivas adoptadas para estudiar a los trabajadores informales, la más influyente se ha centrado en su exclusión de los beneficios cruciales otorgados por el Estado o de los circuitos de la economía moderna. Puede considerarse que esta exclusión ocurre a lo largo de tres márgenes, o fronteras, entre la formalidad y la informalidad. En primer lugar, una larga tradición en la literatura laboral considera que la segmentación del mercado laboral impide que los trabajadores dejen su estado de inercia en la informalidad y se empleen en el sector formal que ofrece beneficios estipulados por el Estado. En segundo lugar, en su trabajo innovador, De Soto (1989) arguye que las reglamentaciones complicadas impiden que las empresas pequeñas crucen la frontera hacia la formalidad y prosperen. En tercer lugar, es posible que algunas empresas grandes que deben hacer frente a cargas fiscales y regulaciones excesivas operen parcialmente en la informalidad como una forma de defenderse y, en consecuencia, dejan de alcanzar su potencial de crecimiento y una mayor eficiencia.</p>		
Cita APA VI		
Perry, G., Maloney, W., Arias, O., Fajnzylber, P., Mason, A., Saavedra-Chanduvi, J. (2007). Informalidad: escape y exclusión. Washington, DC. Estudios del Banco Mundial sobre América Latina y el Caribe.		

Código:		FB041
----------------	--	-------

Autor:	Alfonso Ramírez Rodríguez
Año:	2009
Título:	Nuevas Perspectivas para Entender el Emprendimiento Empresarial.
Key Word:	Desarrollo del emprendimiento
Extracto	
<p>El documento estudia a las empresas como centros de desarrollo del emprendimiento exige el análisis de las características de los empresarios como emprendedores y sus diversas perspectivas de estudio, para comprender de manera detallada las diversas contribuciones para la interpretación del emprendimiento como fenómeno socioeconómico, básico para el desarrollo de cualquier sociedad, también explican las tendencias y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores. Es indispensable tener la concepción de emprendedor que se quiere estudiar, y analizar las tendencias culturales y su aplicación en el ámbito empresarial, pues esto servirá de base para el desarrollo de un modelo de emprendimiento</p>	
Cita APA VI	
<p>Ramírez, A. R. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial Recuperado el 5 de Octubre de 2015, el http://search.proquest.com/docview/1435585058?accountid=28391</p>	

Código:		FB042
Autor:	Xavier Ramos Morilla y Luis Huesca Reynoso	
Año:	2005	
Título:	La Distribución Salarial del Mercado de Trabajo en México: Un Análisis de la Informalidad.	
Key Word:	Entorno informal. México. Sector informal. Desempleo. Salario.	
Extracto		
<p>El análisis del entorno informal del mercado de trabajo adquiere en los tiempos actuales una relevancia creciente en el contexto de los países en vías de desarrollo. Este ámbito del mercado de trabajo ofrece en la actualidad una explicación acertada de la falta de capacidad de las economías para generar empleos suficientes para su población trabajadora y de la creciente precariedad de los empleos creados por el sector formal (p. 4).</p> <p>El sector informal en el mercado de trabajo se ha caracterizado a través del tiempo como un espacio económico de absorción de aquellas actividades productivas que no han logrado insertarse en la dinámica económica legal y estructurada. Los factores inherentes</p>		

a la informalidad han sido vinculados a deficientes niveles de productividad laboral o a fallas estructurales relacionadas con el sistema económico, siendo ésta última una característica común de las economías en vías de desarrollo (p. 4).

Cita APA VI

Ramos, X. & Huesca, L. (2005). La distribución salarial del mercado de trabajo en México: un análisis de la informalidad. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España.

Código:		FB043
Autor:	Roever Sally y Lissette Aliaga	
Año:	2010	
Título:	Organizando Vendedoras Ambulantes: El Caso de la Red de Mujeres.	
Key Word:	Mujeres vendedoras ambulantes. Mujeres en el comercio ambulatorio	
Extracto		
Este trabajo, estudia el origen la actividad del comercio ambulatorio. El cual desarrolla desde la época colonial. Actualmente esta actividad se encuentra más organizada a través de Asociaciones y redes que buscan dar sostenibilidad al comercio informal. Señala a esta actividad como fuente de ingresos para la mujer peruana de bajos recursos y bajo nivel educativo, que sirve de sustento para su familia. El estudio señala que en cuanto a género se refiere; mientras que la mujer tiene mayor participación, hay un mayor liderazgo del hombre en esta actividad. (pp.3-5)		
Cita APA VI		
Roever. S. & Aliaga, L. (2010), Organizando Vendedoras Ambulantes: El Caso de la Red de Mujeres, Lima, Perú.		

Código:		FB044
Autor:	Aramis Rodríguez y Angélica Méndez	
Año:	2015	
Título:	Soy Informal Pero Legítimo: Un Análisis Del Emprendimiento Informal.	
Key Word:	Emprendimiento informal.	

Extracto
<p>En el presente documento afirman que hay varios emprendedores que, por necesidad, solo encuentran oportunidades en la economía informal. Pero hay otros que, por vocación, persiguen las brechas entre lo ilegal y lo legítimo, y sacan provecho de ellas. En los conceptos presentados realizan una interrelación entre los fundamentos de la teoría institucional y el proceso emprendedor inclusive detiene al estado a realizar algún tipo de reflexión o análisis de las instituciones formales e informales, pero si impulsa a la investigación y desarrollo para mejorar el manejo de los emprendedores informales.</p>
Cita APA VI
<p>Rodríguez, A. & Méndez, A. (2015). «Soy Informal Pero Legítimo»: Un Análisis Del Emprendimiento Informal. Debates IESA, 20(2), 38-40. Recuperado de http://web.b.ebscohost.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?sid=10ae83ac-d1d1-4777-851b-51184a2b3ed1%40sessionmgr111&vid=4&hid=101</p>

Código:		FB045
Autor:	Jaime Serida, Keiko Nakamatsu, Armando Borda y Oswaldo Morales	
Año:	2015	
Título:	Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2013	
Key Word:	Actividad Empresarial en Etapa Temprana en el Perú.	
Extracto		
<p>En el Perú la mayoría de la población adulta muestra indicadores de actitudes hacia el emprendimiento positivo, se muestra que el 61% tienen la percepción de oportunidades y 62% tienen la auto percepción de capacidades para emprender, la valoración social hacia el emprendimiento en el Perú, son mayores que el promedio del grupo de desarrollo y de la región. Los emprendedores con expectativas de alto crecimiento representan solo el 0.7% de la población adulta, casi la mitad del promedio regional. Los emprendedores en etapas tempranas se muestran más ambiciosos en términos de crecimiento.</p>		
Cita APA VI		
<p>Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., & Morales, O. (2015). <i>Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2013</i> (1a ed.). Lima, Perú: Universidad ESAN. p. 80.</p>		

Código:		FB046
Autor:	Carlota Solé, Sonia Parella y Amado Alarcón	
Año:	2009	

Título:	El Autoempleo de las Trabajadoras Inmigradas. ¿Una Alternativa a la Discriminación Laboral?.
Key Word:	Migración femenina. Mujeres empresarias de origen inmigrante- Negocios étnicos.
Extracto	
<p>El presente artículo se aproxima, desde una perspectiva de género, a los factores motivacionales que contribuyen a explicar el autoempleo entre las mujeres inmigrantes residentes en España, muchas de ellas tras desarrollar largas trayectorias laborales como asalariadas, principalmente en el servicio doméstico y en otras actividades que tienen que ver con la reproducción social. El artículo analiza los factores que permiten enmarcar la creciente proclividad hacia el autoempleo por parte de las mujeres inmigradas, procedentes de países no comunitarios. Además de identificar y clasificar cuáles son estos factores, se pretende mostrar de qué modo intervienen a la hora de explicar los emprendimientos de las mujeres inmigrantes, a través de la entrevista en profundidad como técnica de recogida de los datos. (p. 1)</p>	
Cita APA VI	
Sole, Carlota, Parella, Sonia, & Alarcón, Amado. (2009). El autoempleo de las trabajadoras inmigradas. ¿Una alternativa a la discriminación laboral? Cuadernos De Relaciones Laborales, 171.	

Código:		FB047
Autor:	Sakho Yaye	
Año:	2009	
Título:	The Informal Sector in Bolivia Today. En Increasing Formality and Productivity of Bolivian Firms.	
Key Word:	Bolivia. Informalidad. Mercado. Productividad.	
Extracto		
<p>Bolivia es el país que tiene la mayor tasa de informalidad de América Latina, se ha identificado varios factores para que cuente con tal grado de informalidad, las causas se deben a la debilidad de las instituciones públicas, y la falta de beneficios percibidos a sector formal. El alto nivel de informalidad tiene una serie de consecuencias negativas tales como la baja productividad, el bajo crecimiento y baja calidad de los empleos.</p> <p>Este estudio presenta información cualitativa y cuantitativa para comprender mejor las razones por que las empresas son informales y el impacto de formalización en su rentabilidad.</p>		

Cita APA VI	
Sakho, Y. (2009). The informal sector in Bolivia today. En Increasing Formality and Productivity of Bolivian Firms (pp. 5-36). Miami, Estados Unidos: World Bank.	

Código:		FB048
Autor:	Rebeca Teja Gutiérrez & Nidia López Lira	
Año:	2013	
Título:	Comercio informal: Un estudio en el Municipio de Toxoco	
Key Word:	Comercio Informal y situación económica de Tianguis	
Extracto		
El artículo trata sobre el análisis de la situación socioeconómica de la ciudad de México. El comercio informal el autor define como una de las actividades más notables de la economía informal, la cual se lleva acabo básicamente a través del comercio callejero, los llamados vendedores ambulantes, este sector trabaja con tecnología poco calificada, bajo nivel de organización, no cuentan con garantía formal.		
Cita APA VI		
Teja, R. &López, N. (2013). Comercio Informal: Un estudio en el municipio Texoco, edo, de México. Revista Internacional Administración & Finanzas, 6(4).		

Código:		FB049
Autor:	Inés Temple	
Año:	2010	
Título:	Usted S.A. : Empleabilidad y Marketing Personal.	
Key Word:	Búsqueda de empleo. Selección de personal. Mercadeo personal. Mercado de trabajo. Desarrollo profesional.	
Extracto		
El libro trata sobre las nuevas características del mercado y los cambios que deben perseguir los individuos que buscan oportunidades laborales en un entorno cambiante. Desarrolla aspectos relacionados con el cambio constante en las organizaciones, el mercado y su entorno. Luego, explica sobre los cambio en la empleabilidad y la competencia que genera hoy en día entre las personas y como mejorarla. Por último explica sobre el Marketing personal y como ser presidente de su propia empresa. (p. 17-		

20)
Cita APA VI
Temple, I. (2010). Usted S.A. : empleabilidad y marketing personal. Lima : Grupo Editorial Norma, 2010.

Código:		FB050
Autor:	UK Commission for Employment and Skills	
Año:	2014	
Título:	The Future of Work: Jobs and skills in 2030.	
Key Word:	Work environment, forecasts and trends. Skilled labor analysis. Employment forecasts and trends. Employment Reports.	
Extracto		
El estudio desarrolla aspectos relacionados con las proyecciones y tendencias del mercado en el futuro, específicamente al 2030. Presenta las tendencias futuras del trabajo y las habilidades requeridas ante los cambios demográficos, económicos, en el entorno, la tecnología, entre otros. Asimismo, estudia aquellos problemas que podrían hacer cambiar radicalmente el futuro del trabajo, tales como la migración, la globalización, la tecnología, los conflictos y los cambios en el medio ambiente. Por último, presenta una visión sectorial sobre el futuro del trabajo y las habilidades por sector; en la salud, los servicios profesionales y de negocio, la educación, la manufactura, la construcción, la venta al menudeo, entre otros.		
Cita APA VI		
UK Commission for Employment and Skills. (2014). The Future of Work: Jobs and skills in 2030. Recuperado de https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/303334/er84-the-future-of-work-evidence-report.pdf		

Código:		FB051
Autor:	Jesús Valadez y Antonio Martínez	
Año:	2013	
Título:	Características y Clasificación del Comercio Informal en ciudad Juárez, Chihuahua.	

Key Word:	Desempleo. Informalidad. Características. Comercio.
Extracto	
<p>El estudio, describe las características del comercio informal en la ciudad Juárez Chihuahua, México. Explica las causas de la informalidad en la ciudad producto del desempleo generado por la alta inseguridad (donde comerciantes formales tuvieron que sacar sus negocios a las calles para evitar las extorsiones), el desempleo en el sector maquilador y falta de políticas públicas adecuadas. Explica también como se promueve la informalidad a través de políticas públicas para el comercio informal.</p>	
Cita APA VI	
<p>Valadez, J. & Martínez, A. (2013). Características y Clasificación del Comercio Informal en ciudad Juárez, Chihuahua. En la Conferencia Mundial sobre las Actas Negocios y Finanzas (Vol. 8, No. 1, p. 574). Instituto de Investigación de Economía y Negocios.</p>	

Código:		FB052
Autor:	Evelyn Valerín Alvarado y Melissa Chinchilla Rojas	
Año:	2012	
Título:	Significado del Trabajo para las Vendedoras Ambulantes de la Avenida Central de San José.	
Key Word:	Género. Economía Informal. Vendedores (as) ambulantes. Trabajo de las Mujeres. Representaciones Sociales.	
Extracto		
<p>El artículo se sustenta en el estudio del trabajo que realizan las vendedoras ambulantes de la Avenida Central de San José, de la percepción que tienen las vendedoras por su trabajo, así como la imagen que tienen dentro de la sociedad. Se tratan los motivos por los cuales se desempeñan en esta actividad y las relaciones con su entorno. Encontramos que las ventas ambulantes no sólo tienen aspectos negativos; ni tampoco el total de su población es infeliz por contar con bajos ingresos, se encontró que esta actividad puede ofrecer gratificaciones y satisfacción no sólo para ellas mismas, sino también para sus familias. (pp.8-10)</p>		
Cita APA VI		
<p>Valerin, E. & Chinchilla, M. (2012), Significado del trabajo para las vendedoras ambulantes de la Avenida Central de San José, Cuadernos de Antropología, ISSN: 1409-3138, No. 22. Año 2012, recuperado de file:///C:/Users/1/Downloads/6092-8440-1-SM%20(1).pdf</p>		

Código:		FB053
Autor:	María Elena Valenzuela	
Año:	2005	
Título:	¿Nuevo Sendero para las mujeres? Micro empresa y género en América Latina en el umbral del siglo XXI.	
Key Word:	Mujer emprendedora y diferencias con el género.	
Extracto		
<p>El presente libro muestra la importancia económica y social del sector micro empresarial en América latina, el presente enfoque se realiza al género femenino permitiendo comparar al hombre con la mujer donde uno de los principales factores dinamizadores del proceso ha sido la incorporación de la mujer en el mundo de trabajo, esto genera mayor capacidad por parte de los mujeres quienes incrementan sus ingreso teniendo flexibilidad las funciones del hogar.</p>		
Cita APA VI		
Valenzuela, M. E. (Ed.) (2005), “¿Nuevo Sendero para las mujeres? Micro empresa y género en América Latina en el umbral del siglo XXI”, Santiago de Chile. CEM.		

Código:		FB054
Autor:	Susana María Veleda da Silva	
Año:	2003	
Título:	Trabajo Informal, Género y Cultura: El Comercio Callejero e Informal en el Sur de Brasil,	
Key Word:	Género. Cultura. Comercio Callejero. Trabajo Informal. Brasil.	
Extracto		
<p>Esta tesis doctoral da a conocer la situación en que se encuentran los trabajadores del comercio callejero en Brasil, situación de precariedad laboral que no siempre es visible en los espacios públicos que ocupan pero que es evidente en las relaciones laborales y familiares a que cotidianamente están expuestos. Este trabajo analiza la situación laboral y familiar de los trabajadores ambulantes, con la finalidad de dar sugerencias que contribuyan a que estos trabajadores tengan una vida digna y sean incluidos en la sociedad de forma efectiva, como ciudadanos y trabajadores formales.</p>		
Cita APA VI		
Veleda, S. (2003). Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e informal en el sur de Brasil. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona,		

España.

Código:		FB055
Autor:	Villamil, R.	
Año:	2014	
Título:	La economía informal: causas, consecuencias y ejes de solución	
Key Word:	Economía informal, causas, situación, Perú	
Extracto		
<p>La economía informal prospera en ámbitos de déficit del trabajo decente, quienes la integran se ven limitados para hacer valer sus derechos fundamentales como trabajadores y como ciudadanos. Por lo tanto es importante reconocer la heterogeneidad de la economía informal para diseñar políticas eficientes que faciliten la transición hacia la formalidad y así poder explotar el gran potencial de desarrollo empresarial existente en la economía informal, facilitando la transición a la economía formal.</p> <p>El crecimiento debe estar asociado a la creación de empleo formal. La OIT insta a adoptar el enfoque del Programa de Trabajo Decente, asumiendo la vanguardia a nivel internacional, proponiendo para la transición a la formalidad un enfoque global e integrador.</p>		
Cita APA VI		
<p>Villamil, R. (2014). La economía informal causas, consecuencias y ejes de solución. Ginebra. Oficina de la OIT para los países Andinos, presentado en el 23° congreso de Gestión de Personas.</p>		

Apéndice C: Consentimiento Informado

Me comprometo a participar en el estudio titulado “Mujeres autoempleada en la Economía Informal: Una Mirada a la Mujer Ambulante en Lima Metropolitana, 2016”, el cual está siendo conducido por: Luis García, Rodrigo Flores, Felicitas Martínez, Susy Beltrán bajo la supervisión de asesora Giovanna Francesca Di Laura Mendoza. Entiendo que esta participación es enteramente; puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento sin ningún perjuicio, y los demás resultados de dicha participación, que puedan ser identificados como míos, me serán devueltos y eliminados de los archivos de investigación o estudios.

Me ha explicado lo siguiente:

El motivo de la investigación es estudiar el perfil de la mujer ambulante entre los años 2003 y 2013, las razones que estimulan a las mujeres para hacerse dueñas de negocios y las variables que estimulan la participación de las mujeres en actividades empresariales para obtener información que pueda ayudar a mejorar sus esfuerzos empresariales y las políticas gubernamentales que promuevan a la mujer como propietaria de negocios.

No se prevé tener ningún estrés o situación incómoda.

Estoy de acuerdo con los siguientes procedimientos:

Tener entrevistas, con una duración de aproximadamente 2 horas cada una, en las cuales el investigador me formulará preguntas relativas a mis características demográficas, mi experiencia laboral y administrativa, los motivos para convertirme en empresaria, y sobre los obstáculos que tuve para empezar mi negocio y para hacerlo crecer. Yo entiendo que me puedo negar a contestar dichas preguntas y puedo discontinuar mi participación en cualquier momento.

La información que yo provea se mantendrá confidencial y no será publicada en ninguna forma que sea personalmente identificable sin mi previo consentimiento. Se utilizará

grabadora, filmadora, durante la entrevista y las respuestas serán transcritas con un código con el fin de proteger mi identidad.

El investigador responderá a cualquier pregunta adicional, en este momento o durante el transcurso del proyecto.

Nombre del investigador

Nombre del participante

Firma del investigador /Fecha

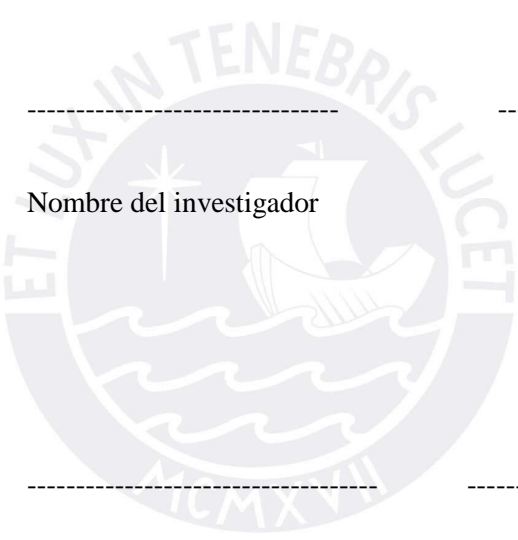
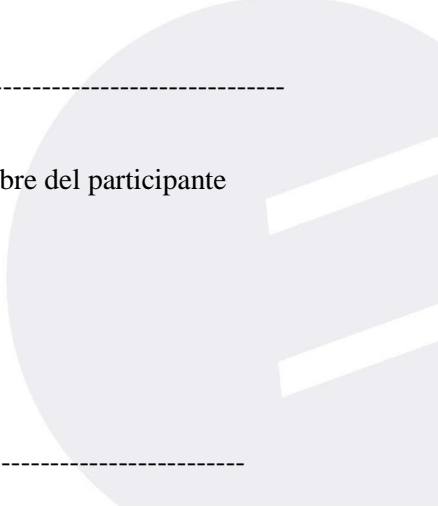
Firma participante/fecha

POR FAVOR, FIRMAR AMBAS COPIAS, RETENER UNA Y DEVOLVER OTRA AL
INVESTIGADOR

Apéndice D: Acuerdo de confidencialidad

El presente acuerdo de confidencialidad tiene como objeto, proteger la privacidad de las participantes, los nombres serán reemplazados por pseudónimos; los archivos que han sido grabados será identificado con pseudónimos y las respuestas también será transcritas con un código, con la finalidad de proteger la identidad de las mujeres ambulantes. Asimismo ninguna información será publicada de forma que sea personalmente identificable.

La información que provea la participante se mantendrá en total confidencialidad y no será publicada bajo ninguna forma que sea personalmente identificable sin mi previo consentimiento. Se utilizará grabadora, filmadora, durante la entrevista y las respuestas serán transcritas con un código con el fin de proteger mi identidad.

	
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p>Nombre del investigador</p>	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p>Nombre del participante</p>
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
<p>Firma del investigador /Fecha</p>	<p>Firma participante/fecha</p>

POR FAVOR, FIRMAR AMBAS COPIAS, RETENER UNA Y DEVOLVER OTRA AL INVESTIGADOR

Apéndice E: Protocolo del Caso

a) Generalidades del estudio

A1 Antecedentes del estudio

A2 Objetivos del estudio y preguntas de investigación

A3 Marco Teórico

A4 Rol del protocolo en la investigación

b) Procedimientos de campo

B1 Datos de las mujeres ambulantes a entrevistarse

B2 Criterios de clasificación

B3 Invitación para la entrevista

B4 Carta de consentimiento informado del entrevistado

B5 Acuerdo de confidencialidad

B6 Calendario de las entrevistas

B7 Documentos disponibles antes de la entrevista

B8 Equipo de grabación de audio-video/fotografía

c) Preguntas del caso

C1 Guía de la entrevista

d) Reporte del caso

D1 Datos generales de las entrevistas realizadas

D2 Formato de Consentimiento firmado por el entrevistado

D3 Acuerdo de Confidencialidad

D3 Documentos y fotografías obtenidos durante la entrevista

D4 Formato de notas de campo

D5 Formato de notas de entrevista

D6 Transcripción de la entrevista

D7 Reporte del investigador

D8 Narrativas sobre las respuestas a las preguntas de la guía de entrevista



Apéndice F: Perfil de las Mujeres Informantes

El perfil de las mujeres informantes presenta un breve resumen de cada una de las mujeres que accedieron a la entrevista. Para todo efecto, sólo se incluye un nombre y el distrito al que pertenece.

Ruth de San Luis

Nacida en Lima, inicia sus actividades como comerciante ambulante a consecuencia de la separación con su conviviente, con tres hijos por mantener, decide iniciar la actividad aprovechando la experiencia de sus padres, quienes la apoyaron a iniciar con la actividad. Su motivación más grande significa lograr otorgar a sus hijos una educación que les permita desenvolverse en la vida.

Lisec de San Juan de Miraflores

Nacida en Lima, conviviente y tres hijos, inicia su actividad motivada por las necesidades económicas de la familia y el insuficiente ingreso de su pareja. Es así que su hermana la guía a iniciar en el negocio ambulatorio gracias a su experiencia. Recibió el apoyo de su familia y su pareja.

Mirian de Punta Hermosa

Nacida en Lima, con 42 años de edad, una relación de convivencia y cuatro hijos. Viven también la madre y su nieto, todos dependientes económicamente. Inicio la actividad ambulatoria a través de un amigo, vendiendo productos en la playa. Inicio en la actividad del comercio ambulatorio debido a que los ingresos no alcanzaban para la educación de sus hijos, mejorar las condiciones de vida de la familia y construir su casa.

Lucy de Lurín

Mujer nacida en la ciudad de Huánuco, con 31 años de edad, soltera y secundaria completa. Inicio sus actividades vendiendo ropa a sus vecinos, con mayor capital, inicio la

venta de ropa como ambulante en diversos mercados de la capital y provincia. Fueron su hermana y madre las que apoyaron su iniciativa con el fin de afrontar las necesidades de sus hijos y otros familiares, más aun dado que no contaba con la ayuda de los padres de sus hijos. Durante el tiempo de desarrollo de sus actividades atravesó diversas dificultades, sin embargo, logro superarlas gracias al empeño y perseverancia, pero sobre todo motivada por el amor a su familia.

Sara de Villa María del Triunfo

Con 43 años de edad, tres hijos y viuda. Desde muy niña trabajo en el comercio ambulatorio, primero vendiendo periódico, luego como empleada del hogar. Dado que ganaba muy poco decidió independizarse. Comenzó con un negocio propio de venta de comida, el cual le ha permitido desarrollarse y ganar lo suficiente para contribuir en el desarrollo de sus hijos, quienes son sus más grandes motivaciones.

Rosalía de Villa el Salvador

Natural de Cerro de Pasco, casada y 39 años de edad, tiene dos hijos, ejerce su actividad en el distrito de Villa el Salvador. Antes de iniciar sus actividades ambulatorias era ama de casa y dependía económicamente de su esposo. Cuando termino su carrera técnica comenzó a laborar con su papá en la venta de zapatos, luego de reconocer el negocio, decide independizarse e instalar su negocio ambulatorio de venta de calzado.

Jesica de La Victoria

Nacida en la provincia de Chimbote, departamento de Ancash, soltera y estudiante de educación superior. Vive con dos hermanas, y aporta a sus padres económicamente. Inicia sus actividades con un capital entregado por sus padres y una de sus hermanas. Su negocio creció gracias a la contribución de otro de sus hermanos que le ayudaron a su expansión. Parte del

éxito se debe a que conocía las actividades de venta de artículos y prendas de vestir, experiencia adquirida durante su trabajo dependiente.

Lucia de Magdalena del Mar

Nacida en Lima, con 47 años de edad y viuda, finalizó sus estudios secundarios, tiene 6 hijos, y vive con 4 de ellos y dos nietos. Comenzó sus actividades contando con el apoyo de su esposo, ambos trabajaban como ambulantes en el inicio en negocios diferentes. Inicia sus actividades en medio de una crisis económica muy grave, es así que comienza a vender boletos de lotería. En la actualidad los productos que comercializa es variado y es resultado de un esfuerzo y crecimiento obtenido.

Adela de San Juan de Lurigancho

Con 43 años de edad, casada, natural de Piura y una hija, vive con dos sobrinas en casa las cuales dependen económicamente de ella. Comenzó su negocio ambulatorio de venta de alimentos pre-cocidos con un préstamo recibido por su hermana. Tiene una proyección de convertir su negocio ambulatorio en una gran empresa de venta de línea de productos pre-cocidos.

Elizabeth de Chorrillos

Madre soltera de 43 años de edad nacida en Lima, con tres hijos, un niño y dos jóvenes, de los cuales uno de ellos es especial. Vive adicionalmente con su madre que depende de ella. Creció en medio del ejercicio del comercio desarrollado por sus padres, el cual lo conocía muy bien, sin embargo, no lo ejercía a plenitud debido a que dependía de su pareja. Luego de la separación con su pareja decidió incursionar en el negocio de venta de artículos para vestir. Sus principales motivaciones para iniciar el negocio fueron las necesidades económicas.

Carmen de Comas

Nacida en el distrito de Huanta en el departamento de Ancash, con estado civil conviviente y tiene tres hijos. Previo a iniciar la actividad independiente, trabajaba bajo la modalidad tiempo parcial y en otras oportunidades a tiempo completo. Luego de vender varios productos, finalmente decidió vender productos relacionados con la vestimenta. Su proyección pasa por formalizar su negocio, contribuir a construir su casa y comprar un local para el crecimiento de su emprendimiento.

Elva de Carabayllo

Tarmeña de nacimiento, soltera con 52 años de edad y dos hijos adolescentes. Debido a las necesidades tuvo que iniciar la venta independiente dejando de lado sus estudios superiores técnicos y los trabajos temporales que eran suficientemente remunerados, además que le quitaba demasiado tiempo. Inicó el comercio individual fundamentalmente a través de su ahorro y recomendado por un amigo, quien le explicó los beneficios y la animó finalmente.

Pilar de Comas

Con 29 años de edad, nació en Lima, estado civil soltera, vive con su mamá y dos hermanos. Con educación técnica completa, su principal motivación para iniciar el negocio ambulatorio era la dependencia de trabajar para alguien, es así que decidió ser jefa de ella misma. Se dedica a la venta de ropa y conoce muy bien la mecánica de venta, debido a su experiencia laboral cuando era dependiente. Su actividad la inició con dinero que ella misma ahorró.

Teresa de Rímac

Teresa tiene 36 años y nació en Puno, separada, vive solo con su hija de 13 años. Comenzó su actividad independiente luego de la separación con su pareja y con el compromiso de mantener y sacar adelante a su menor hija. Recibió un préstamo de su familia

y con la ayuda de su prima que conocía la actividad independiente inicio vendiendo ropa, actividad que desarrolla hasta el desarrollo de la entrevista.

Yovana de Los Olivos

Con 33 años de edad, casada y 4 hijos entre los 4 y 13 años, integra el grupo familiar su suegra quien depende de la pareja de esposos. Debido a que los ingresos de su esposo no alcanzaban para mantener a la familia, inicio vendiendo alimentos y posteriormente zapatillas. Inicio el negocio con un dinero propio resultado de juntas de ahorro entre conocidos. Es una mujer que disfruta del negocio y como bien ella se califica, cuenta con mucha habilidad.

María de Ancón

Nació en Huancayo en el departamento de Junín, es conviviente con tres hijos y cuenta con 54 años de edad. Antes de comenzar su actividad independiente trabajaba como vendedora en diversas tiendas. Debido a los bajos ingresos y la creciente necesidad, su suegra la convenció y orienta para embarcarse en el negocio independiente, es así que inicio el negocio de la venta de comida, el cual le ha permitido solventar los gastos de educación de sus hijos.

Marcela de Santa Rosa

Con dos hijos menores de edad, limeña y con 49 años de edad. Inicio su actividad debido a una carga familiar por mantener, es así que, su suegra la instruyó en el negocio independiente y regaló algunos utensilios para la venta de jugo de naranja. Marcela se propuso a luchar y demostrar que su desarrollo y la de sus hijas eran posibles, es así, que su negocio ha crecido.

Diana de San Martín de Porres

Nació en la provincia de Cajatambo en el departamento de Lima, conviviente con 46 años de edad y cuatro hijos. Antes de iniciar el negocio independiente, trabajo en una de las panaderías de su primo. Luego del fallecer el papá de sus primeros hijos, ahorrar y aprender del negocio decidió emprender su propia actividad de venta de panes.

Verónica de El Agustino

Natural de Ancash, 33 años y madre soltera de dos hijos. Dependía económicamente de su pareja, al separarse, durante seis meses sus ingresos solo dependían de la limpieza de casas. Luego, una amiga le explico y convenció sobre la venta de productos de belleza por catálogo, para la cual accedió. Anteriormente, había ejercido el comercio independiente, sin embargo, lo dejo dado que su pareja la mantenía.

Antonia de Independencia

Natural de la provincia de Antabamba, ciudad del departamento de Apurímac, con 45 años de edad, casada y cuatro hijos. Previo a la venta de verduras se dedicaba a la venta de abarrotes. Inicio el negocio independiente por el heco de percibir ingresos adicionales para la familia y concretar proyectos propuestos con su esposo. Conoce del negocio independiente por sus padres, comerciantes desde muy jóvenes, quienes le enseñaron acerca de la actividad.

Susana de Lurigancho

Madre de tres hijos, conviviente con 45 años de edad, natural de la ciudad del Cusco. Trabajaba desde muy temprana edad con sus tíos, quienes contaban con una serie de actividades de comercio independiente. Su principal motivación en iniciar su propia actividad independiente fue la obtención de mayores ingresos con el fin de ayudar económicamente a su padre, así mismo, como parte de una meta personal de constituir su propio negocio desde sus bases

Dina de La Molina

Cajamarquina de nacimiento, 44 años de edad, casada y dos hijos. Llego a Lima, a sugerencia de su familia, con el afán de trabajar y lograr que sus hijos finalicen sus estudios. Trabajo de manera dependiente, luego de tres años de ahorro, decidió emprender su propia actividad independiente de venta de productos de abarrotes. Con su nuevo negocio y su esposo trabajando en otra actividad lograron educar a sus hijos.

Sandra de San Borja

Nació en Lima, soltera, 25 años de edad, sin hijos. Vive con su hermana menor y su abuela, quienes dependen de ella. Luego de finalizar el colegio trabajó en una fábrica de manera dependiente, posteriormente en una editorial vendiendo libros. Dadas las necesidades no cubiertas con su ingreso dependiente, y con el dinero ahorrado más un dinero en calidad de préstamo recibida por su abuela, decidió incursionar en la venta independiente de golosinas.

Irene de La victoria

Limeña de nacimiento, conviviente con 30 años de edad, dos hijos y una hermana. Dado que los ingresos de su pareja no alcanzaban, inicio su actividad independiente vendiendo pescado en el terminal pesquero. Posteriormente, con la ayuda de su pareja inicio el comercio de golosinas, quienes posteriormente compraron un quiosco para el expendio de este tipo de productos. Sus metas, adicional a la educación de sus hijos, construir su casa en un terreno adquirido y crecer en el negocio.

Yolanda de Santa Anita

Procedente del departamento de Ayacucho, con 40 años de edad, es madre soltera de dos hijos. Dada su condición de falta de apoyo económico, se vio obligada a iniciar una actividad independiente vendiendo flores, posteriormente, y es el negocio que tiene

actualmente, vendiendo mazamorra. Sus perspectivas están en relación a completar la educación de sus hijos, construir su casa e incursionar en otro negocio.

Asunta de Ate Vitarte

Nacida en la ciudad de Apurímac, con 32 años de edad tiene dos hijos con su pareja cuya relación es de convivencia. Vive junto con la familia su sobrina de 16 años, la cual depende económicamente. Anteriormente, dos hermanas dependían de ella, sin embargo ya logro sacarlas adelante. Cuando las necesidades económicas eran mayores, trabajo con su hermana vendiendo churros. Luego, con el apoyo de su pareja y aporte económico de su hermana decidió poner en funcionamiento su propio negocio de venta de churros.

Maruja de Santa Anita

Nacida en Puno, 38 años, casada y cuatro hijos. Antes de iniciar su actividad como ambulante, era ama de casa y dependía económicamente de su esposo. Las necesidades crecientes de sus hijos, gastos y disponibilidad de tiempo hicieron que optara por incursionar en el negocio independiente. Actualmente se dedica a la venta de diversas frutas de primera calidad por kilos y cuenta con el apoyo total de su esposo.

Felipa de San Martín de Porres

Con 50 años de edad, natural de Ancash, divorciada con tres hijos. Vio la oportunidad de crear un emprendimiento ambulatorio independiente como consecuencia de las necesidades de educar a sus hijos. A diferencia de otros casos, conto con el apoyo de una organización sin fines de lucro para iniciar su negocio, así mismo, su ex pareja apoyo su iniciativa con el fin de contribuir a la educación de sus hijos. Es así como inicio la venta de verduras, fruta y abarrotes.

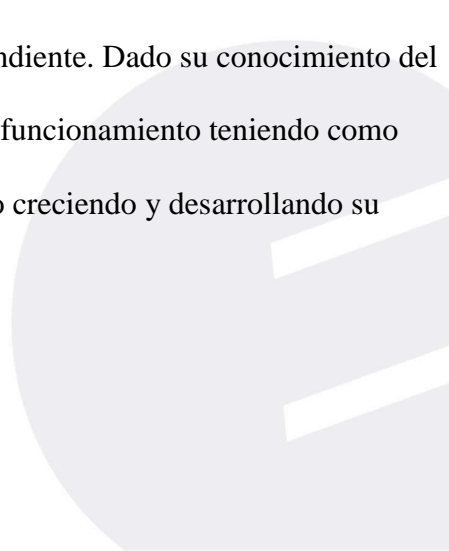
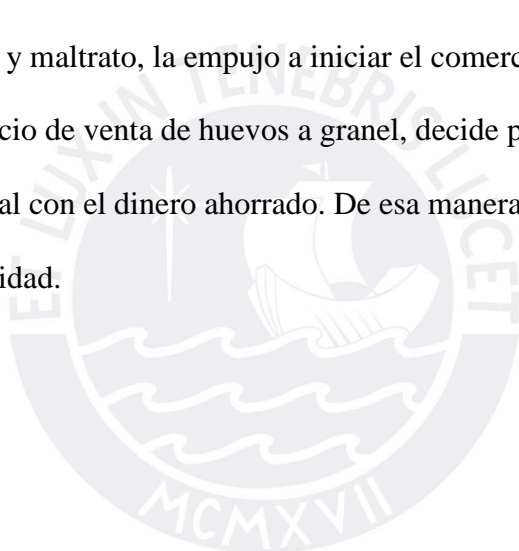
Cecilia de Puente Piedra

33 años de edad, soltera y dos hijos, nacida en Tarma ciudad de Junín.

Adicionalmente viven con ella su madre y hermano pequeño. Tuvo la necesidad de trabajar cuando se separó de su pareja, debido a que se convirtió en el sostén para la alimentación, educación, salud, entre otras necesidades de su familia. Inicialmente trabaja en tiendas ubicadas en Gamarra, posteriormente, con sus ahorros, decidió implementar su negocio independiente de venta de prendas de vestir.

Julia de Lima - Cercado

Nacida en la ciudad norteña de La Libertad, a sus 32 años tiene dos hijos pequeños con una relación de convivencia. Adicionalmente, es responsable de su tía abuela, quien vive en el mismo domicilio. Sus primeras actividades laborales eran como dependiente, el pésimo pago y maltrato, la empujó a iniciar el comercio independiente. Dado su conocimiento del negocio de venta de huevos a granel, decide ponerlo en funcionamiento teniendo como capital con el dinero ahorrado. De esa manera ha venido creciendo y desarrollando su actividad.



Apéndice G: Red Semántica del Perfil de las Mujeres Informantes

