

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



Satisfacción y Bienestar de Mujeres Autoempleadas

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADO POR

Claudia, Folco Carrillo

Diana Ruth, Olguín Salazar

Frank Alan, Lázaro Lázaro

María Angélica, Lagos Maraví

Asesora: García Pedroche, Esther

Santiago de Surco, Octubre 2016

Agradecimientos

Nuestro mayor agradecimiento a nuestra asesora de Tesis la doctora Esther García Pedroche, quien nos ha guiado y motivado en todo momento para la realización del presente estudio.



Dedicatoria

A nuestros padres, que han sabido darnos todo su apoyo y comprensión durante nuestra trayectoria académica, confiando siempre en nosotros.

A nuestros hijos, que son la inspiración para cumplir cada reto propuesto.



Resumen Ejecutivo

La escasa información sobre autoempleo relacionado a las mujeres en el Perú, motivó el desarrollo de la presente investigación; por ello el estudio tiene como propósito identificar los factores que generan la satisfacción y el bienestar en las mujeres dedicadas a un tipo de autoempleo como es el comercio ambulante, para lo cual se exploraron sus características demográficas, sus antecedentes educativos, laborales y familiares, los factores que las impulsaron al autoempleo, su sentir respecto al ambiente físico donde laboran, su opinión en relación a la satisfacción y al bienestar con respecto a la actividad que desempeñan, y las facilidades y los obstáculos que tuvieron que enfrentar para llegar a autoemplearse.

El estudio utilizó un enfoque cualitativo de tipo exploratorio, basado en estudios de casos de 30 mujeres entre 24 y 72 años, cuya actividad laboral es el comercio ambulante, el cual tuvo lugar en el distrito de Cercado de Lima, provincia Lima Metropolitana, Perú.

Los resultados muestran que los principales factores de satisfacción laboral identificados son: las oportunidades de desarrollo de sus habilidades, la autogestión de su propio negocio, el reconocimiento de pertenecer a una organización y la flexibilidad de horario para disponer de tiempo con sus familias. Los factores de bienestar reconocidos en el estudio son: la satisfacción con lo que hacen, las relaciones positivas con su entorno social, la autoestima que les ocasiona servir a su comunidad, el propósito en la vida que es llegar a tener un puesto formal y la autonomía económica que les generan los ingresos percibidos. Sin embargo existen condiciones laborales que no aportan a la satisfacción y al bienestar como: (a) los sentimientos de inseguridad al percibir ingresos bajos y variables, (b) la inconformidad del ambiente en el que trabajan, y (c) la incertidumbre de perder su puesto por la demora que implican los procesos de renovación de la autorización municipal.

Por lo tanto, el estudio recomienda: (a) la ampliación para la obtención de evidencias de un tipo cuantitativo como complemento a este tipo de estudio, (b) la formulación de políticas laborales a partir de los antecedentes demográficos, educativos y familiares de las mujeres que laboran en el comercio ambulante, y (c) la implementación de instrumentos financieros y de capacitación para facilitar su incorporación a la formalidad y la competitividad.

Abstract

The insufficient information about self-employment related to women in Peru, motivated the development of the present research; therefore, this study aims to identify the factors that generate satisfaction and well-being in women engaged in a type of self-employment such as street trading, for which their demographic characteristics, education, labor and family histories, factors that led them to self-employment, their feelings about the physical environment where they work, their opinion regarding the satisfaction and well-being with respect to the activity they perform, and facilities and obstacles they faced to reach self-employment, were researched.

The study used a qualitative approach of exploratory kind, based on case studies of 30 women between 24 and 72 years old whose work activity is street sales, has been held in the district of Center of Lima, in Lima Province, Peru.

The results show that the main identified factors of labor satisfaction are: opportunities of development of their skills, self-management of their own business, recognition to belonging to an organization and, flexibility of schedule that allows them to spend time with their families. The welfare factors recognized by the study are: satisfaction with what they do, positive relationships with their social environment, the generated self-esteem because of serving their community, a purpose of life consisting in getting a formal position and the economic autonomy generated by the received income. However there are working conditions that don't contribute to satisfaction nor well-being such as: (a) feelings of insecurity for receiving low and variable income, (b) nonconformity of the environment where they work, and (c) the uncertainty of losing their positions due to delay of renewal processes of the municipal authorization.

Therefore, the study recommends: (a) accomplishment of evidences of quantitative type as complement of this kind of study, (b) the formulation of labor policies based on demographic, educational and family backgrounds of women who work in street trading, and (c) implementation of financial and training tools for facilitate their integration into formality and competitiveness.



Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	xiii
Lista de Figuras.....	xv
Capítulo I: Introducción	1
1.1 Antecedentes	2
1.2 Definición del Problema	3
1.3 Propósito de la Investigación	4
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	7
1.8 Supuestos	8
1.9 Limitaciones.....	8
1.10 Delimitaciones	8
1.11 Resumen.....	9
Capítulo II: Revisión de la Literatura	11
2.1 Metodología Utilizada para la Revisión de Literatura.....	11
2.2 Satisfacción y Bienestar de las Mujeres Autoempleadas en el Comercio	
Ambulante	15
2.2.1 Satisfacción.....	15
2.2.2 Bienestar.....	17
2.2.3 Satisfacción y bienestar.....	21
2.2.4 Autoempleo.....	23
2.2.5 Comercio ambulante.....	28
2.2.6 Satisfacción y bienestar de las mujeres autoempleadas.....	30

2.2.7 Satisfacción, bienestar y mujeres autoempleadas en el comercio	
ambulante.....	32
2.2.8 Experiencias de satisfacción y bienestar de las mujeres en el comercio	
ambulante en el mundo.....	33
2.2.9 Experiencias de satisfacción y bienestar de las mujeres en el comercio	
ambulante en el Perú.	36
2.2.10 Experiencias de satisfacción y bienestar de las mujeres en el comercio	
ambulante en Lima Metropolitana.	38
2.3 Resumen.....	39
2.4 Conclusiones.....	42
Capítulo III: Método de Investigación.....	45
3.1 Diseño de la Investigación.....	46
3.2 Justificación del Diseño.....	47
3.3 Preguntas de la Investigación.....	49
3.4 Población.....	49
3.5 Consentimiento Informado.....	50
3.6 Selección de los Casos.....	51
3.6.1 Muestreo.	51
3.6.2 Estrategias.....	52
3.7 Confidencialidad.....	53
3.8 Procedimiento de Recolección de Datos.....	54
3.8.1 Fuentes de evidencia.....	54
3.8.2 Protocolo del caso.....	55
3.8.3 Casos piloto.....	55
3.8.4 Esquema de la entrevista.....	56

3.9 Instrumentos.....	58
3.10 Procedimiento de Registro de Datos.....	58
3.11 Análisis e Interpretación de los Datos	59
3.12 Análisis Individual de Casos.....	61
3.13 Análisis Transversal de Casos	61
3.14 Validez y Confiabilidad	62
3.15 Resumen.....	64
3.16 Conclusiones	66
Capítulo IV: Presentación y Discusión de los Resultados	67
4.1 Perfil de las Informantes	67
4.2 Presentación y Discusión de los Resultados	74
4.2.1 ¿Cuáles son los aspectos demográficos de la mujer autoempleada en el comercio ambulante?.....	75
4.2.2 ¿Cuáles son sus antecedentes educativos?.....	76
4.2.3 ¿Cuáles son sus antecedentes laborales?.....	80
4.2.4 ¿Cuáles son sus antecedentes familiares?	81
4.2.5 ¿Cuáles son los factores que la llevaron a autoemplearse en el comercio ambulante?.....	85
4.2.6 ¿Cuál es su opinión respecto al ambiente físico en el cual trabaja?	86
4.2.7 ¿Cuál es su opinión en relación al bienestar con respecto a su trabajo?.....	89
4.2.8 ¿Cuál es su opinión en relación a la satisfacción con respecto a su trabajo?	91
4.2.9 ¿Cuáles han sido las facilidades para han tenido para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante?	95

4.2.10 ¿Cuáles han sido los principales obstáculos que han enfrentado para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante?	97
4.3 Análisis Transversal.....	101
4.4 Resumen.....	104
Capítulo V: Conclusiones	106
5.1 Conclusiones	106
5.1.1 Referente a las características demográficas, antecedentes educativos, laborales y familiares.....	106
5.1.2 Sobre los factores que las llevaron al autoempleo en el comercio ambulante.	108
5.1.3 En relación al ambiente físico.....	108
5.1.4 En torno al bienestar respecto a su trabajo.....	109
5.1.5 Referente a la satisfacción respecto a su trabajo.....	109
5.1.6 Sobre las facilidades para llegar al autoempleo en el comercio ambulante.	110
5.1.7 En relación a los obstáculos para llegar al autoempleo en el comercio ambulante.	110
5.1.8 Sobre el análisis transversal.	111
5.1.9 Sobre los factores de satisfacción y bienestar.....	111
5.2 Contribuciones	113
5.2.1 Contribuciones teóricas.....	113
5.2.2 Contribuciones prácticas.....	113
5.3 Recomendaciones	113
Referencias.....	115
Apéndice A: Marco Teórico.....	123

Apéndice B: Consentimiento Informado	129
Apéndice C: Preguntas de Clasificación	130
Apéndice D: Protocolo	131
Apéndice E: Guía de Entrevista	132
Apéndice F: Formatos	138
Apéndice G: Clasificación del Giro – Detalle de la Base de Ambulantes	140
Apéndice H: Resultados de los Casos Analizados	141
Apéndice I: Red de Familias de Códigos	144



Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Definiciones de Informalidad</i>	24
Tabla 2. <i>Clasificación de Comerciantes en la Municipalidad Metropolitana de Lima</i>	29
Tabla 3. <i>Cantidad de Mujeres Según el Rubro de Clasificación</i>	68
Tabla 4. <i>Perfil de las Informantes</i>	69
Tabla 5. <i>Tasa de Respuesta de las Informantes</i>	72
Tabla 6. <i>Características Sociodemográficos de las Informantes</i>	73
Tabla 7. <i>Estadísticas de los Casos de Estudio</i>	74
Tabla 8. <i>Edad Promedio de las Informantes</i>	76
Tabla 9. <i>Causas de No Continuidad en los Estudios de Primaria y Secundaria por Parte de las Informantes</i>	78
Tabla 10. <i>Causas de No Continuidad en los Estudios Técnico y Universitario por Parte de las Informantes</i>	78
Tabla 11. <i>Nivel de Estudios Según el Lugar de Nacimiento de las Informantes</i>	79
Tabla 12. <i>Primer Empleo de las Informantes Según la Edad en que Iniciaron a Trabajar</i>	81
Tabla 13. <i>Número de Personas que Componen la Familia de Cada Informante</i>	82
Tabla 14. <i>Número de Hijos que Tiene Cada Informante</i>	82
Tabla 15. <i>Número de Dependientes que Tiene Cada Informante</i>	83
Tabla 16. <i>Número de Familiares Autoempleados que Tiene Cada Informante</i>	83
Tabla 17. <i>Características Actuales de la Vida Familiar de las Informantes</i>	84
Tabla 18. <i>Número de Personas que Aportan Económicamente en Cada Familia de las Informantes</i>	85
Tabla 19. <i>Factores por los que las Informantes se Iniciaron en el Autoempleo</i>	86
Tabla 20. <i>Horas Trabajadas Durante la Semana</i>	87
Tabla 21. <i>Opinión Sobre el Ambiente de Trabajo</i>	87

Tabla 22. <i>Salud y Postura en el Trabajo</i>	88
Tabla 23. <i>Salud y Hábitos Alimenticios</i>	89
Tabla 24. <i>Sentimiento Sobre la Ganancia Diaria</i>	90
Tabla 25. <i>Sentimiento Cuando se Vende Poco</i>	91
Tabla 26. <i>Utilización del Talento en su Actividad Laboral</i>	92
Tabla 27. <i>Percepción Influencia del Género Femenino en la Vida Laboral</i>	92
Tabla 28. <i>Percepción de la Contribución del Trabajo a la Sociedad</i>	93
Tabla 29. <i>Relación con Clientes y Proveedores</i>	93
Tabla 30. <i>Sentimiento de Satisfacción con Respecto a la Actividad Laboral</i>	94
Tabla 31. <i>Factores que Harían Incrementar la Satisfacción Laboral</i>	95
Tabla 32. <i>Facilidades que Tuvo al Iniciarse en el Comercio Ambulante</i>	96
Tabla 33. <i>Facilidades Actuales en el Negocio</i>	97
Tabla 34. <i>Principal Obstáculo al Iniciarse en el Negocio Ambulante</i>	98
Tabla 35. <i>Ser Mujer como Obstáculo al Iniciar el Negocio Ambulante</i>	99
Tabla 36. <i>Obstáculos Actuales en el Negocio</i>	100
Tabla 37. <i>Percepción Sobre los Ambulantes Itinerantes</i>	100
Tabla 38. <i>Percepción Sobre los Trámites para Solicitar Autorización Municipal</i>	101
Tabla 39. <i>Factores sobre la Satisfacción y Bienestar de la Mujer Autoempleada en el Comercio Ambulante</i>	112
Tabla A1. <i>Matriz de Desarrollo de Argumentos por Análisis</i>	123
Tabla A2. <i>Matriz de Desarrollo del Argumento Cronológico</i>	126
Tabla C1. <i>Preguntas de Clasificación</i>	130
Tabla G1. <i>Clasificación en Cuatro Rubros del Giro – Detalle Indicados Según la Base de Datos de Comerciantes Ambulantes</i>	140
Tabla H1. <i>Matriz de los Resultados de los Casos Analizados</i>	141

Lista de Figuras

Figura 1. Mapa de literatura sobre los estudios de la satisfacción y bienestar de la mujer autoempleada en el comercio ambulante 13

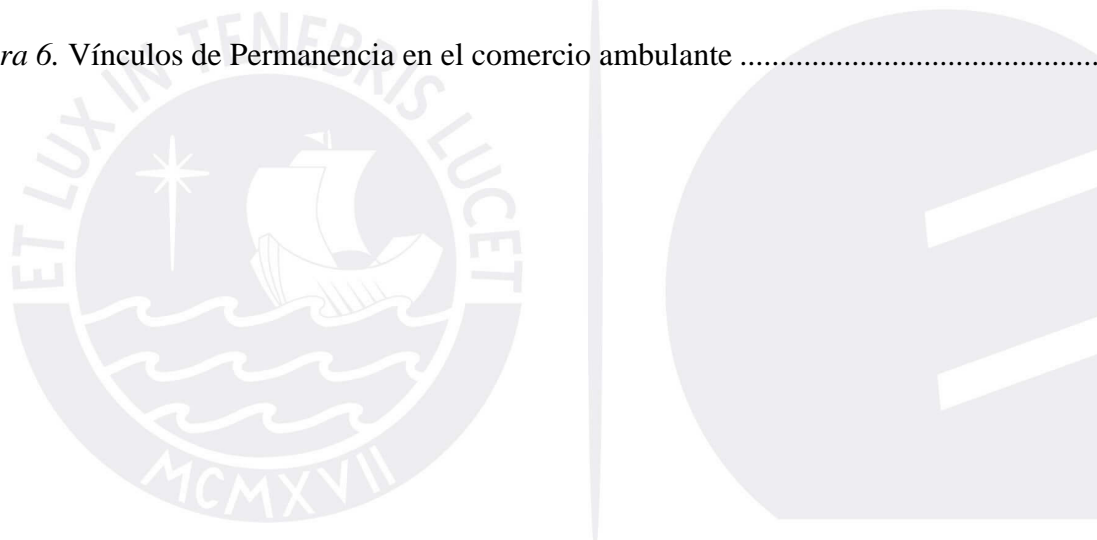
Figura 2. Matriz de exploración de literatura sobre los estudios de satisfacción y bienestar de la mujer autoempleada en el comercio ambulante..... 14

Figura 3. Relación entre los conceptos de calidad de vida, bienestar subjetivo, satisfacción vital y felicidad 21

Figura 4. Bienestar en relación a satisfacción de necesidades culturales para Lima Metropolitana..... 22

Figura 5. Modelo GEM 27

Figura 6. Vínculos de Permanencia en el comercio ambulante 33



Capítulo I: Introducción

La mujer en el ámbito laboral ha sido víctima de discriminación por diversos motivos, sin embargo en los últimos años se observa el incremento de la participación de la mujer en el mercado laboral, como consecuencia de la disminución de la brecha de género. Asimismo, según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2011) el autoempleo es una solución a las dificultades presentadas y les permite organizarse mejor para hacer frente al control de sus vidas, establecer sus propias agendas, desarrollar sus habilidades, incrementar su autoestima y ser asertivas al momento de resolver sus problemas.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2015) informó sobre el incremento en la participación de las mujeres autoempleadas en el mundo, que representan en promedio un 30%, siendo las Américas, Asia y el Pacífico, la Unión Europea y Europa Occidental, las regiones en las que se ha incrementado más la participación de la mujer en las microempresas. En el año 2014, el 45.5% de la Población Económicamente Activa (PEA) del Perú fueron mujeres y su crecimiento entre los años 2004 y 2014 fue de 17%, según datos de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2014).

El comercio ambulante forma parte de los trabajadores por cuenta propia, siendo así para las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante, una forma de emprendimiento para hacer frente a las necesidades económicas que enfrentan. Al respecto, la presente investigación utilizará un enfoque cualitativo con diseño de casos múltiples para identificar los determinantes de la satisfacción y el bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima. El presente capítulo muestra los antecedentes, el problema de la investigación, el propósito, la importancia, la naturaleza, las preguntas de

investigación, la definición de términos, los supuestos, las limitaciones y las delimitaciones del estudio.

1.1 Antecedentes

La decisión que lleva a las mujeres al autoempleo es un efecto de los bajos ingresos familiares debido a la contracción de los mercados, la pérdida del poder adquisitivo de los ingresos y el deseo de autorrealización (Aguilar, Mungaray & Ramírez 2014, p. 148). El comercio ambulante, se presenta como una oportunidad inmediata de realización de las mujeres, según la OIT (2003) se ubica dentro del sector informal, como autoempleados por cuenta propia, propietarios de sus unidades de producción.

Abramo y Valenzuela (citados en Chant & Pedwell, 2008) mencionaron que las mujeres cuando se insertan en el mercado laboral concentran sus actividades en la economía informal, lo que es correspondiente con el grupo en estudio seleccionado, en este sentido según la información de Mujeres en Empleo Informal y Globalizado (WIEGO, 2015) América Latina y el Caribe ocupaban el segundo lugar con una participación del 41% de trabajadoras femeninas por cuenta propia del total del empleo informal.

En relación a las variables de satisfacción y bienestar, Yamamoto (2013) señaló que para entender su significado se tienen que identificar las necesidades del grupo en estudio, puesto que éstas dependen de la cultura. Para la población de Lima Metropolitana los factores de bienestar están asociados la necesidad de (a) sentirse bien, (b) tener un lugar para vivir, (c) estatus, y (d) conformar un hogar (Yamamoto, 2013). Andrade, Bolaños y Castrillón (2011) indicaron que una de las motivaciones satisfactorias para que las mujeres se involucren en el autoempleo es el no sentirse presionadas por un jefe, lo que les brinda autonomía para organizarse según sus necesidades y circunstancias familiares, sin embargo los factores que causan insatisfacción para los independientes del sector informal son la precariedad del empleo, el bajo capital social y una pobre red de soporte.

Respecto a la satisfacción laboral de las mujeres, Robbins y Judge (2009) definieron este tipo de satisfacción “como sentimientos positivos de lo que hace y donde lo hace” (p.79). Sánchez, Sánchez, Cruz y Sánchez (2014) señalaron que este tipo de satisfacción se relaciona a factores como oportunidades de remuneración, promoción y el trabajo en sí.

El bienestar, según la definición de Rath y Harter (2010) se basa en la combinación o interacción de cinco elementos: (a) el bienestar profesional, (b) el bienestar social, (c) el bienestar económico, (d) el bienestar físico, y (e) el bienestar comunitario. Por lo mencionado anteriormente es importante precisar que el bienestar para las mujeres ambulantes se desprende de la evaluación multidimensional introspectiva, en respuesta a la satisfacción que tienen al poder cumplir con otras expectativas personales gracias a la actividad que desempeñan como trabajadoras ambulantes.

Para la presente investigación, se consideró un grupo de 30 mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima, las cuales cuentan con autorización emitida por la Municipalidad Metropolitana de Lima y al ser empadronadas como una actividad individual, directa, excepcional y temporal, cuentan con una ubicación determinada y regulada del espacio público, según la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML, 2014).

1.2 Definición del Problema

Según el INEI (2014) en Lima Metropolitana el 45.5% de la PEA estaba compuesta por mujeres, es decir 2 millones 305 mil 400, con una tasa de informalidad del 59.6% que correspondía a 1 millón 374 mil mujeres que se encontraban en el sector informal, sin embargo al buscar información sobre las tipologías de trabajo de la PEA femenina en donde se encuentren cifras de un tipo de autoempleo como el comercio ambulante, la información es escasa, así como existe una brecha conceptual relacionada a las diferencias de las mujeres autoempleadas, con mujeres emprendedoras y las mujeres empresarias. Esta escasa investigación conlleva a la creación de muchas creencias acerca de las mujeres

autoempleadas en el comercio ambulante, como por ejemplo pensar que una de las razones, sino es la principal, para convertirse en ambulantes es haber sido discriminadas en el empleo formal o porque fueron forzadas a retirarse de éste.

En consecuencia, esta falta de conocimientos profundos acerca de la mujer autoempleada en el comercio ambulante, dificulta crear políticas orientadas al fomento, orientación, organización y crecimiento de su emprendimiento. Y en ese sentido, el problema definido es la ausencia de investigaciones que permitan conocer los factores que facilitan o dificultan su satisfacción y bienestar.

1.3 Propósito de la Investigación

El propósito principal de la presente investigación, es explorar cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción y el bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima. Para ello se investigarán: (a) los aspectos demográficos, (b) los antecedentes educativos, (c) los antecedentes laborales, (d) los antecedentes familiares, (e) los factores que la llevaron a autoemplearse, (f) su opinión respecto al ambiente físico en el cual trabajan, (g) su opinión en relación al bienestar con respecto a su trabajo, (h) su opinión en relación a la satisfacción con respecto a su trabajo, (i) las facilidades que han tenido para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante, y (j) los principales obstáculos que han enfrentado para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante.

1.4 Importancia de la Investigación

Siendo evidente la participación femenina a través del autoempleo, como respuesta inmediata al desempleo, subempleo y pobreza, el estudio de la satisfacción y el bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante puede ser útil para diseñar políticas cuyo fin sea lograr la satisfacción y el bienestar de los ciudadanos, en especial las mujeres como grupo vulnerable.

En este sentido, esta investigación puede apoyar a la construcción de instrumentos que contribuyan a su crecimiento, formalización y competitividad como micro o pequeñas empresarias.

La investigación también se considera importante por la falta de publicaciones y estudios cualitativos sobre la satisfacción y el bienestar de este sector, realidad que se tratará de explorar y describir conforme ya se ha expresado en el presente estudio. Por lo señalado, se hace necesario por ello conocer los factores que contribuyen al crecimiento de la inserción de la mujer en el mundo laboral a través del autoempleo y los determinantes que facilitan o dificultan su satisfacción y bienestar.

1.5 Naturaleza de la Investigación

La presente investigación es de tipo exploratoria, porque permite entender y familiarizar un fenómeno desconocido o poco estudiado como es el de la mujer autoempleada; y a la vez es de tipo descriptivo porque describe situaciones, contextos y eventos, así como detalla cómo estos se manifiestan (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

La investigación tiene un enfoque cualitativo con el propósito de explorar las circunstancias, hechos o factores que permitan o dificulten la satisfacción y el bienestar de las autoempleadas (Ruiz, 2012). La estrategia cualitativa utilizada consistió en la obtención, descripción y análisis de historias de vida de las participantes en su medio natural por el método del estudio del caso. Se desarrollaron observaciones directas y entrevistas en profundidad, así como el análisis de documentos normativos, legales y de otra índole, que contribuyeron a la concreción de los propósitos de la investigación. Yin (2009) indicó que el estudio de caso permite llegar a situaciones peculiares en las que habrá muchas más variables de interés que las principales variables tratadas, por lo que es la herramienta adecuada que ayuda a comprender mejor un determinado fenómeno estudiado.

En ese sentido se considera que la estrategia del estudio de caso es la más indicada por las siguientes razones: (a) permite que los participantes narren sus experiencias de vida sobre la motivación que les llevó a autoemplearse; (b) permite entender cómo organizan sus negocios, el tiempo que le dedican, sus posibilidades de crecimiento; (c) cómo permiten conocer los acontecimientos de sus vidas y la autovaloración que hacen sobre: la satisfacción, el bienestar, la importancia de su rol como mujer trabajadora por cuenta propia, sus aspiraciones de crecimiento y de formalización, y los impedimentos u obstáculos que se les presentan; y (d) permite al investigador solicitar detalles y observar las circunstancias de la vida de la persona entrevistada, para interpretarlas, entenderlas y vincularlas con las motivaciones que la llevaron a tomar la decisión de autoemplearse, y respecto a sus aspiraciones para crecer laboral y formalmente con el fin obtener una mayor satisfacción y bienestar.

1.6 Preguntas de Investigación

La presente investigación responde a la pregunta principal: ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción y al bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima?

Como preguntas secundarias se reflejan los siguientes cuestionamientos: (a) ¿cuáles son los aspectos demográficos de la mujer autoempleada en el comercio ambulante?, (b) ¿cuáles son sus antecedentes educativos?, (c) ¿cuáles son sus antecedentes laborales?, (d) ¿cuáles son sus antecedentes familiares?, (e) ¿cuáles son los factores que la llevaron a autoemplearse en el comercio ambulante?, (f) ¿cuál es su opinión respecto al ambiente físico en el cual trabajan?, (g) ¿cuál es su opinión en relación al bienestar con respecto a su trabajo?, (h) ¿cuál es su opinión en relación a la satisfacción con respecto a su trabajo?, (i) ¿cuáles han sido las facilidades que han tenido para llegar a autoemplearse en el comercio

ambulante?, y (j) ¿cuáles han sido los principales obstáculos que han enfrentado para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante?.

1.7 Definición de Términos

A partir de la profundización del marco teórico descrito en el capítulo II, la presente investigación muestra la siguiente conceptualización de términos:

- 1) Autoempleo, como el trabajo independiente o realizado por cuenta propia, sin estar subordinado o depender económicamente de un empleador. Estos trabajadores no contratan mano de obra, al no ser empleadores, pueden desempeñar su actividad económica de manera individual o asociada, y se relacionan al emprendimiento por necesidad, como la mejor opción de empleo ante una situación económica de bajos ingresos (Alles, 2005; Castillo & Vela, 2013; Alonso & Galve, 2008b).
- 2) Comercio ambulante, como actividad que se desarrolla en la vía pública, con el uso instalaciones permanentes, como es el caso de quioscos y similares, para lo cual se requiere de autorización, conforme a la definición de la Municipalidad de Lima Metropolitana (Higuerey, Adriani, & Colmenares, 2007).
- 3) Satisfacción, es el estado positivo particular de cada persona, existiendo factores que la predisponen, los mismos que pueden ser intrínsecos o extrínsecos. Igualmente puede conceptualizarse globalmente como resultado de los diversos dominios de la vida. La actividad laboral es un dominio importante para la satisfacción con la vida, en este contexto las personas sienten sentimientos positivos sobre lo que hace y dónde lo hace (Sánchez et al., 2014; Puente & Cavazos, 2013; Rojas & Elizondo-Lara, 2012; Robbins & Judge, 2009).
- 4) Bienestar, tiene un concepto multidimensional y responde al estado interior del individuo de satisfacción con la vida (Yakubova, 2016), por ello la definición más acertada es la señalada por Rath y Harter 2010, Yamamoto 2013 y Ryff (como se cita en Díaz,

Rodríguez-Carbajal, Blanco, Moreno-Jiménez, Gallardo, Valle & Dierendonck, 2006), quienes determinan las siguientes dimensiones (a) bienestar profesional, (b) bienestar social, (c) bienestar comunitario, (d) propósito, (e) autoestima y (f) autonomía.

Siendo un estudio con enfoque cualitativo, las variables de estudio de la presente investigación se miden operativamente a través de: (a) la guía de entrevista, enmarcada en los objetivos secundarios, (b) la observación de los casos en el trabajo de campo, y (c) el análisis de documentación variada contemplada en el marco teórico.

1.8 Supuestos

Para la presente investigación se considera que tanto los hombres como las mujeres son diferentes y por consiguiente también tienen motivaciones y necesidades distintas.

Asimismo, se asume que la situación de autoempleo de las mujeres responde a la necesidad de suplir una carencia económica, que por otros medios es difícil conseguir.

1.9 Limitaciones

Las limitaciones de la presente investigación son: (a) no se hacen generalizaciones estadísticas hacia la población dado que el estudio tiene un enfoque cualitativo, (b) la recolección de datos, al basarse principalmente en entrevistas en profundidad puede provocar que las participantes, por temor a exponer su vida privada, no relaten sus experiencias ni respondan a las preguntas con veracidad, y (c) la falta de bases de datos que permitan delimitar de manera apropiada a la población objeto del estudio.

1.10 Delimitaciones

La presente investigación se realiza a mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima, y cuenta con las siguientes delimitaciones: (a) la mujer autoempleada en el comercio ambulante debe contar con licencia de funcionamiento aprobada y vigente, (b) debe ser la única dueña del puesto, (c) debe tener dos años o más trabajando en el mismo puesto, (d) este trabajo debe ser su única fuente de ingreso, (e) no

debe tener algún personal a cargo, y (f) no debe ser autoempleada en el comercio ambulante itinerante.

1.11 Resumen

Es evidente la importancia de la participación de la mujer en la economía, al respecto la OIT (2015) indicó un incremento promedio del 30% de participación femenina en el autoempleo, siendo las Américas una de las regiones con mayor contribución. Según Aguilar et al. (2014) los motivos que llevan a las mujeres al autoempleo son las dificultades económicas, y según Abramo y Valenzuela (citados en Chan & Pedwell, 2008) las mujeres concentran sus actividades en el mercado laboral informal.

Para entender la satisfacción y el bienestar de una población, se deben primero ajustar a su cultura (Yamamoto, 2013). Sánchez et al. (2014) indicó que factores como oportunidades de remuneración, promoción y el trabajo en sí mismo, influyen con mayor peso en la satisfacción laboral. Por otro lado el bienestar se definió bajo un enfoque multidimensional como la combinación de aspectos tales como: (a) el bienestar profesional, (b) el bienestar social, (c) el bienestar económico, (d) el bienestar físico, y (e) el bienestar comunitario, como lo indicaron Rath y Harter (2010).

El propósito de la presente investigación es identificar cuáles son los determinantes de la satisfacción y del bienestar personal de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima, así como también identificar los diferentes factores que impulsan a las mujeres al autoempleo. Para ello, el estudio tuvo un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio, con el fin de estudiar los siguientes aspectos de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante: (a) los aspectos demográficos, (b) los antecedentes educativos, (c) los antecedentes laborales, (d) los antecedentes familiares, (e) los factores que las llevaron a autoemplearse, (f) su opinión respecto al ambiente físico en el cual trabajan, (g) su opinión en relación al bienestar con respecto a su trabajo, (h) su opinión en relación a la satisfacción con

respecto a su trabajo, (i) las facilidades que han tenido para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante, y (j) los principales obstáculos que han enfrentado para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante.

Este estudio podría ayudar a contribuir al desarrollo de políticas públicas que apoyen el crecimiento, la formalización y la competitividad de las mujeres de este tipo de autoempleo como dinamizadoras de la economía del país. Entre las limitaciones del estudio: (a) no se hicieron generalizaciones estadísticas de la población al tener un enfoque cualitativo, (b) podrían existir imprecisiones en las respuestas de las mujeres debido al temor a ser entrevistadas, y (c) ausencia de base de datos para delimitar apropiadamente la población objeto del estudio. Así mismo el estudio delimitó su investigación a mujeres autoempleadas en el comercio ambulante en el Cercado de Lima, con licencia de funcionamiento aprobada por la Municipalidad Metropolitana de Lima, con al menos dos años de trabajo, cuya única fuente de ingreso fuera este tipo de autoempleo y no tuvieran personal a cargo.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

La revisión de literatura es una de las etapas del proceso de investigación la cual se centra en identificar, consultar y obtener referencias de carácter académico y científico sobre el tema de investigación propuesto, explicando el marco teórico de las variables de estudio y sus interrelaciones. Creswell (2014) indicó que “en la investigación cualitativa el investigador utiliza la literatura de manera consecuente al aprendizaje que obtiene del participante del estudio” (p. 29). En la presente investigación se muestran a los principales autores que dan soporte teórico a la temática sobre la satisfacción y el bienestar de mujeres autoempleadas en el comercio ambulante, permitiendo mostrar los conocimientos más relevantes, así como entender las variables estudiadas.

2.1 Metodología Utilizada para la Revisión de Literatura

La metodología utilizada en la presente investigación para la revisión de la literatura se basa en la propuesta desarrollada por Marquina, Álvarez, Guevara y Guevara (2013) adaptado de Hart (2003) y Machi y McEvoy (2009) sobre el proceso metodológico secuencial de revisión de literatura MAGG.

La literatura que se presenta en este capítulo, fue recopilada mayormente de las bibliotecas de la Pontificia Universidad Católica del Perú y de la Universidad San Ignacio de Loyola, de diversas revistas científicas como Scielo, Springer y Redalyc y de buscadores académicos como Proquest, EBSCO Host, entre otros. Se definieron palabras clave para la búsqueda de información como: (a) bienestar, (b) satisfacción, (c) emprendimiento (autoempleo), (d) mujer autoempleada, (e) satisfacción y bienestar, (f) satisfacción laboral, y (g) bienestar económico.

Los libros, artículos e información diversa relacionados con el tema de investigación encontrados en la búsqueda de literatura fueron presentados en tarjetas de entrada

bibliográficas tales como: (a) tarjetas de entrada bibliográfica para artículo de revista científica, y (b) tarjetas de entradas bibliográficas para texto. Esto se llevó a cabo con la finalidad de ordenar toda la información recogida de la literatura proveniente de las diversas fuentes de información consultadas.

La exploración de literatura marca el inicio de la revisión de literatura, en esta etapa se acopia información y se hace una revisión preliminar de los aportes de otros autores en función de las variables y propósito de la investigación. Terminada esta fase se es posible proponer los principales ejes en el que se debe profundizar para construir el marco teórico respectivo.

En la Figura 1 se presenta el mapa de la literatura, en el que se basa la investigación, y a través de la cual se puede observar en el centro, el tema foco sobre satisfacción y bienestar de la mujer autoempleada en el comercio ambulante, así como los principales ejes temáticos relacionados al mismo como lo son: satisfacción, bienestar, autoempleo y comercio ambulante.

Sobre la base de lo anteriormente mencionado se presenta la Figura 2, que es la matriz de exploración de la literatura, donde se visualiza de forma organizada toda la información recopilada y revisada, además que permite identificar los aspectos en que debe ampliarse la búsqueda.

El desarrollo del argumento permite extraer la idea principal de cada uno de los autores y construir argumentos complejos. En la Tabla A1 y Tabla A2 (ver Apéndice A) se muestran la Matriz de desarrollo de argumento por análisis como paso previo al desarrollo de argumentos y la Matriz del desarrollo del argumento cronológico en la que se detallan los principales autores en orden cronológico. De esta manera se muestra la evolución de los temas tratados en la presente investigación que servirá como guía de referencia y que permita dar respuesta a cada una de las preguntas planteadas.

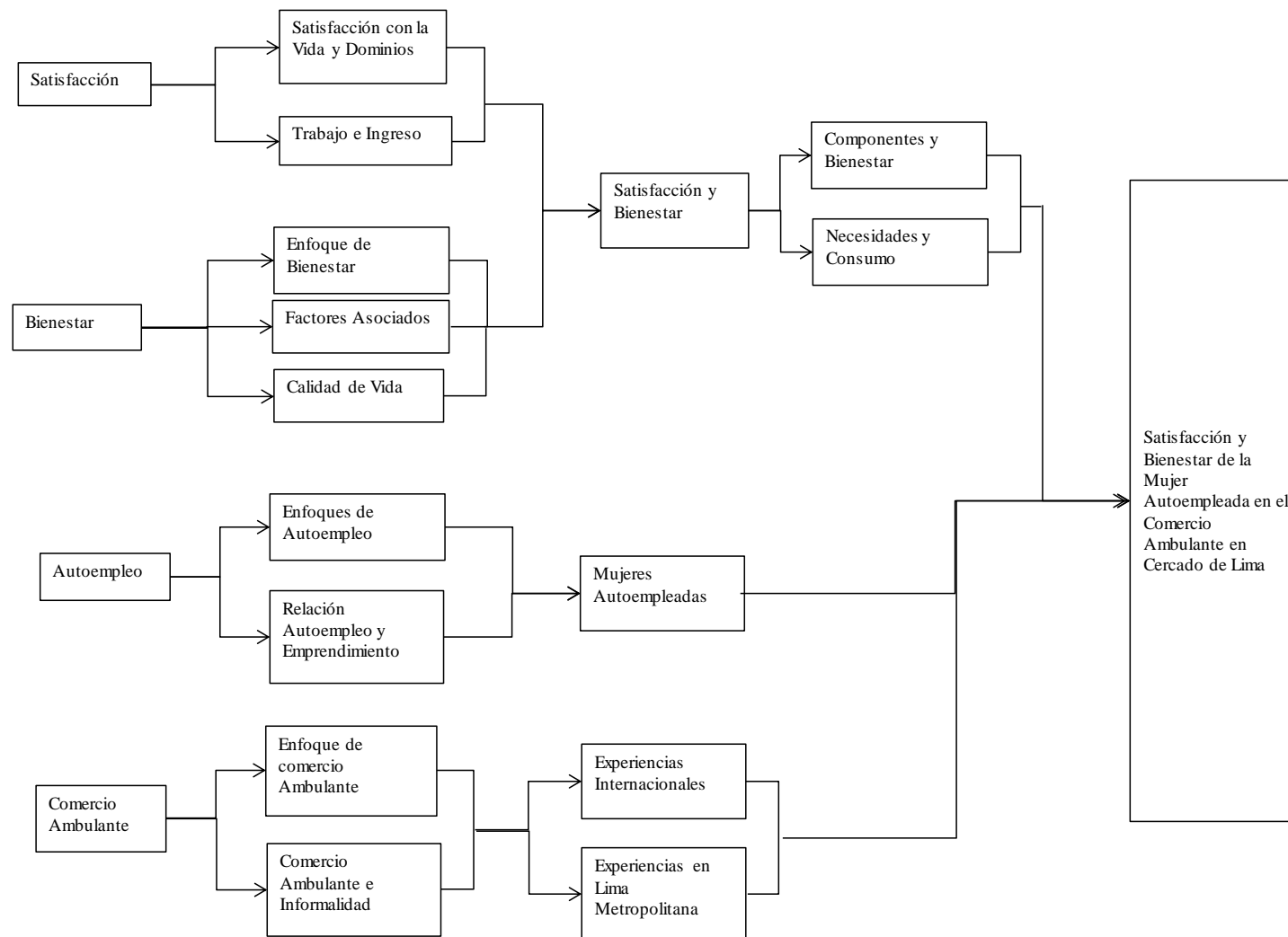


Figura 1. Mapa de literatura sobre los estudios de la satisfacción y bienestar de la mujer autoempleada en el comercio ambulante

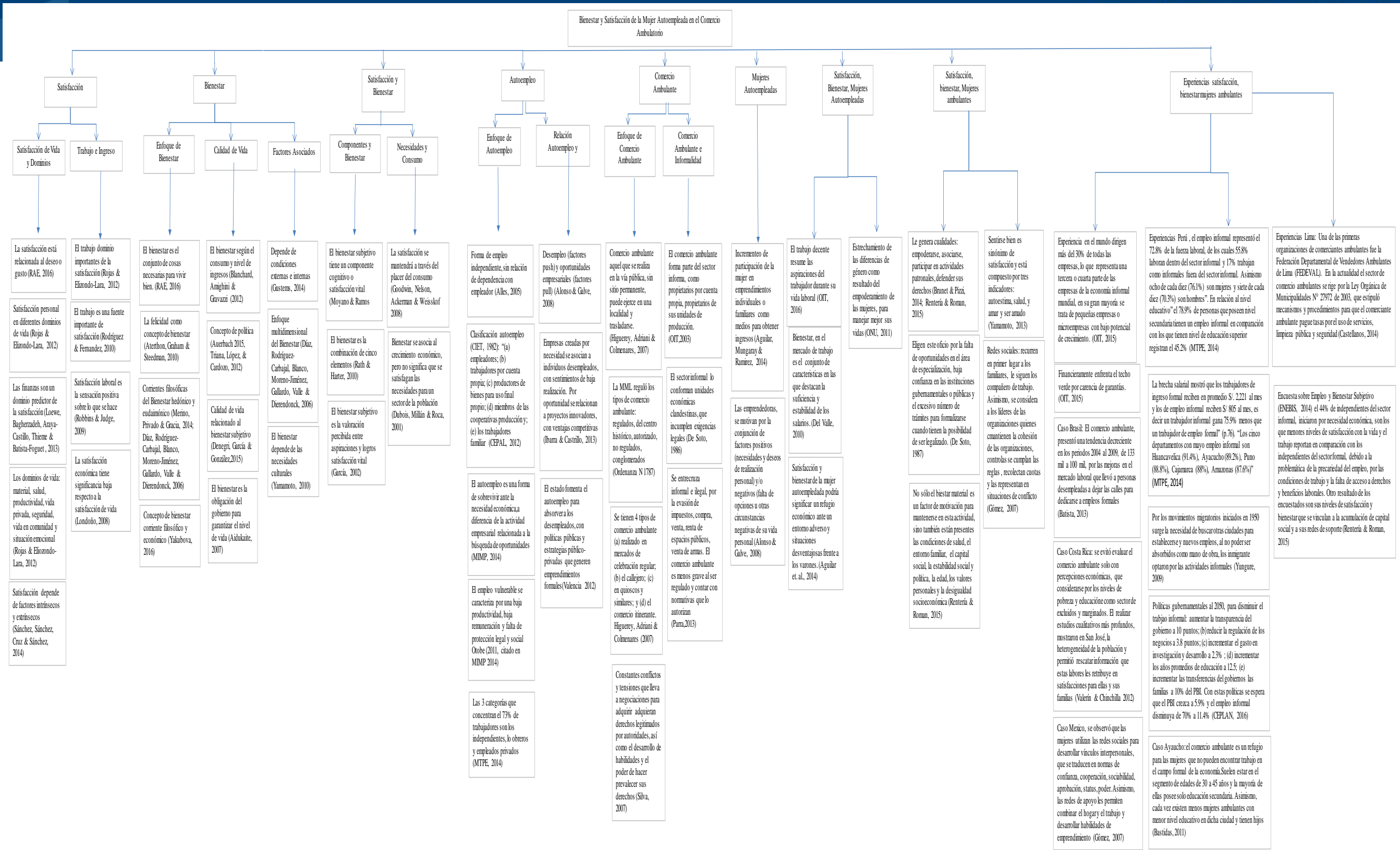


Figura 2. Matriz de exploración de literatura sobre los estudios de satisfacción y bienestar de la mujer autoempleada en el comercio ambulante

2.2 Satisfacción y Bienestar de las Mujeres Autoempleadas en el Comercio Ambulante

El propósito principal de la presente investigación es explorar y entender las variables de satisfacción y bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante, y para ello es necesario precisar el marco conceptual de estos temas, el mismo que se desarrolla a continuación.

2.2.1 Satisfacción.

Para la Real Academia Española (RAE, 2014) la satisfacción es la razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria, así como cumplimiento del deseo o del gusto. Así también, Rojas y Elizondo-Lara (2012) precisaron el significado de satisfacción en un sentido amplio relacionándolo con la vida. En este sentido concluyeron que la satisfacción con la vida es el resultado de la satisfacción personal en los diferentes dominios de la vida en el que se desenvuelven las personas de una sociedad. Los autores antes mencionados estudiaron la satisfacción de vida de la población costarricense según siete dominios:

(a) Económico, respecto a la situación económica; (b) laboral, como actividad remunerada; (c) comunal, relacionado a los servicios de la comunidad; (d) amistad, que incluya los vecinos; (e) tiempo, requerido para actividades de ocio; (f) familiar, relación pareja e hijos; y (g) resto de la familia. (p. 83).

Cummis (citado por Rojas & Elizondo-Lara, 2012) detalló otros dominios de vida con significados similares, los cuales son: “(a) bienestar material, (b) salud, (c) productividad, (d) vida privada, (e) seguridad, (f) vida en comunidad, y (g) situación emocional” (p. 82).

Uno de los propósitos de esta investigación es conocer la satisfacción o insatisfacción de las mujeres ambulantes respecto al trabajo que desempeñan, así como identificar los factores que la predeterminan, por lo tanto en el presente capítulo se profundizarán aspectos relacionados a la satisfacción laboral.

Rojas y Elizondo-Lara (2012) señalaron que “la actividad laboral que desempeñan las personas es un dominio importante en la evaluación de la satisfacción de vida y bienestar” (p. 92). Asimismo, Rodríguez y Fernández (2010) opinaron que “el trabajo productivo es una fuente de satisfacción personal” (p. 265). Se entiende como trabajo productivo a aquella actividad laboral remunerada y desarrollada por las mujeres ambulantes.

Para Robbins y Judge (2009) la satisfacción en el trabajo es “una sensación positiva sobre el trabajo propio que surge de la evaluación de sus características; así mismo una persona con alta satisfacción en el trabajo tiene sentimientos positivos sobre lo que hace y donde lo hace” (p. 79).

Por otro lado, siendo la satisfacción un estado particular de las personas, existen factores intrínsecos y extrínsecos que influyen en ella. Así lo señalaron Sánchez et al. (2014) quienes indicaron que la satisfacción laboral “depende de condiciones personales y de factores extrínsecos como la organización y el entorno, y que variables como las oportunidades de promoción, la remuneración y el trabajo en sí mismo entre otros, reflejan mejor la satisfacción laboral global” (p. 8). En relación a los factores personales, Puente y Cavazos (2013) encontraron que las personas que tienen la habilidad de ser conscientes de sus decisiones muestran un efecto positivo sobre el estado de satisfacción. La presente investigación trata de explorar los aspectos del trabajo del comercio ambulante que causan agrado o desagrado, y actitudes positivas o negativas, así como determinar si estas mujeres eligieron ser comerciantes ambulantes por propia decisión o por consecuencia de situaciones externas que no les permitieron elegir su destino laboral.

Un punto importante a tener en cuenta es la asociación en muchos casos del ingreso y la satisfacción. Al respecto Londoño (2008) aseveró que “existe una asociación estadística baja entre ambos conceptos, mientras que la satisfacción económica presenta mucha fuerza de transformación sobre la percepción del propio desarrollo” (p. 25). Bajo esta aseveración el

ser humano puede construir una vida con razones para valorar, aún sin tener muchos bienes materiales, por esa razón, el autor mencionó que el enfoque en la satisfacción de vida, proporciona una evidencia adicional al desarrollo, además del análisis puramente económico.

En contraste, Loewe, Bagherzadeh, Araya-Castillo, Thieme y Batista-Foguet (2013) mencionaron que, para la población trabajadora de Chile, el ingreso o situación financiera es un dominio predictor de la satisfacción con la vida. Una opinión similar tienen Blanchard, Amighini y Gravazzi (2012) quienes indicaron que el bienestar o nivel de vida puede medirse según el consumo o ingresos que produce una persona, al respecto mencionó que “hay mayor felicidad, cuando el nivel de vida es más alto” (p. 256).

Es por todo lo anteriormente mencionado, que la satisfacción puede entenderse como un estado positivo particular de cada persona, existiendo factores que la predisponen, los mismos que pueden ser intrínsecos o extrínsecos. Igualmente puede conceptualizarse globalmente como resultado de los diversos dominios de la vida. Para la presente investigación se profundizará en aquellos factores relacionados al ámbito laboral de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante, como un dominio esencial en la satisfacción global.

2.2.2 Bienestar.

Según la RAE (2014) el bienestar se puede definir como: (a) un conjunto de las cosas necesarias para vivir bien, (b) una vida holgada o abastecida de cuanto conduce a pasarlo bien y con tranquilidad, y (c) el estado de la persona en que se le hace sensible el buen funcionamiento de su actividad somática y psíquica.

Para Atherthon, Graham y Steedman (2010) el bienestar es algo más que una condición de satisfacción, y determinaron que la felicidad es una alternativa de concepción del bienestar. En este sentido Layard (citado en Atherthon, Graham, & Steedman, 2010) señala siete factores que contribuyen a la felicidad humana:

El primero son las relaciones familiares, siendo el matrimonio la forma más efectiva de vida familiar en su asociación con la felicidad; el segundo es el ingreso, lo cual es importante para el bienestar de un cierto nivel; el tercer factor es el trabajo, como proveedor de ingresos, relaciones fuera de la familia, y una oportunidad para contribuir a la sociedad en general; el cuarto factor es la comunidad y los amigos; el quinto factor es la salud, en particular salud mental; el sexto factor es la libertad personal, que está relacionada con la oportunidad de participar en la sociedad; y el séptimo son valores y filosofías personales de la vida, que son también importantes para la felicidad y el bienestar. (p.47).

Waterman, Schwartzb, Zamboangac, Ravertd, Williams y Agocha (citados en Merino, Privado, & Gracia, 2015) definieron que “el bienestar hedónico identifica la felicidad con el disfrute de las experiencias de vida” (p. 110); adicionalmente Keyes, Shmotkin y Ryff (citados en Merino et al., 2015) indicaron que “el bienestar eudaimónico, identifica la felicidad como la realización personal con atención en las potencialidades humanas que nos permiten conducirnos positivamente y *florecer* como personas” (p. 110).

Para Ryff (como se cita en Díaz et al., 2006) el bienestar tiene un enfoque multidimensional compuesto por seis dimensiones:

1. La auto aceptación, cuando las personas intentan sentirse bien consigo mismas incluso siendo conscientes de sus propias limitaciones.
2. Las relaciones positivas con otras personas, referidas a que las personas necesitan relaciones estables, tener amigos, capacidad de amar.
3. La autonomía, en el sentido que necesitan asentarse en sus propias convicciones.
4. El dominio del entorno, que es la habilidad personal para crear o elegir entornos favorables para satisfacer los deseos y necesidades propias.
5. Un propósito en la vida, las personas necesitan marcarse metas.

6. El crecimiento personal, que consiste en llevar al máximo sus capacidades (p. 573).

Sin embargo, para Gustems (2014) las condiciones para que ocurra este estado dependen de escenarios internos y externos a las personas, condiciones externas como el acceso a alimentos, la salud, los amigos, los recursos económicos, la libertad, y factores internos al individuo como los rasgos de carácter. En este sentido el bienestar es un fenómeno complejo porque se conjugan diversos aspectos.

Según Yakubova (2016) los conceptos filosóficos y económicos de bienestar se agrupan y clasifican en tres campos:

1. Relativos a las circunstancias externas de la vida humana, tales como posesión o acceso a ciertos bienes materiales, o exteriores, por ejemplo, la riqueza, el poder o el confort.
2. Relativo a la condición física de la persona, tales como la salud, el estado físico, la belleza física.
3. Relativo al estado interior del individuo considerado valioso como, por ejemplo, el placer, la felicidad, la alegría, la dignidad, la esperanza, el decir, todo lo que es resultado de deseos individuales y planes de vida (p.4).

Otra definición de bienestar es aquella que se relaciona con la calidad de vida. García, Viniegras y González (citados en Denegri, García, & González, 2015) mencionaron al respecto:

La percepción subjetiva de calidad de vida se representa en el concepto de bienestar subjetivo, el cual expresa la satisfacción de las personas y su grado de complacencia con aspectos específicos o globales de su existencia, en los que prevalecen los estados de ánimo positivo, es parte de la salud. (p. 2).

Del mismo modo Triana, López y Cardozo (2012) señalaron que:

El bienestar se debe relacionar con la calidad de vida, desarrollo humano, responsabilidad social y como concepto antagónico a la pobreza, en este sentido la satisfacción de las necesidades y aspiraciones más elevadas de autorrealización se desarrollan en un marco de desigualdad de la repartición de recursos. (p. 11).

Rentería y Román (2015) mencionaron que existen factores externos que influyen a una apreciación baja de bienestar en las personas, como la urbanización, la industrialización, la liberación de mercados, la pobreza y la discriminación. Las mujeres ambulantes pueden percibir un estado bajo de bienestar debido a los factores señalados por los autores u otros como la inseguridad. En consecuencia, Auerbach (2015) definió bienestar como un concepto de política pública “en el cual los programas de gobierno son introducidos para ayudar a la sociedad pobre a reingresar a la fuerza laboral” (p.1). En este sentido, Aidukaite (2007) explicó que el bienestar se entiende “como una obligación del gobierno de garantizar un nivel de vida para sus ciudadanos, es un derecho social a través de la seguridad social, los servicios sociales, el mercado laboral, la política de vivienda, la educación y la atención sanitaria” (p. 10).

Finalmente la definición de bienestar más acertada para el propósito de la investigación, es la indicada por Rath y Harter (2010) quienes analizaron el reporte de la encuesta Gallup¹, en una investigación en 150 países, proporcionando un enfoque del bienestar en más del 98% de la población mundial. Los autores concluyeron que el bienestar se basa en la combinación de cinco elementos:

1. El bienestar profesional, nuestra satisfacción con lo que hacemos cada día y el empleo del tiempo;

¹ Red Mundial Independiente / Gallup International Association (WIN / GIA) es un consorcio internacional de empresas de investigación de mercados y encuestas con sede en Zurich, Suiza.

2. El bienestar social, en el que se tiene la calidad de nuestras relaciones;
3. El bienestar económico, la confianza que nos da la gestión eficiente del aspecto financiero;
4. El bienestar físico, tener buena salud y energías; y
5. el bienestar comunitario, el orgullo con el que asumimos cómo hemos contribuido en nuestras comunidades (p. 13).

Se debe considerar que lo más importante es cómo estos cinco elementos interactúan, igualmente los autores mencionaron que el bienestar no consiste sólo en ser feliz, ni en gozar de buena salud o de tener éxito, sino que centrarse en cualquiera de estos elementos por separado puede generar un sentimiento de frustración.

2.2.3 Satisfacción y bienestar.

A partir de la literatura encontrada sobre satisfacción y bienestar, se puede inferir una relación entre ambas variables. Moyano y Ramos (2007) mostraron las correspondencias entre el bienestar subjetivo, la felicidad y la satisfacción. Asimismo los autores afirmaron que aunque tienen diferentes significados en la mayoría de los estudios son utilizados de manera indiferenciada (ver Figura 3).

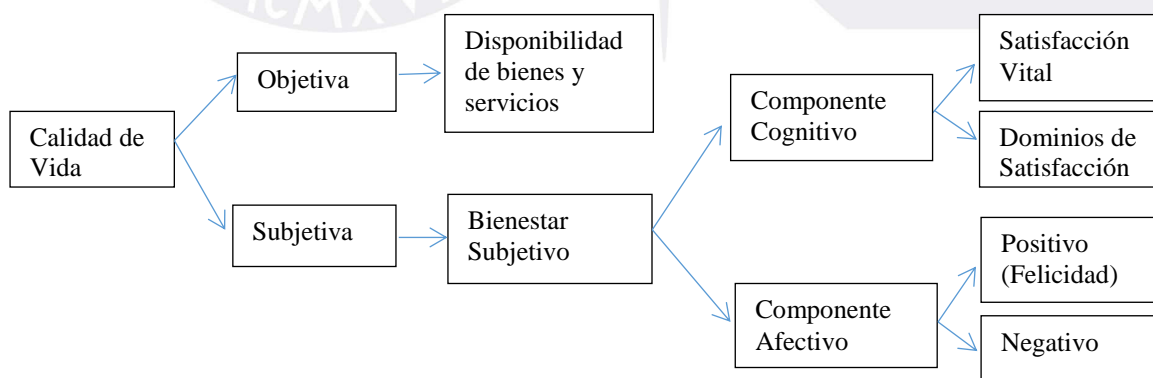


Figura 3. Relación entre los conceptos de calidad de vida, bienestar subjetivo, satisfacción vital y felicidad. Tomado de “Bienestar subjetivo: Midiendo Satisfacción Vital, Salud en Población Chilena de la Región Maule”, de E. Moyano y N. Ramos, 2007, Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, 2(22), p. 186.

Congruente con lo anterior Veenhoven (citado en García, 2002) señaló que la persona utiliza dos componentes en la valoración del bienestar subjetivo: sus pensamientos y sus afectos. “El componente cognitivo o satisfacción con la vida, representa la discrepancia percibida entre sus aspiraciones y sus logros, cuyo amplio rango evaluativo va desde la sensación de realización personal hasta la experiencia vital de fracaso o frustración” (p. 1).

Rojas y Elizondo-Lara (2012) indicaron que el bienestar está determinado por las propias personas, esta subjetividad predispone una conceptualización amplia del bienestar, la que se aproxima también a la concepción de satisfacción de vida, la cual al mismo tiempo es el resultado de la evaluación personal de los diferentes dominios de vida.

Siendo el bienestar determinado por las propias personas, es importante señalar que detrás de ellas está la cultura, entonces para entender el bienestar en un determinado grupo se debe conocer cuáles son sus necesidades de acuerdo a su entorno de vida o contexto.

Yamamoto (2013) identificó cuatro necesidades representativas para la sociedad limeña (Lima Metropolitana – Perú) que están positivamente relacionadas a la felicidad o bienestar (ver Figura 4).

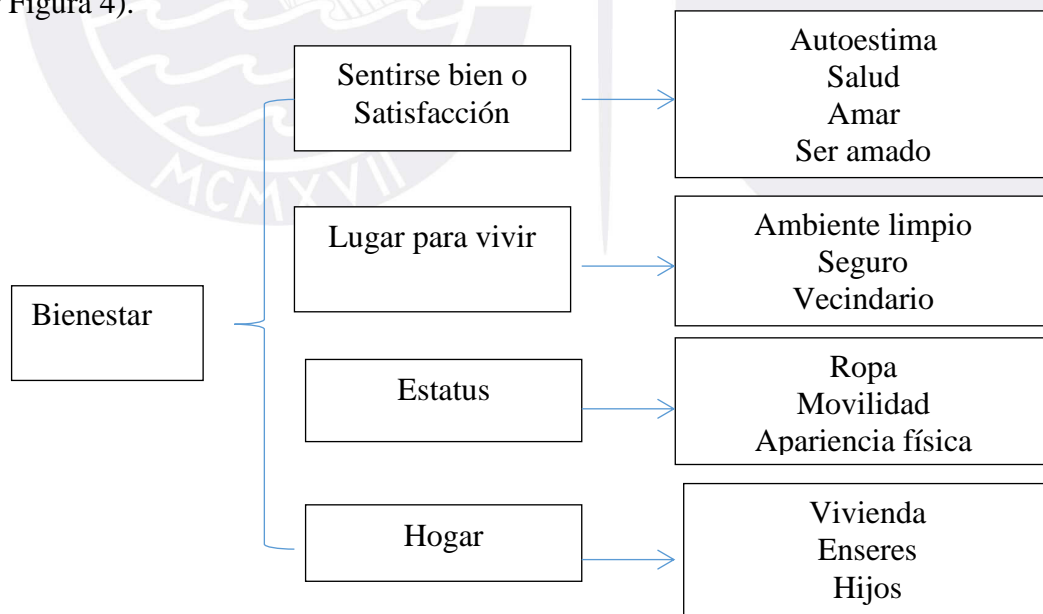


Figura 4. Bienestar en relación a satisfacción de necesidades culturales para Lima Metropolitana. Adaptado de “Bienestar, gestión de recursos humanos y desarrollo social”, por J. Yamamoto, 2013, *Tiempo de opinión*, 6, pp. 14-25.

El estado de bienestar del ser humano se adapta con el tiempo y de acuerdo con la situación, actualmente, la sociedad enfatiza el consumo material, por lo tanto los sentimientos subjetivos de felicidad y satisfacción se mantendrán solo si mantiene el placer a través del consumo. (p. 17).

Asimismo, para Dubois, Millán y Roca (2001) el crecimiento económico se asocia con el bienestar objetivo, el que se refiere a la satisfacción de las necesidades materiales de las personas, sin embargo, reconocen también que esta asociación no corresponde si se contempla la satisfacción de las necesidades humanas en todas sus dimensiones.

La presente investigación pretende establecer los aspectos positivos y negativos respecto a la opinión de las mujeres ambulantes en relación a su trabajo, por ello el interés de conocer la satisfacción o insatisfacción con lo que realizan cada día, y a partir de este resultado indagar si el beneficio económico que perciben, las condiciones de su entorno de trabajo y sus relaciones sociales influyen en su percepción de bienestar como conceptualización.

2.2.4 Autoempleo.

Alles (2005) estudió el autoempleo y señaló que:

Se inicia como una forma independiente de empleo, sin relación de dependencia con un empleador, cuyo objetivo es proveer a quién lo realiza de una retribución mensual, más asimilable a un salario que a una rentabilidad empresarial. El autoempleo puede convertirse en empresa si se necesitan otras personas para llevarlo a cabo o se amplían las actividades. (p. 11).

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2012) consideró la clasificación de autoempleo, según la OIT en la XIII Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET, 1982): “(a) empleadores; (b) trabajadores por cuenta propia;

(c) productores de bienes para uso final propio; (d) miembros de las cooperativas producción y; (e) los trabajadores familiares” (p. 6).

La presente investigación, se centrará en el comercio ambulante que forma parte de los trabajadores por cuenta propia, así como también del sector informal y de la economía informal, términos que se definen en la Tabla 1.

Tabla 1

Definiciones de Informalidad

Término	Definición
Economía informal	Conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades productivas que no cumplen con las regulaciones previstas por el estado para el ejercicio de sus actividades. Está compuesta por el sector informal y el empleo informal.
Sector informal	Conformado por las unidades productivas no constituidas en sociedad que no están registradas en la administración tributaria (SUNAT). Para el caso de las unidades productivas del sector primario (Agricultura, Pesca y Minería) no constituidas en sociedad, se considera que todas pertenecen al sector informal. También excluye a las cuasi sociedades, es decir, empresas no constituidas en sociedad que funciona en todo –o en casi todo– como si fuera una sociedad.
Empleo informal	Son aquellos empleos que no cuentan con los beneficios estipulados por ley como el acceso a la seguridad social pagada por el empleador, vacaciones pagadas, licencia por enfermedad, etc. Son empleos informales los: i) patronos y cuenta propia del sector informal, ii) asalariados sin seguridad social (formal e informal), iii) trabajadores familiares no remunerados (formal e informal) y trabajadores domésticos sin beneficios sociales.
Empleo en el sector informal	Constituido por los trabajadores por cuenta propia dueños de su propia empresa del sector informal, los empleadores dueños de su propia empresa del sector informal, los trabajadores familiares no remunerados o auxiliares, los asalariados informales o formales en empresas del sector informal y los trabajadores de cooperativas de trabajadores informales.

Nota. Tomado de “Economía Informal en el Perú: Situación actual y perspectivas”, por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2016, Lima, Perú: CEPLAN.

Para el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP, 2014) “el autoempleo es una forma de sobrevivir ante la necesidad económica, a diferencia de la actividad empresarial relacionada a la búsqueda de oportunidades” (p. 32). Asimismo, según Otope (citado en MIMP, 2014, p. 13) “el empleo vulnerable se concentra en la economía urbana informal y en la economía rural, caracterizada por una baja productividad, baja remuneración y falta de protección legal y social”.

Otra característica del empleo vulnerable, según la OIT (2016):

A nivel mundial la calidad de empleo es baja y se observan tendencias en el incremento del empleo vulnerable, definido como la proporción de trabajadores por cuenta propia y trabajadores familiares no remunerados con respecto al empleo total. El empleo vulnerable representa el 46% de empleo a nivel mundial y se caracteriza por que tienen menor acceso a protección social. (p. 7).

En el Perú, según el informe del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE, 2014) existen tres categorías ocupacionales que concentran el 73% de los trabajadores: los trabajadores independientes 35.1%; y los obreros y los empleados privados con participaciones de 20.1% y 17.8%, respectivamente. La cuarta categoría son los trabajadores familiares no remunerados (TNFR) con una participación del 11.4%, seguido de categorías que tienen pocos trabajadores y se encuentran conformadas por los empleados públicos (7.4%), los empleadores (4.4%), los trabajadores del hogar (2.3%), y los obreros públicos (1.4%).

Castillo y Vela (2013) señalaron que el trabajo por cuenta propia está conformado por:

Los ocupados que trabajan en forma independiente, no tienen patrón ni trabajadores remunerados a su cargo, pueden trabajar solos, asociados, generalmente con apoyo de familiares u otros miembros de los colectivos domésticos, son parte del sector marginal, residual y arcaico, desarticulado de la economía formal, caracterizado por sus escasos recursos y limitados ingresos. (p. 14).

Otras investigaciones relacionaron el concepto de autoempleo con el de emprendimiento, así según Alonso y Galve (2008a) “los emprendedores por oportunidad inician un negocio porque las condiciones del mercado lo permiten, en cambio los

emprendedores por necesidad lo hacen porque no tienen otra opción ante la falta de empleo” (pp. 21-22).

Del mismo modo Rodríguez (2007) diferenció el autoempleo y emprendimiento de la siguiente manera:

El emprendedor es buscador de alternativas, oportunidades de trabajo y de situaciones que le permiten introducir productos o procedimientos, por lo que se relaciona a la innovación. Sin embargo, el emprendimiento que se considera como autoempleo, no genera crecimiento económico y se piensa que puede reflejar problemas estructurales como consecuencia de la falta de empleos formales bien remunerados. (p. 1).

Ibarra y Castrillo (2013) explicaron sobre las empresas creadas, de acuerdo a los resultados de los reportes que aplica el modelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) que:

Las empresas creadas por necesidad se asocian a individuos que están desempleados, subempleados, con ingresos actuales insuficientes, poca estabilidad en su puesto laboral e incluso con sentimientos de baja realización en el puesto actual. Las empresas creadas por oportunidad se originan, cuando se cree implementar un proyecto innovador para un bien o servicio, se visualiza una ventaja competitiva para ampliar la presencia en el mercado actual o futuro, o bien, se cuenta con recursos propios para independizarse. (p. 67).

Según Serida, Nakamatsu, Borda y Morales (2015) el modelo GEM centra su atención en la etapa temprana del emprendimiento, que comprende a los emprendedores nacientes y nuevos, o que recién están operando la empresa, porque el índice de emprendimiento temprano (TEA) es el componente dinámico de la actividad emprendedora y da origen a una de las medidas claves, al considerarse que en esa etapa los emprendedores ponen más dinamismo y empeño (ver Figura 5).

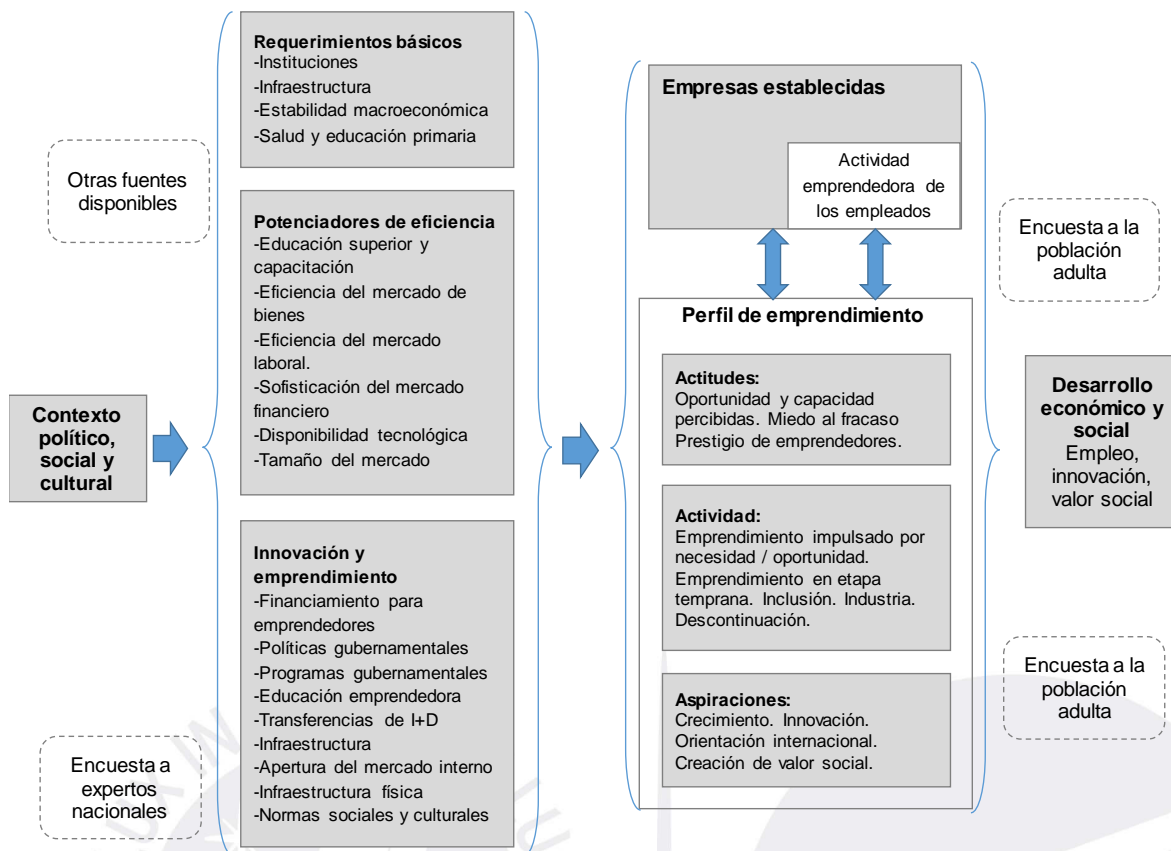


Figura 5. Modelo GEM. Tomado de “Global Entrepreneurship Monitor: Perú”, 2013, por Serida, J. Nakamatsu, K. Borda, A. y Morales, O, 2015, Lima, Perú: Universidad ESAN, p.18.

En relación a la participación del Estado, Valencia (2012) señaló que “a principios del siglo XX se fomentó el autoempleo como forma política, económica y social para mantener ocupados, en actividades provechosas a un 80% de excluidos en la sociedad, quienes se encontraban insatisfechos y deseaban trabajar” (p. 105). Es en este contexto, que los “gobiernos utilizan la gobernanza o estrategias de cooperación pública y privada, para fomentar la cultura del emprendimiento” (p. 117). Por último refiere que “el reto es llevar el emprendimiento informal al formal, el de subsistencia al de alto potencial de crecimiento, el aislado al de red, que permitieran generar economías de escala, desarrollar un conocimiento aplicado y competir en el mundo” (p. 123).

Finalmente, para la presente investigación el autoempleo se definió como el trabajo independiente o realizado por cuenta propia, sin estar subordinado o depender económicamente de un empleador. Estos trabajadores no contratan mano de obra, al no ser empleadores, pueden desempeñar su actividad económica de manera individual o asociada, y se relaciona al emprendimiento por necesidad, como la mejor opción de empleo, ante una situación económica de bajos ingresos.

2.2.5 Comercio ambulante.

Higuerey, Adriani y Colmenares (2007) definieron el comercio ambulante, como aquel que se realiza en la vía pública, sin puesto o sitio permanente, debido a que la actividad puede ejercerse en una localidad, trasladándose o retornando a su punto de origen. Asimismo, los autores, identificaron cuatro tipos de comercio ambulante “(a) el que se realiza en mercados de celebración regular, (b) el callejero, (c) en quioscos y similares, y (d) el comercio itinerante” (p. 12).

La OIT (2003) en el informe de la XVII Conferencia Internacional Estadísticas de Trabajo, indicó que los comerciantes ambulantes están ubicados en el sector informal como autoempleados por cuenta propia, propietarios de sus unidades de producción, y en el supuesto que contratasen mano de obra, serían autoempleados empleadores informales, y no por cuenta propia.

En ese sentido se evidenciaron las características del sector informal del que forma parte el comercio ambulante. Para De Soto (1986) “lo conforman unidades económicas clandestinas, no registradas que incumplen las exigencias legales y tributarias definidas en la regulación, por los altos costos que implica formalizarse” (p. 18). Asimismo, Parra (2013) señaló que en los comercios ambulantes se entrecruzan la “informalidad” y la “ilegalidad” (p. 10).

Silva (2007) indicó que el uso de espacios públicos generan conflictos, los que conllevan a:

Constantes negociaciones y tensiones, que excluyen a algunos miembros de la sociedad en beneficio de otros. El uso de estos espacios, no se limitan a posturas normativas y de ciudadanía, debido a las relaciones de poder y resistencia, que permite a comerciantes ambulantes, adquirir derechos legitimados por las autoridades, como el acceso a permisos y el de defensa de los espacios que ocupan. A su vez, las interacciones desarrolladas, les permiten desarrollar habilidades de negociación con autoridades y el hacer prevalecer su derecho al trabajo. (p. 52).

En el Perú, la MML consideró el comercio ambulante como una actividad económica temporal, que se desarrolla en áreas públicas reguladas, realizada por comerciantes ambulantes que tienen un capital que no excede a dos unidades impositivas tributarias anuales, y carecen de vínculo laboral con sus proveedores, además de ser su única fuente de ingresos (MML, 2014a). En la Tabla 2, se presentó la clasificación de comerciantes.

Tabla 2

Clasificación de Comerciantes en la Municipalidad Metropolitana de Lima

Tipo de comerciante	Definición
Comerciante ambulante regulado:	Persona empadronada con registro vigente; calidad que le permite reiniciar el trámite de autorización el mismo que estará sujeto a evaluación técnico-legal.
Comerciante regulado del centro histórico	Persona empadronada y reconocida mediante acto administrativo, ejerce el comercio en el espacio público integrante de un programa determinado, como el de la “red turística” u otro.
Comerciante ambulante autorizado: del espacio público	Cuenta con autorización municipal vigente, para dedicarse de manera individual directa, excepcional y temporal al ejercicio de un giro autorizado en una ubicación determinada y regulada.
Comerciante ambulante no regulado:	No se encuentra registrada en el padrón municipal y desarrolla su actividad de forma itinerante, generalmente caminando por los espacios públicos o que no cuenta con un módulo.
Conglomerado comercial	Conjunto de comerciantes que se encuentran en un determinado espacio público y cuentan con autorización individual.

Nota. Tomado de la Ordenanza N 1787 que regula el comercio ambulatorio en los espacios públicos en Lima Metropolitana, por Municipalidad Metropolitana de Lima, 2014a.

En ese orden de ideas, en la presente investigación el comercio ambulante, desarrolla actividades en la vía pública, con el uso de instalaciones permanentes, como quioscos y similares, para lo cual se requiere sean regulados mediante autorizaciones municipales, que pueden desempeñarse de forma individual o como un conglomerado comercial, de acuerdo a la clasificación de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

2.2.6 Satisfacción y bienestar de las mujeres autoempleadas.

El incremento del autoempleo en las mujeres ocurre según Aguilar, Mungaray y Ramírez (2014) “por la contracción de los mercados laborales, la pérdida del poder adquisitivo del ingreso en las últimas décadas y el deseo de autorrealización” (p. 148).

De igual manera, para Alonso y Galve (2008a) “los factores que motivan a las mujeres a autoemplearse, son la conjunción de factores positivos (necesidades y deseos de realización personal) y/o negativos (falta de opciones u otras circunstancias negativas de su vida personal)” (p. 29).

El mayor nivel de satisfacción, está sujeto también a la realización de un trabajo decente, la OIT (2016) resume las aspiraciones del trabajador durante su vida laboral:

Contar con oportunidades de un trabajo que sea productivo y que produzca un ingreso digno, dé seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, además de mejores perspectivas de desarrollo personal e integración a la sociedad, libertad para expresar opiniones, organización y participación en las decisiones que afectan sus vidas, e igualdad de oportunidad y trato para todas las mujeres y hombres. (p. 28).

El bienestar laboral según Del Valle (2010):

Se encuentra sujeto a la estabilidad salarial y a la seguridad de las condiciones de trabajo (índice de accidentes y enfermedades laborales), el acceso a los sistemas y

seguros de salud, y la afiliación y los aportes a los sistemas de prevención social. (p. 252).

Aguilar et al., (2014, p.187) argumentaron que el autoempleo para las mujeres podría significar:

Un efecto de refugio, ante un entorno económico adverso y situaciones sociales desventajosas. Sin embargo, existen indicios de la entrada pro cíclica al autoempleo y el paso a la microempresa que sugieren la presencia de comportamientos voluntarios hacia el emprendimiento y la generación de empleo. (p. 187).

La reducción de las diferencias de género, también contribuyen al incremento de la satisfacción de la mujer autoempleada, lo que según la ONU (2011) les otorga empoderamiento “que es un proceso a través del cual los hombres y las mujeres asumen el control sobre sus vidas, establecen sus propias agendas, adquieren habilidades, aumentando su autoestima, solucionando problemas y desarrollando autogestión” (p.11).

Brunet y Pizzi (2011) indicaron que el desempeñarse como mujeres empresarias, les permite organizarse y formar parte de grupos o asociaciones “a fin de compartir responsabilidades familiares, defender sus derechos de clase, posicionarse para participar en la actividad patronal, y así mezclar su capital económico y cultural para convertirlo en capital simbólico, conseguir visibilidad y reconocimiento en los lugares de poder” (p. 26).

De acuerdo a los autores citados, la satisfacción y el bienestar de la mujer autoempleada, se determina por la reducción de la brecha de género hombre – mujer. Ello las motiva a contar con un trabajo decente, adquirir responsabilidades familiares, recibir ingresos económicos, generar mejores perspectivas de desarrollo personal o laboral, desarrollar habilidades de gestión e incrementar el fortalecimiento de sus redes sociales entre sus familiares, amistades y compañeros de labor para que de esta manera asuman el control de sus vidas y solucionen sus propios problemas.

2.2.7 Satisfacción, bienestar y mujeres autoempleadas en el comercio ambulante.

Andrade, Bolaños y Castrillón (2011) reflexionaron sobre los argumentos a favor y en contra de la elección del comercio ambulante por parte de las mujeres:

Es el permitirles desempeñarse para sí mismas (sin jefes), no sentirse presionadas y el poder organizarse según sus necesidades y circunstancias familiares. Sin embargo, los argumentos en contra, es que no contribuyen al crecimiento económico al no pagar impuestos, lo cual afecta a la economía formal y causa grandes pérdidas a los ingresos económicos gubernamentales. Además, como factores de insatisfacción se suman la ausencia de protección social, seguridad y derechos laborales, así como la dificultad a optar por una pensión, bajas remuneraciones y condiciones de trabajo inadecuadas. (p. 73).

En relación a los factores de valoración del bienestar y felicidad en las mujeres ambulantes, Rentería y Román (2015) mencionaron que no solo están relacionados al bienestar material o económico, sino que “también se articulan a condiciones de salud, el entorno familiar, el capital social, a la estabilidad social y política, la edad, los valores personales y la desigualdad socioeconómica” (p. 32).

A su vez, Yamamoto (2013) en el estudio efectuado en Lima Metropolitana, para identificar las necesidades culturales, señaló que “sentirse bien es una paráfrasis de la satisfacción y está compuesto por tres indicadores: autoestima, salud, y amar y ser amado” (p. 17).

El formar parte de las redes sociales, también contribuye a mejorar el bienestar de las mujeres ambulantes, al respecto Gómez (2007) explicó:

Que el esposo es el principal contacto social de las mujeres ambulantes, seguido de las hijas o nueras, para el cuidado de los hijos y administración del puesto. Además, acuden a las redes no familiares o “compañeros” de manera esporádica según los

vínculos de confianza. Otra red de contacto, son los líderes de asociaciones, quienes tienen el rol de mantener la cohesión de la organización, controlar se cumplan las reglas, recolectar cuotas y negociar los posibles conflictos con autoridades. (p. 46).

En la Figura 6 se puede apreciar los vínculos de Permanencia en el comercio ambulante a través de las Redes Sociales:

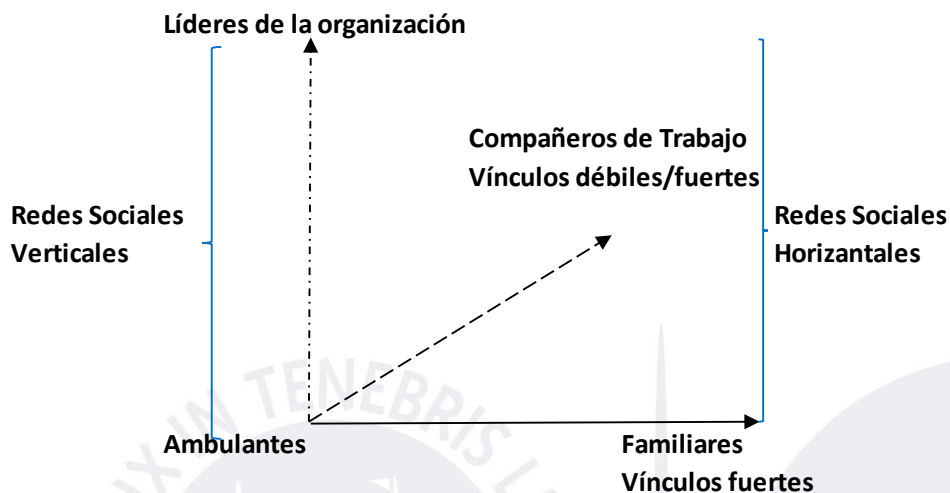


Figura 6. Vínculos de Permanencia en el comercio ambulante. Tomado de “Redes sociales y comercio en vía pública en la ciudad de México”, por N. Gómez, 2007, El Cotidiano, 22(143), p.46.

Finalmente, de acuerdo a los autores anteriormente mencionados, la satisfacción y el bienestar de la mujer en el comercio ambulante está determinado por diferentes factores, no solo el económico, sino que priman otros como la valoración de su trabajo, unido al fortalecimiento de los vínculos adquiridos en las redes sociales, las cuales les permiten alcanzar mejores niveles de desempeño e incluso adquirir habilidades para pasar al siguiente nivel del emprendimiento formal.

2.2.8 Experiencias de satisfacción y bienestar de las mujeres en el comercio ambulante en el mundo.

El comercio ambulante muestra tendencias a incrementarse, debido a la desaceleración de la economía en el año 2015. Al respecto la OIT (2016) mencionó que “el mercado laboral será afectado, debido al crecimiento del desempleo que alcanzó la tasa de

5.8% en el 2015, y el crecimiento del desempleo mundial que creció a más de 0.7 millones, hasta alcanzar los 197.1 millones” (p. 21); asimismo indicó que “el empleo vulnerable alcanzó los 1.5 millones de personas o más del 46% del empleo total. En el Sur de Asia y en el África Subsahariana, más del 70% de los trabajadores están en empleos vulnerables” (p. 7).

En relación a la participación de las mujeres empresarias, la OIT (2015) indicó que: Las mujeres ampliaron su actividad económica en calidad de empresarias, dueñas y gerentes de empresas, dirigen más del 30% de todas las empresas, lo que representa una tercera o cuarta parte de las empresas de la economía informal mundial, en su gran mayoría se trata de pequeñas empresas o microempresas con bajo potencial. (p. 59).

En el aspecto financiero, según la OIT (2015):

Las mujeres empresarias enfrentan limitaciones no solo por discriminación de género, sino también por la carencia de garantías al poseer menos tierras o propiedades que los hombres, además de los costos de procedimientos complicados de inscripción, responsabilidades familiares y falta de formación en gestión financiera. (p. 72).

Entre los casos internacionales, Batista (2013) realizó un estudio para determinar las características del comercio ambulante en San Paulo, Brasil, señalando que la Municipalidad de San Paulo a través de la Ley N 11.039 de 1991, definió al vendedor ambulante como “el prestador de servicios en las vías públicas, como la persona que ejerce actividades lícitas por cuenta propia y debidamente autorizados por el Municipio de San Paulo” (p. 230). Asimismo, señala que entre el 2000 y el 2004, en dicha ciudad el trabajo autónomo se incrementó debido a “(a) la limitación de empleos asalariados, (b) la ausencia de políticas públicas compensatorias, (c) las oportunidades de ganancias mayores que los asalariados de mediana o baja calificación, y (d) la estrategia de sobrevivencia.” (p. 246). Asimismo refiere que “el comercio ambulante, presentó una tendencia decreciente dentro de los periodos 2004 al 2009,

disminuyendo de 133 mil a 100 mil por personas, debido a las mejoras en el mercado laboral que llevó a personas dejar de trabajar en las calles para dedicarse a empleos formales” (p. 246).

Al respecto, el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN, 2016) precisó que en Brasil disminuyó la informalidad por la ejecución de intervenciones orientadas a “simplificar el pago de las obligaciones laborales, integrar la liquidación de las diferentes contribuciones por trabajador en una sola planilla social y brindar facilidades de abono por medios electrónicos” (p. 12).

Otro caso, es el evaluado por Valerín y Chinchilla (2012) en San José de Costa Rica:

En el estudio realizado a cinco mujeres ambulantes entre los 25 y 40 años, se obtuvo información que demostró la heterogeneidad de la población y permitió rescatar información de la satisfacción que esta labor les generó a ellas y familias. De esta forma, se evitó solo sesgarse en investigaciones económicas que no permiten conocer la realidad de las mujeres ambulantes, al considerarlas dentro del grupo de excluidos por sus niveles de pobreza y baja educación. (pp. 19-20).

Por otro lado, Gómez (2007) señaló que en México el comercio ambulante se caracterizaba por poseer “contenidos políticos en el que interactúan: comerciantes, familias, líderes de organizaciones, autoridades locales, funcionarios de delegaciones políticas, comerciantes formales, proveedores, clientes, habitantes de zonas aledañas” (pp. 42-43). Del mismo modo indicó:

En este contexto, se observó que las mujeres utilizan las redes sociales para desarrollar vínculos interpersonales, que se traducen en normas de confianza, cooperación, sociabilidad, aprobación, estatus, poder. Asimismo, las redes de apoyo les permiten combinar el hogar y el trabajo y desarrollar habilidades de emprendimiento. (p. 47).

2.2.9 Experiencias de satisfacción y bienestar de las mujeres en el comercio ambulante en el Perú.

Para Yungure (2009) en 1950 en el Perú, se iniciaron los movimientos migratorios del campo a la ciudad, así:

Al no presentarse mejores opciones de empleo, la población optó por dedicarse al comercio informal como medio de supervivencia. Otros factores del surgimiento de la economía informal son, el incremento de la pobreza de los campesinos, por fenómenos naturales como las sequías y crisis políticas como la aparición del terrorismo, que causó más de 25 mil muertes. La crisis inflacionaria de los 80 es otra causa del abandono agrario, y el centralismo que incrementaron los índices de pobreza e inestabilidad social. (p. 229).

En la actualidad, CEPLAN (2016) señaló que “la segmentación del mercado de trabajo peruano se caracteriza por la elevada persistencia del empleo informal, la baja tasa de transición del empleo informal al formal y la alta informalidad laboral” (p. 14).

Asimismo, el MTPE (2014) informó que el empleo informal “representó el 72.8% de la fuerza laboral, de los cuales 55.8% laboran dentro del sector informal y 17% trabajan como informales fuera del sector informal. Asimismo ocho de cada diez (76.1%) son mujeres y siete de cada diez (70.3%) son hombres” (p. 66). De otro lado, “en relación al nivel educativo el 78.9% de personas que poseen nivel secundario tienen un empleo informal en comparación con los que tienen nivel de educación superior registran el 45.2%” (p. 16).

En relación a los salarios el MTPE (2014) indicó que los “trabajadores de ingreso formal reciben en promedio S/ 2,221 al mes y los de empleo informal reciben S/ 805 al mes, es decir un trabajador informal gana 75.9% menos que un trabajador de empleo formal” (p. 76). Asimismo, que “los cinco departamentos con mayor empleo informal son Huancavelica (91.4%), Ayacucho (89.2%), Puno (88.8%), Cajamarca (88%), Amazonas (87.6%)” (p. 69).

En este marco, CEPLAN (2016) describió las políticas gubernamentales al 2050 a fin reducir el empleo informal:

(a) Aumentar la transparencia del gobierno a 10 puntos, (b) reducir la regulación de los negocios a 3.8 puntos, (c) incrementar el gasto en investigación y desarrollo a 2.3%, (d) incrementar los años promedios de educación a 12.5, (e) incrementar las transferencias del gobierno a las familias a 10% del PBI. Con estas políticas se espera que el PBI crezca a 5.9% y el empleo informal disminuya de 70% a 11.4%. (p. 43).

En relación al comercio ambulante de mujeres al interior del país, Bastidas (2011) indicó que en la ciudad de Huaura - Ayacucho aún existe una fuerte desigualdad de género y que el comercio ambulante:

Es un refugio para las mujeres que no pueden encontrar trabajo en el campo formal de la economía. En el caso de Huaura las mujeres dedicadas a este tipo de actividades suelen estar en el segmento de edades de 30 a 45 años y la mayoría de ellas posee solo educación secundaria. Asimismo, cada vez existen menos mujeres ambulantes con menor nivel educativo en dicha ciudad y tienen hijos. (pp. 132-137).

De otro lado, para Yungure (2009) el incremento del comercio ambulante en Arequipa, se dio por el aumento de las migraciones de ciudadanos puneños:

La ciudad de Arequipa, es la segunda en recibir inmigrantes después de Lima, a partir de 1940 con la creación del parque industrial y la construcción de las empresas grandes como Leche Gloria, CIA Lanificio, entre otras, se convirtió en la ciudad más atractiva del sur del Perú. Sin embargo, por el aumento constante de la población, las empresas no pudieron absorber la mano de obra, lo que conllevó a la aparición del comercio ambulante en las principales avenidas y calles de la ciudad. Es así que, el mercado San Camilo se llenó de comerciantes que invadieron los alrededores, además surgieron ferias como la Feria del Altiplano, identificada así porque la mayoría de sus

participantes procedían de Puno, con el tiempo estos negocios se organizaron en sindicatos, como el de la Federación de Ambulantes de Arequipa (FETRAM) quienes lucharon por su reubicación y formalización, que a la fecha persiste. (pp. 224-245).

2.2.10 Experiencias de satisfacción y bienestar de las mujeres en el comercio ambulante en Lima Metropolitana.

Castellanos (2014) explicó que los vendedores ambulantes de Lima Metropolitana empezaron a organizarse desde la década de 1970, así fue mediante la Ordenanza N° 002 aprobada en 1985, que se estableció el marco normativo para Lima Metropolitana. Una de las primeras organizaciones de comerciantes ambulantes fue la Federación Departamental de Vendedores Ambulantes de Lima (FEDEVAL). En la actualidad el sector del comercio ambulante se rige por la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972 de 2003, que estipuló mecanismos y procedimientos para que el comerciante ambulante pague tasas por el uso de servicios, limpieza pública y seguridad.

Asimismo, el mencionado autor realizó en coordinación con el Estudio de Monitoreo de la Economía Informal (EMEI) el año 2012 un estudio que trata principalmente sobre las características demográficas del sector de vendedores ambulantes, ingresos, rubros, dificultades. Su objetivo fue: “proporcionar evidencia confiable sobre la gama de fuerzas motoras, tanto positivas como negativas, que afectan las condiciones laborales en la economía informal a través del tiempo” (p.5).

En ese sentido el estudio EMEI reportó, en relación a las mujeres que alcanzaron niveles educativos más bajos en comparación con los hombres, que:

Hay más mujeres que tienen primaria completa o menos (43% y 20%, respectivamente), mientras que el 58% de hombres y el 45% de mujeres han alcanzado niveles educativos más altos (de secundaria completa para arriba).

Asimismo, las mujeres trabajan en promedio más horas por semana que los hombres.

Los ingresos netos diarios son de S/ 27.64 en promedio, siendo éstos más altos entre los hombres (S/ 45.82 en promedio) que entre mujeres (19.97 en promedio). (p. 6).

Otro dato importante, es que la principal fuerza motora se relacionó con la ciudad, marco regulatorio, las políticas de planificación de la ciudad y de los espacios públicos en general que no han considerado. Se demostró también que las relaciones con autoridades municipales es de desconfianza y enfrentamiento mutuo.

Rentería y Román (2015) explicaron la encuesta sobre Empleo y Bienestar Subjetivo (ENEBIS) aplicada en Lima Metropolitana el 2014, cuyo objetivo fue medir la satisfacción y bienestar, mediante la cual se verificó que:

El 44% de independientes del sector informal, iniciaron por necesidad económica, son los que menores niveles de satisfacción con la vida y el trabajo reportan en comparación con los independientes del sector formal, debido a la problemática de la precariedad del empleo, por las condiciones de trabajo y la falta de acceso a derechos y beneficios laborales (p. 89). Otro resultado de los encuestados es que sus niveles de satisfacción y bienestar se vinculan a la acumulación de capital social y a sus redes de soporte. (p. 77).

2.3 Resumen

La satisfacción es la razón, acción o modo con que se responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria, así como el cumplimiento del deseo o del gusto (RAE, 2014). Para Rojas y Elizondo-Lara (2012) se relaciona a siete aspectos de la vida: (a) económico, (b) laboral, (c) comunal, (d) amistad, (e) tiempo, (f) familiar, y (g) resto de la familia. En este sentido entender la satisfacción de vida desde un solo enfoque, económico, conllevaría un sesgo notable (Londoño, 2008).

El concepto de satisfacción en la presente investigación se centra en el ámbito laboral, que según Robbins y Judge (2009) es una percepción positiva sobre lo que se hace y dónde se

hace. De otro lado, el bienestar desde el punto de vista personal se basa en tres enfoques relacionados con: (a) el acceso a bienes materiales, (b) la condición física de las personas, y (c) el estado interior del individuo (Dubois et al., 2001; Yakubova, 2016). Así mismo, para Layard (citado en Atherton, Graham & Steedman, 2010) la felicidad es el mejor concepto del bienestar. De la misma forma Ryff (como se cita en Díaz et al., 2006) propuso un enfoque multidimensional.

Yamamoto (2013) manifestó que el bienestar es una percepción personal que está influenciada por la cultura, por lo tanto se deberían identificar previamente las necesidades de vida. Por su parte, Rentería y Román (2015) indicaron que así como la variable satisfacción, el bienestar subjetivo está influenciado por condiciones externas no controladas por las personas, como las condiciones macroeconómicas, la pobreza, la discriminación, y la inseguridad.

El concepto de bienestar es un término relacionado con la calidad de vida (Triana et al., 2012), y es utilizado por los gobernantes de los países como fin supremo (Auerbach, 2015), por lo tanto existe una necesidad de generar condiciones que permitan lograr el bienestar de los ciudadanos con la implementación de políticas sociales (Audikaite, 2007). Para el propósito de la presente investigación, se considera al bienestar como percepción subjetiva contemplando una visión multidimensional.

El autoempleo, según Alles (2005) es una forma independiente de empleo, sin relación de dependencia con un empleador, cuyo objetivo es proveer a quien lo practica con una retribución mensual, más asimilable a un salario que a una rentabilidad de origen empresarial. La clasificación de autoempleo, según CIET (citado en CEPAL, 2012) se compone de: “(a) empleadores, (b) trabajadores por cuenta propia, (c) productores de bienes para uso final propio, (d) miembros de las cooperativas producción, y (e) trabajadores familiares” (p. 6).

Otros autores relacionaron el autoempleo con el emprendimiento, Alonso y Galve (2008a) mencionaron que los factores (*push*) o de necesidad, conllevan a la creación de autoempleo, los factores (*pull*) o de oportunidad, al emprendimiento. Para Rodríguez (2007) el emprendedor es un buscador de nuevas alternativas, es innovador de sus procesos y productos, por el contrario el autoempleo se relaciona a problemas estructurales como consecuencia de la falta de empleos formales y bien remunerados.

En relación al comercio ambulante, Higuerey, Adriani y Colmenares (2007) lo definieron como “aquel que se realiza en la vía pública, sin puesto o sitio permanente, y se clasifica: (a) el que se realiza en mercados de celebración regular, (b) el callejero, (c) en quioscos y similares, y (d) el comercio itinerante” (p. 12).

Aguilar, Mungaray y Ramírez (2014) en relación a la satisfacción y al bienestar de la mujer autoempleada, explicaron que la elección de este tipo de empleo se da por “por la contracción de los mercados laborales, la pérdida del poder adquisitivo del ingreso en las últimas décadas y el deseo de autorrealización” (p. 148).

Para Alonso y Galve (2008a) los factores positivos que motivan a las mujeres a autoemplearse se relacionan a las necesidades y a los deseos de realización personal, y los factores negativos a la falta de opciones u otras circunstancias de su vida personal.

La satisfacción y el bienestar de la mujer en el comercio ambulante, según Andrade, Bolaños y Castrillón (2011) están sujetos a factores positivos como el trabajar para sí mismas, sin embargo los factores de insatisfacción son varios: la ausencia de protección social, seguridad y derechos laborales, la dificultad a optar por una pensión, las bajas remuneraciones y las condiciones de trabajo inadecuadas (p.73).

En la revisión de experiencias de satisfacción y bienestar del comercio ambulante en el mundo, la OIT (2015) indicó que más del 30% de mujeres dirigen sus empresas, sin embargo la tercera parte pertenece a empresas de la economía informal. Batista (2013)

describió las características del comercio ambulante en Brasil, país en el que disminuyó el comercio ambulante por las mejoras en el mercado laboral formal. Por otro lado, Valerín y Chinchilla (2012) explicaron las características de las mujeres ambulantes en Costa Rica, concluyendo que existe heterogeneidad en este sector, donde deberían profundizarse los estudios cualitativos. Según Gómez (2007) el comercio ambulante en México se caracteriza por ser una actividad con contenidos políticos, con fuerte uso de redes sociales como apoyo para fortalecer el desempeño y las habilidades de emprendimiento.

Según el MTPE (2014) “el comercio informal ocupó el 72.8% de la fuerza laboral, donde el 76.1% eran mujeres y el 70.3% eran hombres” (p.66). Además señaló que “los cinco departamentos con mayor empleo informal eran Huancavelica (91.4%), Ayacucho (89.2%), Puno (88.8%), Cajamarca (88%), Amazonas (87.6%)” (p. 69).

Bastidas (2011) explicó el comercio ambulante en Huaura, Ayacucho donde existe una fuerte desigualdad de género. A su vez, Yungure (2009) analizó el comercio ambulante en Arequipa producto de la migración de la población puneña a esa ciudad. Respecto, las experiencias en Lima Metropolitana, Castellanos (2014) estudió las características de las fuerzas motoras que afectan a las condiciones laborales de la economía informal.

2.4 Conclusiones

El marco teórico muestra diferentes enfoques conceptuales y relaciones sobre los términos: satisfacción y bienestar, sin embargo para fines del presente estudio se han considerado los siguientes enfoques:

Rojas y Elizondo-Lara (2012) relacionaron la satisfacción de vida de la población según siete dominios: “(a) económico, (b) laboral, (c) comunal, (d) tiempo, (e) familiar, y (f) resto de la familia” (p.83).

La satisfacción laboral se define como el sentimiento positivo que genera la actividad que desempeñan las mujeres ambulantes y como un dominio predictor de la satisfacción con

la vida (Sánchez et al., 2014; Puente & Cavazos, 2013; Rojas & Elizondo-Lara, 2012; Robbins & Judge, 2009) debido a la influencia que tiene éste en el bienestar de las mismas, entendiendo el bienestar como el estado de felicidad percibido en diferentes situaciones de la vida con un enfoque multidimensional introspectivo (Rath & Harter, 2010; Ryff [citado en Díaz et al., 2006]; Yakubova, 2016 y Yamamoto, 2013).

Según Rath y Harter (2010) el bienestar se basa en la combinación de cinco elementos: “(a) el bienestar profesional, (b) el bienestar social, (c) el bienestar económico, (d) el bienestar físico, y (e) el bienestar comunitario” (p.13).

Moyano y Ramos (2007) señalaron las correspondencias entre el bienestar subjetivo, la felicidad y la satisfacción. Asimismo, Veenhoven (citado en García, 2002) señaló que la persona utiliza dos componentes en la valoración del bienestar subjetivo: sus pensamientos y sus afectos. Según el mencionado autor: “El componente cognitivo o satisfacción con la vida, representa la discrepancia percibida entre sus aspiraciones y sus logros, con un rango evaluativo que va desde la realización personal hasta la experiencia vital de fracaso o frustración” (p.1).

Respecto al autoempleo, es una forma independiente de empleo (Alles, 2005) clasificando el comercio ambulante como una forma de autoempleo con trabajadores por cuenta propia (CIET, citado en CEPAL, 2012). Asimismo Otobe (citado en MTPE, 2014) caracteriza a este tipo de empleo como vulnerable por su baja remuneración y ausencia de protección legal y social; y por su parte según CEPLAN (2016) es una actividad del sector informal al no estar registrada en la SUNAT. Para Castillo y Vela (2013) el trabajo por cuenta propia está conformado por:

Los ocupados que trabajan en forma independiente, no tienen patrón ni trabajadores remunerados a su cargo, pueden trabajar solos, asociados, generalmente con apoyo de familiares u otros miembros de los colectivos domésticos, son parte del sector

marginal, residual y arcaico, desarticulado de la economía formal, caracterizado por sus escasos recursos y limitados ingresos. (p. 14).

En relación a los factores de valoración del bienestar y la satisfacción de las mujeres ambulantes, Rentería y Roman (2015) mencionaron que no solo se relacionan al bienestar material o económico, sino que “también se articulan a condiciones de salud, el entorno familiar, la estabilidad social o política, edad, los valores personales y las desigualdades económicas” (p.32). Asimismo, Yamamoto (2013) relacionó la satisfacción y el bienestar con tres indicadores: autoestima, salud y amar y ser amado” (p.17).

Finalmente se revisaron experiencias internacionales y nacionales que ayudaron a determinar los factores de satisfacción y bienestar de la mujer ambulante, de las que se concluyeron los siguientes puntos clave: (a) la desaceleración de la economía podría provocar la tendencia al crecimiento del desempleo, con lo que aumentaría el comercio ambulante como una opción más rápida de empleo; (b) el 30% de mujeres en el mundo dirigen empresas y la tercera parte de ellas lo hacen dentro de la economía informal; (c) las mujeres ambulantes tienen características de heterogeneidad; y (d) las mujeres ambulantes utilizan redes sociales las cuales les permiten desarrollar vínculos de cooperación, sociabilidad, estatus, habilidades de emprendimiento y gestión, debido a que organizarse en asociaciones incrementa su empoderamiento.

Capítulo III: Método de Investigación

La investigación es de tipo exploratorio y descriptivo. Exploratoria debido a la poca información existente acerca de la mujer y el autoempleo en el comercio ambulante en el Perú; y descriptiva, ya que se reflejan los antecedentes, características y particularidades de la referida temática. Yin (2009) indicó que cada método de investigación puede ser usado para tres fines: exploratorio, descriptivo y explicativo.

La investigación utiliza un enfoque cualitativo, ya que no parte de una hipótesis elaborada y precisa, sino que el procedimiento es más inductivo que deductivo y tiene una orientación holística (Ruíz, 2012) bajo el objetivo de encontrar los factores que generan la satisfacción y el bienestar de la mujer autoempleada en el comercio ambulante en Lima, Perú.

Se emplea el estudio de caso, el cual permite entender un fenómeno de la vida real en profundidad, llegar a situaciones peculiares en las que existirá muchas más variables de interés que los puntos principales, y se basa en múltiples fuentes de evidencias (Yin, 2009).

La muestra se ha diseñado mediante la combinación de dos técnicas: (a) *máxima variación*, que ayudará a recolectar diversas perspectivas y así representar la complejidad del fenómeno, estudiado documentando diversidades y coincidencias, patrones y particularidades; y (b) *bola de nieve* para lo cual se tuvo contacto con dos de los dirigentes de las diversas asociaciones de ambulantes para obtener las primeras entrevistas y de las cuales sugirieron otras por recomendar.

La población de mujeres ambulantes se basó en aquellas que cuentan con autorización de funcionamiento, la cual se encuentra registrada en la municipalidad.

La recolección de datos se obtuvo por medio de entrevistas en profundidad de naturaleza abierta, realizadas en el mismo puesto de trabajo de cada entrevistada, con una duración aproximada de 40 minutos, las entrevistas fueron grabadas para luego ser transcritas. De la misma manera también se realizaron notas de campo, así como se tomaron

algunas fotografías para evidenciar las entrevistas realizadas buscando respetar la confidencialidad de las informantes.

La información obtenida se ha procesado mediante el software Atlas.ti, ayudando de esta manera a mantener clara la evidencia entre los diálogos y la codificación de toda la información.

3.1 Diseño de la Investigación

La investigación es de tipo exploratorio y descriptivo como se mencionó con anterioridad, y tiene como propósito principal reflejar los factores determinantes de la satisfacción y el bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante en el Cercado de Lima.

Es exploratoria ya que es un tema poco estudiado en Perú y existen escasos datos sobre la mujer y el autoempleo en el comercio ambulante, por lo que la investigación complementaría la información existente.

También es descriptiva, debido a que busca “especificar las propiedades, características y rasgos importantes” (Hernández et al., 2010, p. 80) tal como se manifiestan en la presente investigación para la mujer autoempleada en el comercio ambulante.

La investigación de la satisfacción y el bienestar de la mujer autoempleada en el comercio ambulante en Lima Metropolitana, tiene un enfoque cualitativo con el propósito de investigar: (a) los aspectos demográficos, (b) los antecedentes educativos, (c) los antecedentes laborales, (d) los antecedentes familiares, (e) los factores que la llevaron a autoemplearse, (f) su opinión respecto al ambiente físico en el cual trabajan, (g) su opinión en relación al bienestar respecto al trabajo, (h) su opinión en relación a la satisfacción respecto al trabajo, (i) las facilidades que han tenido para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante, y (j) los principales obstáculos que han enfrentado para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante.

La metodología empleada es el estudio de caso, teniendo en consideración que: (a) todo ello va a estar dado bajo un patrón cultural, que es, como indicaron Hernández et al. (2010) “el común denominador de los marcos de interpretación cualitativos, partiendo de la premisa de que toda cultura o sistema social tiene un modo único para entender situaciones y eventos” (p. 10); (b) a través de las entrevistas cualitativas se “comprenden las experiencias y se reconstruyen eventos que se desconocen” (Rubin & Rubin, 2005, p. 3) lo que permitirá conocer los factores que llevaron a estas mujeres a emplearse en el comercio ambulante, y (c) la investigación se realiza mediante estudio de eventos dentro del contexto real de la mujer ambulante, tal como indicó Yin (2009) uno de los factores para emplear el estudio de caso es que “la atención se centra en un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto de la vida real” (p. 2).

Otros de los factores que determinan el empleo de estudio de caso, como indicó Yin (2009) es la clasificación de la pregunta de investigación objeto de estudio el ‘¿cómo?’ y ‘¿por qué?’ son propensos a la utilización de estudios de caso” (p. 2), y es por ello que la investigación emplea dicho método. El estudio de caso permite un estudio profundo y “se apoya en diferentes técnicas de recuperación de la información, que van desde observaciones personales, pasando por encuestas y entrevistas” (Monroy, 2009, p. 46).

3.2 Justificación del Diseño

Maxwell (2005) indicó que “el método de la investigación depende del contexto específico y de los temas a estudiarse” (p. 79), así la presente investigación tiene un enfoque cualitativo ya que:

- (a) Se requiere comprender el significado de los eventos, situaciones, experiencias y acciones en los que los participantes del estudio se encuentran, entendiendo cómo incide su comportamiento en el entorno; (b) se busca entender el contexto particular en el cual los participantes actúan, y la influencia de sus acciones dentro de este

contexto; y (c) se requiere entender el proceso por el cual los acontecimientos y las acciones se llevan a cabo. (Maxwell, 2005, pp. 22-23).

Así mismo, Ruíz (2012) indicó que la metodología cualitativa se caracteriza por el uso de múltiples fuentes de datos y debe emplearse cuando se dan las siguientes características:

(a) El objetivo de la investigación es captar el significado de los procesos, comportamientos y actos; (b) se emplea un lenguaje conceptual, (c) para obtener la información se debe recurrir a la observación o a la entrevista en profundidad, (d) se emplea un procedimiento inductivo y no deductivo, y (e) se tiene una orientación holística y concretizadora sin llegar a generalizar. (p. 27).

El método de investigación se puede utilizar para tres propósitos: exploratorio, descriptivo y explicativo. Según indicó Yin (2009) se puede tener un caso de estudio exploratorio, pero también un experimento exploratorio; para seleccionar entre uno u otro método, el mencionado autor propuso revisar tres condiciones: “(a) el tipo de la pregunta de investigación planteada, (b) el grado de control que un investigador tiene sobre los acontecimientos reales del comportamiento, y (c) el grado de enfoque en situaciones actuales en contraposición a los históricos” (p. 8). Asimismo, señaló que el estudio de caso es el método preferido cuando: “(a) el cómo (*how*) o por qué (*why*) se están planteando, (b) el investigador tiene poco control sobre los acontecimientos, y (c) la atención se centra en un fenómeno contemporáneo dentro del contexto de una vida real” (p. 8).

Así, “el estudio de caso se utiliza en muchas situaciones, para contribuir al conocimiento de la persona, grupo organizativo, social, político y fenómenos relacionados” (Yin, 2009, p. 4); por eso se emplea como método de investigación al permitir comprender fenómenos sociales complejos. Adicionalmente se tiene que “el estudio de caso permite entender un fenómeno de la vida real en profundidad, llegar a situaciones peculiares en las que habrá muchas más variables de interés que los puntos principales y está basado en

múltiples fuentes de evidencias” (Yin, 2009, p. 2).

Por otro lado, Monroy (2009) indicó que un caso es “cualquier situación especial, única, que acontece en la realidad; y que el estudio de caso puede durar días o años, y tiene como objetivo aprender sobre el caso en particular” (p. 40). Por lo señalado, la presente investigación empleará para su desarrollo la metodología de estudio de caso; realizando observaciones y entrevistas en profundidad, así como análisis de documentación variada, para finalmente llegar a la comprensión de los factores que generan la satisfacción y el bienestar de la mujer autoempleada en el comercio ambulante en el Cercado de Lima.

3.3 Preguntas de la Investigación

La presente investigación responde a la pregunta principal: ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción y al bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima?

Como preguntas secundarias se reflejan los siguientes cuestionamientos: (a) cuáles son los aspectos demográficos de la mujer autoempleada en el comercio ambulante, (b) cuáles son sus antecedentes educativos, (c) cuáles son sus antecedentes laborales, (d) cuáles son sus antecedentes familiares, (e) cuáles son los factores que la llevaron a autoemplearse, (f) cuál es su opinión respecto al ambiente físico en el cual trabajan, (g) cuál es su opinión en relación al bienestar con respecto al trabajo, (h) cuál es su opinión en relación a la satisfacción respecto al trabajo, (i) cuáles han sido las facilidades que han tenido para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante, y (j) cuáles han sido los principales obstáculos que han enfrentado para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante.

3.4 Población

La población objeto de estudio en la presente investigación, es el colectivo de mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima, específicamente las vendedoras ambulantes con autorización Municipal. El padrón de ambulantes para el Cercado

de Lima, está publicado en el WebSite de dicha Municipalidad. En este padrón se encuentran 2,603 (dos mil seiscientos tres) ambulantes registrados al año 2014. De ese total, el 59.3% son mujeres (1,543) y el 40.7% son hombres (1,060). Además, sólo el 66% del total de las mujeres registradas (1,024) cuentan con la autorización y la resolución procedente para poder ejercer su actividad en la vía pública en la ciudad de Lima (Municipalidad Metropolitana de Lima, 2014b).

3.5 Consentimiento Informado

El consentimiento informado es un documento muy valioso que se diseña con el fin de alertar a las personas que forman parte del estudio de la naturaleza de la investigación y formalizar su participación en la misma. Creswell (2014) definió el consentimiento informado como el “formulario de consentimiento que firman los participantes antes de participar en la investigación protegiéndose así sus derechos durante la recolección de datos” (p. 243).

Como indicó Yin (2009) “el estudio de caso se debe desarrollar con especial cuidado y sensibilidad” (p. 73). Mediante el consentimiento informado se intenta proteger a las personas que sean parte del estudio de caso, notificándolas de la naturaleza del estudio y solicitando su participación voluntaria al mismo.

Además, Creswell (2014) indicó la importancia de tener en cuenta las cuestiones éticas en toda la fase del proceso de investigación; los participantes, los investigadores y los lectores potenciales deben considerar que los estudios diseñados contengan buenas prácticas éticas. El mencionado autor, señaló además que “la participación en un estudio debe ser vista como voluntaria y el investigador debe explicar en las instrucciones que el participante puede decidir no participar en el estudio” (p. 97); en ese sentido no se debe obligar a los participantes a firmar el formulario de consentimiento informado pues esta es necesariamente voluntaria.

El consentimiento informado especifica los objetivos de la investigación, el procedimiento de la entrevista, y el compromiso de confidencialidad de la información que se obtenga como resultado de la recolección de la información. La confidencialidad alcanza así mismo la publicación de los resultados materia de estudio. En el procedimiento de la recolección de la data, se explicó a cada entrevistada la importancia de dicho documento, solicitándole así a cada participante que leyera y firmara de forma voluntaria el modelo de consentimiento informado que se muestra en el Apéndice B. Finalmente, una copia de dicho documento se quedó en poder de las entrevistadas y una copia se archivó en la base de datos del caso.

3.6 Selección de los Casos

A continuación se describe el muestreo y las estrategias a seguir en la presente investigación cualitativa.

3.6.1 Muestreo.

Maxwell (2005) mencionó que en la investigación cualitativa no se usa el muestreo probabilístico ni la conveniencia de muestreo; sino que reconoce una forma de muestreo, llamado selección intencionada en la que seleccionando el tiempo, el escenario y las personas que pueden proporcionar la información, se puede llegar a responder las preguntas de investigación.

Para Patton (2002) el “muestreo intencional consiste en seleccionar casos ricos en información estratégica y con un propósito, además; la selección de los tipos y números de casos seleccionados dependen de los propósitos y recursos del estudio” (p. 243).

Según Cresswell (2014) se debería llegar a un propósito seleccionado sustentando que la idea detrás de la investigación cualitativa es “el propósito para seleccionar a los participantes o los sitios (o documentos o materiales) que ayudarán de la mejor manera al investigador a comprender el problema y las preguntas de investigación” (p. 189).

Por otro lado, Eisenhardt (1989) señaló que si bien la muestra puede ser elegida al azar, no es recomendable seguir una muestra aleatoria; éstas se eligen según lo que se investiga, no basadas en la estadística. Del mismo modo, de acuerdo a Patton (2002) en la investigación cualitativa no se puede definir un tamaño exacto para la muestra ya que ésta dependerá de: “(a) lo que se investiga, (b) el porqué de la investigación, (c) cómo se empleará el resultado, (d) lo que va a tener credibilidad, y (d) los recursos disponibles” (p. 244). Finalmente, Miles y Huberman (1994) adicionaron que para llegar a definir la muestra cualitativa se deben “definir los límites de la investigación y estructurar el estudio” (p. 27).

3.6.2 Estrategias.

Patton (2002) indicó que la técnica de *máxima variación* tiene como propósito recoger una amplia gama de casos para obtener la variación de las dimensiones de interés, es decir documentar variaciones únicas o diversas que han surgido en diferentes condiciones, e identificar patrones comunes por los que atraviesan dichas variaciones. De la misma forma adicionó que la técnica *de bola de nieve* permite identificar los casos de interés referenciados por personas que conocen a otras, para brindar casos ricos en información así como participantes válidos para el estudio.

Para el presente estudio, la muestra está conformada por mujeres autoempleadas en el comercio ambulante, que cuenten con los siguientes requisitos: (a) permiso o autorización de funcionamiento otorgado por la Municipalidad del distrito del Cercado de Lima, (b) ser dueña del puesto, (c) tener de dos a más años trabajando como ambulante, y (d) que dicho trabajo sea su única fuente de ingreso.

Para llevar a cabo la investigación, se realizaron entrevistas en profundidad a 30 mujeres autoempleadas en el comercio ambulante en el Cercado de Lima. Las preguntas de clasificación que se usaron como filtro, se puede encontrar en la Tabla C1 del Apéndice C. Ahora bien, para llegar al puesto de cada una de estas mujeres autoempleadas, se solicitó al

Departamento de Autorizaciones Comerciales en Espacios Públicos, que pertenece a la Gerencia de Desarrollo Económico de Lima Metropolitana, la facilidad de contactar con los dirigentes de las diversas asociaciones de los comerciantes ambulantes. El apoyo que se recibió de dicha institución permitió realizar el contacto con dos dirigentes, cuyos grupos estaban conformados en su mayoría por mujeres. Se consideró de esta manera, la técnica de muestreo de bola de nieve en la investigación, el cual permitió que las personas estudiadas brindaran información o datos de otras mujeres ambulantes.

También se consideró para la definición de la muestra la máxima variación, cuyo propósito es “buscar y documentar casos atípicos e identificar patrones comunes importantes” (Miles & Huberman, 1994, p. 28); lo que permitió que se mostrasen diversas perspectivas, y así representar la complejidad del fenómeno estudiado, documentando diversidades, coincidencias, patrones y particularidades.

3.7 Confidencialidad

En relación al estudio de caso, Yin (2009) indicó que se requiere proteger los datos debido a que “se trata de casos humanos contemporáneos” (p. 73), asimismo agregó que se debe proteger la privacidad y confidencialidad de aquellos que participan en un estudio, para de esta manera, no quedar expuestos a una posición indeseable, como estar en alguna lista (base de datos) para recibir solicitudes a participar en algún estudio futuro, ni siquiera por el investigador.

En la investigación no se revela el nombre de las participantes; se mantiene la confidencialidad de la información recolectada. Se reemplazaron los nombres de las entrevistadas con el uso de pseudónimos, y las respuestas fueron codificadas con la finalidad de proteger la identidad de las mujeres ambulantes. Ninguna información será publicada de tal forma que sea posible identificar a la persona entrevistada.

3.8 Procedimiento de Recolección de Datos

Existen tres principios que se deben tener en cuenta para la recolección de datos en la investigación:

- (a) usar múltiples fuentes de evidencia, que permita a un investigador abordar una gama más amplia de hechos y comportamientos, además de permitir la convergencia de varias líneas de investigación, (b) la creación de una base de datos de estudio de caso, que permita entre otras cosas la revisión independiente de los datos originales, y (c) mantener la cadena de evidencia, para que cualquier investigador externo pueda seguirla, en cualquier dirección desde las conclusiones a las preguntas iniciales y viceversa. (Yin, 2009, pp. 114-124).

3.8.1 Fuentes de evidencia.

Yin (2009) mencionó que existen seis fuentes de evidencia que se pueden utilizar para el estudio de caso, como son la documentación, los archivos, las entrevistas, las observaciones directas, el observador participante, y los artefactos físicos (pp. 101-113).

Por su parte Creswell (2014) indicó que la data cualitativa se puede obtener a través de diferentes medios como la observación, las entrevistas, la documentación y los materiales audiovisuales.

Para la recolección de data, se anotaron las observaciones que se tuvieron como primera impresión, las características del puesto, así como los gestos y actitudes que se percibieron de la entrevistada. Pero la recolección más enriquecedora de la data se obtuvo realizando las entrevistas en profundidad, las mismas que se dieron en el puesto de trabajo de cada mujer ambulante. Como indicaron Rubin y Rubin (2005) mediante las entrevistas cualitativas “se puede entender las experiencias y reconstruir los eventos en los que no se ha participado” (p. 3) descubriendo así las causas para explicar o entender un fenómeno específico.

3.8.2 Protocolo del caso.

El protocolo del estudio de caso permite asegurar la objetividad de la recolección de los datos: “contiene los instrumentos, los procedimientos y las normas generales que han de seguirse” (Yin, 2009, p. 79). El mencionado documento guio la investigación realizada, donde cada participante recibió información acerca del objetivo de estudio, características y una carta de consentimiento.

Asimismo, Yin (2009) indicó que el protocolo “incrementa la confiabilidad del estudio de caso” (p. 79); adicionalmente mencionó que el protocolo debe tener las secciones mencionadas a continuación: “(a) una visión general del estudio de caso, (b) procedimientos a realizar, (c) preguntas del estudio de caso, y (d) una guía para el reporte del estudio de caso” (pp. 82-91).

Para la presente investigación se ha creado un cronograma de las actividades para la recolección de datos; reflejándose en un protocolo que puede encontrarse en el Apéndice D. Se puede adicionar que, antes de cada entrevista, cada participante recibió información sobre: (a) el objetivo del estudio, (b) las principales preguntas del estudio, y (c) la carta de consentimiento informado.

3.8.3 Casos piloto.

Yin (2009) indicó que los casos pilotos pueden desarrollarse por varias razones no relacionadas necesariamente con los criterios para la selección de la muestra. Por ejemplo, un caso piloto se puede llevar a cabo debido a que geográficamente es accesible, o porque el caso piloto permitirá formular todas las posibles preguntas y dudas que se generen al desarrollar los casos reales.

Yin (2009) también mencionó que el caso piloto ayudará a afinar la recolección de datos, tanto con respecto al contenido de los datos en sí, como con los procedimientos a

seguir. Sin embargo el caso piloto no formará parte de la muestra final, por lo que los datos recolectados en el mismo no serán tabulados ni presentados para su análisis.

En la investigación se realizó un caso piloto, el que permitió probar la guía de entrevistas, tener claridad en el diseño de la investigación y por consiguiente poder realizar los ajustes que fueron necesarios en la misma, para mejorarla, pero que no fue considerado en la suma total de casos.

3.8.4 Esquema de la entrevista.

Hernández et al. (2010) definieron a las entrevistas como “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p. 418). Es importante resaltar, que en una investigación cualitativa como la presente investigación, normalmente las primeras preguntas son de tipo abiertas, las cuales se podrán estructurar conforme se avanza en el trabajo de campo.

Patton (2002) indicó que las entrevistas permiten conocer las perspectivas de las personas, sus sentimientos, pensamientos e intenciones, los cuales no podrían ser observados. Para el mencionado autor las entrevistas cualitativas “suponen que dicha perspectiva es significativa, cognoscible y capaz de evidenciar” (p. 341).

La recolección de la data, se puede dar a través de tres enfoques básicos:

(a) La entrevista de conversación informal, en la que se generan preguntas de manera espontánea ya que no hay predeterminación de los temas a interrogar, (b) la guía de la entrevista, para lo cual se forma un esquema de preguntas y el entrevistador decide la secuencia y redacción de éstas, y (c) la entrevista estandarizada de inicio a fin, preguntas redactadas en un formato abierto pero realizadas tal cual a todos los entrevistados y siguiendo el mismo orden. El enfoque para la entrevista depende de la naturaleza de la investigación, así como de la preparación previa que se requiere tener

en el predominio de la redacción y secuencia de las preguntas a realizar. (Patton, 2002, pp. 341-347).

Asimismo, Hernández et al. (2010) sugirieron entrenamiento por parte del entrevistador para abordar técnicas de entrevistas, manejo de emociones, comunicación verbal y no verbal, así como también programación neurolingüística. En ese sentido, para llevar a cabo la recolección de la data en la investigación, se creó una guía de entrevista, la misma que se refleja en el Apéndice E; con diferentes preguntas basadas en los objetivos de la investigación.

Para llegar a los puestos de las mujeres referidas, se solicitó al Departamento de Autorizaciones Comerciales en Espacios Públicos, que pertenece a la Gerencia de Desarrollo Económico de Lima Metropolitana la facilidad de contactar con los dirigentes de las asociaciones de comercio ambulantes. El apoyo que se recibió permitió contactar con dos dirigentes, cuyos grupos estaban formados en su mayoría por mujeres, lo que facilitó el contacto de las primeras informantes. Luego, mediante la técnica de muestreo de *bola de nieve*, se llegó a contactar al resto de participantes. Se inició el proceso realizando las preguntas de clasificación. El investigador se presentó como alumno estudiante de la Escuela de Negocios Centrum, de la Pontificia Universidad Católica y se les explicó brevemente a las mujeres ambulantes el propósito de estudio, así como lo importante que era su participación para el mismo. En un principio, algunas de estas mujeres mostraron desconfianza, pero conforme se desarrollaba el cuestionario se sintieron más cómodas en brindar sus testimonios; otro grupo mostró desde un inicio mucha colaboración e interés en participar; sin embargo, otro grupo de mujeres sustentaron no poder dar información por miedo a perder su trabajo mostrando desconfianza de los verdaderos motivos de la entrevista.

En un principio, se propuso a las entrevistadas un encuentro en un lugar donde se sintieran cómodas y lejos de las interrupciones, sin embargo ninguna de ellas aceptó

concretar una reunión fuera de su puesto de trabajo, ni durante sus horas de trabajo ni fuera de estas, por lo que finalmente todas las entrevistas se llevaron a cabo en el mismo puesto de trabajo.

3.9 Instrumentos

Hernández et al. (2010) sugirieron que primero se realicen las preguntas generales y luego las específicas, siguiendo el siguiente esquema: “(a) preguntas generales y fáciles, (b) preguntas complejas, (c) preguntas sensibles, y (d) preguntas de cierre” (p. 421). Asimismo, mencionaron que no existe una única forma de elaborar una guía de entrevistas, pero es necesario que ésta se base:

En aspectos prácticos, éticos y teóricos; práctico quiere decir que debe buscarse que las preguntas capten y mantengan la atención del participante; ético porque el entrevistador debe reflexionar continuamente acerca de las implicancias éticas sobre las respuestas de los participantes sobre ciertos aspectos del tema; y teórico, para que la entrevista sirva de manera eficaz para la obtención de la información necesaria que servirá a la investigación de manera completa y profunda. (Hernández et al., 2010, p. 424).

La guía de entrevista, tal como se muestra en el Apéndice E, comprende ocho secciones: (a) introducción y saludo, (b) aspectos sociodemográficos, (c) antecedentes educativos, (d) antecedentes laborales, (e) antecedentes familiares, (f) ambiente laboral, (g) bienestar laboral, (h) satisfacción laboral, (i) facilidades para llegar a autoemplearse, (j) obstáculos enfrentados para llegar a autoemplearse, y (k) preguntas de cierre.

3.10 Procedimiento de Registro de Datos

Hernández et al. (2010) recomendaron que en las entrevistas puedan usarse diferentes herramientas para obtener y registrar la información: “(a) grabación de audio o video, (b) notas en libretas o computadoras personales o de bolsillo tipo tabletas, (c) dictado digital, (d)

fotografías, y (e) simulaciones o programas computacionales” (p. 423). Asimismo, los mencionados autores recomendaron que al final de cada jornada de trabajo es necesario llenar la bitácora o diario de campo, donde se puedan registrar todas las observaciones, reflexiones, puntos de vista, conclusiones preliminares, dudas e inquietudes, etc. En el Apéndice F se muestran los formatos que fueron empleados durante las notas de campo y las notas de entrevista.

Según Stake (1995) durante la observación el investigador de estudio de caso cualitativo debe mantener un buen registro de eventos para proporcionar una descripción cuidadosa para su posterior análisis e informe final. Es por ello que debe dejar que la ocasión cuente su propia historia, situación, problema, etc. La historia a menudo comienza a tomar forma durante la observación, la que a veces no emerge hasta que los comentarios escritos de las observaciones salen a la luz. De acuerdo a Stake (1995) el enfoque cualitativo, significa encontrar buenos momentos para revelar la complejidad única del caso.

Yin (2009) recomendó la creación de una base de datos para poder registrar la data fuente, que sirva de ayuda a cualquier investigador y así le permita la revisión independiente de los datos originales. De esta manera, toda la información recolectada procedente: (a) el formato de consentimiento informado firmado, (b) los formatos de notas de campo y notas de experto, y (c) la transcripción de las entrevistas, se archivó ordenadamente de manera física y digital.

Asimismo, la información transcrita por los investigadores fue procesada mediante el software Atlas.ti., ayudando de esta manera a mantener clara la evidencia entre los diálogos realizados y la codificación de toda la información.

3.11 Análisis e Interpretación de los Datos

Yin (2009) indicó que “el análisis en una investigación cualitativa, depende del estilo propio del investigador del pensamiento empírico riguroso, junto con la presentación de

evidencia suficiente” (p. 127). De igual manera, agregó que los investigadores están en constante búsqueda de herramientas con el fin de llegar a un resultado analítico, sin embargo éstas son útiles, cuando el investigador tiene conocimiento de lo que busca resolver la investigación.

Creswell (2014) sugirió seguir seis pasos para realizar el análisis:

(a) organizar y preparar la data para el análisis, como transcribir las entrevistas; (b) leer e interpretar la data revisando las notas, (c) codificar la data, es decir, organizarla segmentando los textos y creando códigos; (d) usar el proceso de codificación para generar una descripción de la configuración o personas, así como categorías o temas para el análisis; (e) usar un enfoque narrativo para transmitir los resultados del análisis, lo que podría ser una discusión cronológica de los acontecimientos y detalles de temas interconectados, y (f) finalmente realizar una interpretación, respondiendo a la pregunta ¿qué fue lo aprendido? (pp. 197-200).

Creswell (2014) resaltó que cualquier estudio cualitativo requiere decisiones sobre cómo se llevará a cabo el análisis y estas decisiones deben formar parte del diseño. Adicionó que uno de los problemas más comunes en estos estudios, es dejar que se acumulen las notas y las transcripciones de campo, por lo que el análisis se vuelve más difícil y desalentador; además aconsejó que se inicie con el análisis de datos inmediatamente después de la primera entrevista u observación.

Miles y Huberman (1994) recomendaron realizar el análisis de la información lo antes posible, con el fin de que:

El trabajo de campo pase del estado de datos existentes a la generación de estrategias para la recolección de nueva data; además el análisis temprano de la información contribuye a la producción de informes intermedios que requieren la mayoría de las evaluaciones y políticas de estudios. (p. 50).

3.12 Análisis Individual de Casos

Para el análisis del estudio de caso de la presente investigación, se ha procedido a: (a) ingresar la transcripción de las entrevistas en el software Atlas.ti, (b) seleccionar la información resaltante, mediante la selección de citas, y (c) generar y administrar códigos, que como indicaron Miles y Huberman (1994) “son etiquetas para la asignación de significados a la información descriptiva o inferencial recolectada durante un estudio” (p. 256) cuya lista debe ser creada sobre la base de las preguntas de investigación y el marco conceptual del estudio.

3.13 Análisis Transversal de Casos

Miles y Huberman (1994) indicaron que el análisis de múltiples casos, no sólo permite definir las condiciones específicas bajo las cuales se producirá un hallazgo, sino que también ayuda a formar las categorías más generales de cómo se pueden relacionar esas condiciones. Añadieron que, “una de las razones por la que se emplea este análisis es para mejorar la generalización” (p. 172). El estudio de múltiples casos ayuda al investigador a encontrar casos negativos para reforzar una teoría construida a través del examen de similitudes y diferencias en todos los casos. Otra razón de importancia señalada por Glaser y Strauss (citados en Miles & Huberman, 1994) fue que “permite profundizar la comprensión y explicación” (p. 173).

El análisis transversal de los casos es una técnica que se emplea para analizar casos múltiples, el mismo que se realiza una vez que el estudio de los casos individuales se ha realizado, como estudios de investigación independientes (Yin 2009).

Luego del análisis individual de cada caso, se procedió al análisis transversal de los mismos identificando: (a) los antecedentes demográficos, educativos, laborales y familiares; (b) el bienestar laboral, (c) la satisfacción laboral, y (d) las facilidades y los obstáculos. Dicho

análisis permitió encontrar un comportamiento de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima de acuerdo con su satisfacción y bienestar.

3.14 Validez y Confiabilidad

Yin (2009) indicó que “un diseño e investigación supone un conjunto lógico de declaraciones” (p. 40). La investigación debe pasar por cuatro pruebas, según lo indicado por Yin (2009):

(a) Construir validez, que identifica las medidas correctas para los conceptos, (b) validez interna, que establece la relación causal; (c) validez externa, que define el dominio al que los hallazgos pueden generalizarse; y (d) confiabilidad, que minimiza los errores y sesgos en el estudio, además se refiere a que si otros investigadores realizaran el estudio, deberían llegar a resultados parecidos. (p.40).

Construir validez, significa seguir tres estrategias como lo son: “(a) utilizar múltiples fuentes de evidencia para la recolección de data, (b) mantener la cadena de evidencia de análisis, y (c) tener informantes claves para la revisión de los casos de estudio” (Yin, 2009, p. 41).

Maxwell (2005) definió validez como “el sentido común para referirse a la exactitud o a la credibilidad de una descripción, conclusión, explicación, interpretación y cualquier otro reporte de la investigación” (p. 106).

Creswell y Miller (citados en Creswell, 2014) indicaron que la validez es uno de los puntos fuertes de la investigación cualitativa y se basa en determinar si los puntos son exactos desde el punto de vista del investigador, el participante o los lectores. El investigador debe incorporar estrategias de validez en su propuesta. Creswell (2014) recomendó el uso de múltiples enfoques, mejorando la capacidad de los investigadores para evaluar la exactitud de los resultados, así como de la precisión; además indicó que existen ocho estrategias, siendo la más usada la triangulación.

Stake (2006) indicó que los buenos investigadores requieren tener la certeza de lo que ven y oyen, de no simplificar las situaciones, o de no proporcionar demasiada importancia a algún asunto en particular; del mismo modo buscan que los lectores de sus investigaciones perciban lo que desean transmitir. Todo el proceso para lograr estas garantías se llama triangulación.

En el presente estudio la triangulación de la información se ha logrado principalmente a través de: (a) la comparación de lo expresado por las mujeres ambulantes durante las entrevistas con lo observado directamente, (b) la comparación de las notas de campo y las notas de entrevista con las respuestas obtenidas, y (c) la verificación de la información mediante documentos tales como el número de SISCOM (Sistema de Comerciantes) y las autorizaciones.

Patton (2002) concluyó que la lógica de la triangulación se basa en la premisa de que “ningún método jamás resuelve adecuadamente el problema de las explicaciones opuestas” (p. 555). Asimismo, adicionó que cada método permite conocer diferentes aspectos de la realidad, y que si se combinan múltiples métodos de recolección y análisis de datos se enriquece a la investigación; combinar las entrevistas, las observaciones y el análisis de documentos en la mayor parte del trabajo de campo; puesto que “los estudios que utilizan un solo método son más vulnerables a los errores” (p. 556). De esta manera:

La triangulación permite conocer el mismo fenómeno de diversas maneras, adicionalmente, proporciona credibilidad mediante el fortalecimiento de la confianza cuando se extraigan las conclusiones. Es un error común acerca de la triangulación el pensar que el propósito es demostrar que los diferentes enfoques de la investigación van a llegar al mismo resultado. Diferentes tipos de datos pueden arrojar diferentes resultados debido a que los diversos tipos de investigación son sensibles a la realidad. Por lo tanto, la comprensión de las inconsistencias en los resultados es en definitiva

importante. Tales inconsistencias no debilitan la credibilidad de los resultados, sino más bien ofrece la oportunidad para la visión más profunda de la relación entre el enfoque de la investigación y el fenómeno en estudio. (Patton, 2002, p. 556).

3.15 Resumen

La presente investigación es de tipo exploratorio debido a que es un tema poco estudiado en Perú, y descriptivo ya que se busca especificar las características y particularidades de la mujer autoempleada. Presenta un enfoque cualitativo al estudiar un número relativamente pequeño de individuos o situaciones, preservando la individualidad de cada uno de estos análisis. Lo que, como indicó Maxwell (2005) “permite entender como los eventos, acciones y significados son moldeadas por las circunstancias particulares en las que se producen” (p. 22). Se emplea el método de estudio de caso, que tal como indicó Yin (2009) se usa cuando se desea entender un fenómeno de la vida real en profundidad.

La investigación pretende responder a la pregunta principal: ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción y al bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima? Y a las preguntas secundarias: (a) cuáles son los aspectos demográficos de la mujer autoempleada en el comercio ambulante, (b) cuáles son sus antecedentes educativos, (c) cuáles son sus antecedentes laborales, (d) cuáles son sus antecedentes familiares, (e) cuáles son los factores que la llevaron a autoemplearse, (f) cuál es su opinión respecto al ambiente físico en el cual trabajan, (g) cuál es su opinión en relación al bienestar con respecto al trabajo, (h) cuál es su opinión en relación a la satisfacción con respecto al trabajo, (i) cuáles han sido las facilidades que han tenido para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante y (j) cuáles han sido los principales obstáculos que han enfrentado para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante.

La población está dada por las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima siguiendo las técnicas de muestreo de *máxima variación* y *bola de nieve*.

Así, se llegó a realizar el estudio a 30 mujeres, las cuales cumplieron con los siguientes requisitos: (a) tener autorización de funcionamiento por parte de la Municipalidad, (b) ser dueñas del puesto, (c) tener de dos a más años trabajando en dicho comercio, y (d) que dicho trabajo sea su única fuente de ingreso.

Creswell (2014) indicó que a la colección de data cualitativa se puede llegar por la observación, entrevistas, documentación y materiales audiovisuales. Para la presente investigación se realizaron 30 entrevistas en profundidad con una duración de 40 minutos en promedio, y adicional a esto, se recolectó información mediante la observación acerca de sus puestos de trabajo, así como de su expresión no verbal. Toda esta información fue de gran utilidad para el estudio.

Para llevar a cabo el estudio se elaboró un protocolo del caso, en el que se estableció la secuencia de las actividades a realizar. Se consideró la elaboración de un caso piloto, que permitió realizar algunas modificaciones al esquema de las entrevistas. Asimismo, las entrevistas se realizaron de acuerdo a la guía de entrevistas, para lo cual se explicó a cada entrevistada: (a) el objetivo de la investigación, (b) la importancia de su colaboración voluntaria, (c) la importancia de la firma del consentimiento informado, y (d) la debida autorización para grabar dichas entrevistas, así como tomar algunas fotos las cuales han sido empleadas en la investigación.

Para el análisis de la investigación se transcribieron las entrevistas en el software Atlas.ti, luego se procedió a generar las citas y los códigos correspondientes; lo cual permitió realizar el análisis transversal.

Según indicó Patton (2002) cada método revela diferentes aspectos de la realidad empírica, por lo que múltiples métodos de recolección y análisis de datos, enriquecen a la investigación. En el presente análisis se combinaron las entrevistas, las observaciones y el

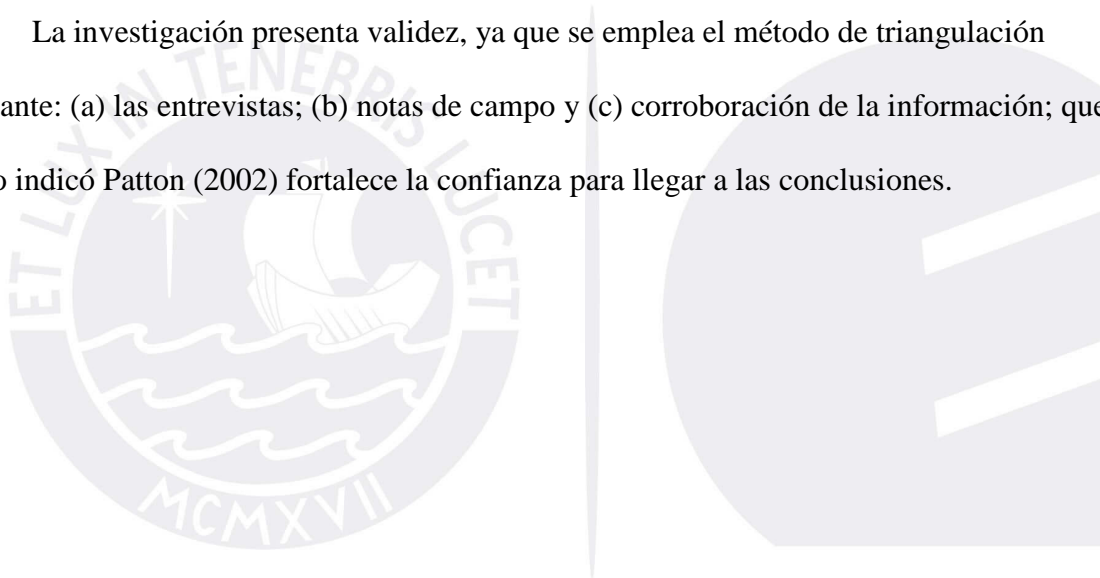
análisis de documentos en la mayor parte del trabajo de campo; evitando así, emplear un único método, con el fin de ser menos vulnerables a los errores.

3.16 Conclusiones

El presente capítulo permite definir el método de investigación; concluyéndose que la investigación es de tipo exploratorio y descriptivo, y emplea un enfoque cualitativo manteniendo una orientación holística.

Mediante el empleo de estudio de caso, se realizó a 30 mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima, una entrevista a profundidad, con el fin de responder a las preguntas de investigación. Dichas entrevistas fueron transcritas y luego analizadas en el software Atlas.ti.

La investigación presenta validez, ya que se emplea el método de triangulación mediante: (a) las entrevistas; (b) notas de campo y (c) corroboración de la información; que como indicó Patton (2002) fortalece la confianza para llegar a las conclusiones.



Capítulo IV: Presentación y Discusión de los Resultados

En el presente capítulo de la investigación, se detalla la realización y el análisis del trabajo de campo desarrollado en relación a las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante en el Cercado de Lima. Se llevaron a cabo entrevistas en profundidad, observación y análisis de documentación variada.

Las preguntas realizadas en las entrevistas, reflejadas en el Apéndice E, se han formulado de manera abierta, con el fin de responder a los objetivos de la presente investigación. Ninguno de los casos es presentado individualmente, ya que el propósito del capítulo es presentar y discutir los resultados del estudio de manera global.

4.1 Perfil de las Informantes

Las mujeres fueron identificadas a través del portal web de la Municipalidad de Lima, en el que se ubicó el Padrón de Comerciantes Ambulantes Regulados, registrados en el Sistema de Comerciantes (SISCOM) de la Municipalidad Metropolitana de Lima, detallándose los nombres, el giro, la asociación y la ubicación temporal asignada.

Como se mencionó anteriormente, en dicha base de datos se encuentran 2,603 personas registradas; de las cuales 1,543 son de género femenino, es decir el 59.3% son mujeres. Dentro de este grupo 1,024 mujeres (66%) cuentan con la autorización y la resolución procedente.

Para poder realizar la selección de la muestra se realizó una subdivisión de los 54 giros, clasificándolos en cuatro rubros generales: (a) comestibles, (b) diarios / revistas / útiles / lotería, (c) no perecibles, y (d) preparación de alimentos; como se indica en el Apéndice F. Para efectos de la investigación, se seleccionó a los tres primeros rubros antes mencionados; en los cuales la mujer sólo ejerce el comercio, y no involucra tiempo en la preparación de los productos que va a vender. En la Tabla 3, se detalla el número de mujeres según el rubro clasificado.

Tabla 3

Cantidad de Mujeres Según el Rubro de Clasificación

Clasificación	Total de mujeres	Autorización: SI	Autorización: NO
Comestibles	496	372	124
Diarios / Revistas / Útiles / Lotería	177	123	54
No Perecibles	266	160	106
Preparación de alimentos	604	369	235
Total de Mujeres	1,543	1,024	519

Para llegar a los puestos de las mujeres referidas, se solicitó al Departamento de Autorizaciones Comerciales en Espacios Públicos, que pertenece a la Gerencia de Desarrollo Económico de Lima Metropolitana la facilidad de contactar con algunos de los dirigentes de las diversas asociaciones. El apoyo que se recibió permitió contactar con dos dirigentes, cuyos grupos están conformados en su mayoría por mujeres, lo que inicialmente facilitó el contacto de quince (15) potenciales informantes; luego, mediante la técnica de muestreo de *bola de nieve*, se contactó a 51 informantes adicionales, completando un total de 66 informantes.

En la Tabla 4 se presenta un resumen del perfil de las 30 mujeres entrevistadas que formaron parte del estudio. Dicho resumen permite identificar las características particulares o comunes entre las informantes. En esta tabla se detallan aspectos como el lugar de nacimiento, la edad, el nivel educativo alcanzado, el número de familiares dependientes, el número de hijos, el estado civil de la informante, el giro de negocio y el número de años en el módulo.

En la Tabla 5, se muestra la tasa de respuesta de las informantes. De las 655 mujeres autoempleadas en el comercio ambulante pertenecientes al rubro de: (a) comestibles, (b) diarios / revistas / útiles / lotería, y (c) no perecibles, se llegó a contactar a 66 mujeres; de las cuales doce no cumplían con los criterios de filtro, 22 mujeres no aceptaron participar en el estudio y 32 mujeres aceptaron; por lo que se llegó a obtener una tasa de 41% de rechazo y 59% de aceptación para la realización de las entrevistas.

Tabla 4

Perfil de las Informantes

Nombre / seudónimo	Lugar de nacimiento	Edad actual	Nivel educativo	Familiar dependiente	Hijos actuales	Estado civil actual	Giro del comercio	Años en módulo	Fecha de entrevista
Alejandra	Apurímac	59	Secundaria incompleta	No tiene	4	Separada	Golosinas	8	26/03/2016
Ana	Lima	24	Universitaria incompleta	Dos hijos	2	Soltera	Gorros y sombreros	4	12/03/2016
Ana A.	Ayacucho	48	Primaria completa	Dos hijos y una hermana discapacitada	3	Soltera	Artículos de madera, cuadros y adornos	3	31/03/2016
Blanca	Lima	49	Secundaria incompleta	Dos hijos y un nieto	2	Conviviente	Gorros y prendas interiores	4	16/03/2016
Consuelo	Cuzco	42	Técnico completo	Dos hijos y mamá	2	Separada	Sombreros, gorros y artesanía	5	31/03/2016
Diana	Lima	45	Secundaria completa	Tres hijos	3	Casada	Gorros y mandiles plásticos	6	26/03/2016
Edita	Lima	46	Secundaria incompleta	Dos hijos y ambos padres	2	Soltera	Gorros y sombreros	5	30/03/2016
Elena	Lima	39	Secundaria completa	Un hijo	1	Soltera	Bijoutería	5	12/03/2016
Elisa	Cerro de Pasco	40	Secundaria completa	Dos hijos	2	Separada	Gorros y prendas interiores	2.5	12/03/2016
Geraldine	Lima	30	Secundaria completa	Dos hijos	2	Soltera	Protectores celulares y controles	4	24/03/2016

Tabla 4 (Continuación)

Perfil de las Informantes

Nombre / seudónimo	Lugar de nacimiento	Edad actual	Nivel educativo	Familiar dependiente	Hijos actuales	Estado civil actual	Giro del comercio	Años en módulo	Fecha de entrevista
Gladys	Huancayo	49	Primaria completa	Dos hijos y su madre	2	Soltera	Gorros y sombreros	4	12/03/2016
Humberta	Junín	72	Primaria incompleta	No tiene	7	Casada	Gorros y bolsas	3	31/03/2016
Juana	Lima Provincias	64	Secundaria Incompleta	Tres hijos y su esposo	3	Casada	Muñecas de trapo y peluches	24	16/03/2016
Juana A	Huancayo	45	Técnico incompleto	Dos hijos	2	Casada	Artículos de limpieza y de cuero	15	26/03/2016
Julia	Huancayo	46	Primaria incompleta	Dos hijos y nieto	2	Conviviente	Sandalias y medias	8	31/03/2016
Luzmila	Lima	54	Secundaria completa	Una hija	3	Separada	Sandalias	5	30/03/2016
María A	Huancayo	41	Primaria incompleta	Dos hijos	3	Soltera	Artículos de Cuero	5	30/03/2016
María B	Lima	33	Técnico completo	Tres hijos	3	Viuda	Venta de y reparación de lentes	2	30/03/2016
María C	Lima	47	Secundaria Incompleta	Dos hijos	2	Conviviente	Pasadores, betunes, plantillas y servicio de lustra botas	2	31/03/2016
Maribel	Lima	36	Primaria incompleta	Una hija y hermano discapacitado	1	Soltera	Gorros y plásticos	8	26/03/2016

Tabla 4 (Continuación)

Perfil de las Informantes

Nombre / seudónimo	Lugar de nacimiento	Edad de actual	Nivel educativo	Familiar dependiente	Hijos actuales	Estado civil actual	Giro del comercio	Años en módulo	Fecha de entrevista
Maritza	Lima	58	Primaria completa	Hijo menor e hijo discapacitado	3	Divorciada	Stickers, fichas didácticas y cuentos	14	26/03/2016
Mercedes	Cajamarca	43	Secundaria incompleta	Tres hijos	3	Viuda	Gorros y sombreros	3	24/03/2016
Nataly	Lima	27	Secundaria completa	Dos hijos	2	Soltera	Útiles escolares	6	12/03/2016
Pilar	Cusco	51	Secundaria completa	Un hijo	1	Soltera	Artículos de limpieza y de cuero	6	31/03/2016
Raquel	Lima	50	Secundaria incompleta	Un hijo y dos nietas	4	Soltera	Gorros y sombreros	5	30/03/2016
Rosario	Lima	55	Secundaria incompleta	Un hijo	2	Conviviente	Artículos de limpieza	15	12/03/2016
Sandy	Lima	26	Universitari a incompleta	Ambos padres	0	Soltera	Plantillas zapatos, adornos, cartucheras	3	30/03/2016
Sorayda	Lima	56	Secundaria incompleta	Una hija	2	Soltera	Mandiles, toalla e individuales plásticos	4	26/03/2016
Veronika	Lima	35	Secundaria completa	Un hijo	1	Casada	Artículos de limpieza	6	12/03/2016
Yolanda	Lima	47	Secundaria completa	Un hijo y su mamá	1	Soltera	Pasadores, betunes, plantillas y servicio de lustra botas	11	30/03/2016

De las 32 entrevistas realizadas no se han considerado dos, esto ya que las entrevistadas llegaron a responder menos del 70% de las preguntas que se les realizó.

Tabla 5

Tasa de Respuesta de las Informantes

Informantes	Número de mujeres autoempleadas en el comercio ambulante
Potenciales informantes en base de datos	1,024
Potenciales informantes según rubro seleccionado	655
Mujeres contactadas	66
Mujeres que no cumplían con los criterios	12
Mujeres que no aceptaron el estudio	22
Mujeres que aceptaron participar en el estudio	32
Tasa de rechazo (no aceptaron / total contactadas que cumplían los criterios)	41%
Tasa de aceptación (aceptaron / total contactadas que cumplían los criterios)	59%

Los casos presentan heterogeneidad de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante, abarcando los siguientes aspectos: (a) la edad de la mujer autoempleada, que permite estudiar a las informantes según su generación, (b) lugar de procedencia, que permite determinar si han nacido en Lima o en otras provincias del país, (c) situación civil, determinando su relación familiar; (d) nivel educativo, que permite conocer el grado de instrucción, y (e) el tiempo que tiene en el rubro del comercio, para determinar su experiencia.

En la Tabla 6, se puede observar la frecuencia de las informantes según el rango de edad, encontrándose que se concentraron en un rango de 41 a 50 años de edad en 13 de las 30 entrevistadas. Con respecto a su lugar de procedencia, 18 de las informantes nacieron en ciudad de Lima y 12 nacieron en provincias. Del mismo modo se muestra el estado civil, reflejando que en 14 de las 30 informantes eran mujeres solteras. En referencia al nivel educativo de las informantes, siete llegaron a estudiar hasta el nivel primario completo o incompleto, 18 estudiaron hasta el nivel secundario completo o incompleto, y finalmente 5 de

las informantes estudiaron nivel superior (técnico o universitario) completo o incompleto. Finalmente, se refleja el número de informantes según el tiempo que tenían en el puesto donde 13 de las informantes tenían menos de 5 años, otras 13 informantes tenían entre 5 y 10 años, tres tenían entre 11 y 15 años, y una informante tenía más de 10 años de antigüedad.

Tabla 6

Características Sociodemográficos de las Informantes

	Descripción	<i>n</i>	%
Procedencia	Lima	18	60
	Provincia	12	40
Edad	Menos a 31	5	16.7
	31-40	4	13.3
	41-50	13	43.3
	51-60	6	20
	Mayor a 60	2	6.7
Situación Civil	Casada	5	16.7
	Conviviente	4	13.3
	Separada o Divorciada	5	16.7
	Soltera (con o sin hijos)	14	46.7
	Viuda	2	6.7
Nivel Educativo	Primaria	7	23.3
	Secundaria	18	60
	Superior	5	16.7
Permanencia en el Puesto de Trabajo	Menos de 5 años	13	43.3
	Entre 5 y 10 años	13	43.3
	Entre 11 y 15 años	3	10
	Más de 15 años	1	3.3

En la Tabla 7 se muestran las estadísticas por cada caso de estudio, según la transcripción de las entrevistas, así como las grabaciones en audio que se llevaron a cabo mientras que se realizaban dichas entrevistas. Cabe señalar que todas las grabaciones se realizaron con consentimiento de las informantes. En total, las transcripciones de los casos ocuparon 470 páginas a espacio doble y 657 Kb de espacio en disco basado en el programa de Microsoft Word. En total, los audios ocuparon 600.3 Mb de espacio en disco distribuidos en 65 archivos de audio de formatos mp3 y wav.

Tabla 7

Estadísticas de los Casos de Estudio

Caso	Núm. páginas (transcripción de la entrevista)	Espacio de la transcripción (Kb)	Núm. archivos de audio	Espacio del Audio (Mb)
Alejandra	14	21	2	15.6
Ana	15	20	4	14.2
Ana A	13	17	2	17.9
Blanca	19	24	1	13.9
Consuelo	17	18	2	30.3
Diana	13	22	4	21.4
Edita	16	23	2	19.6
Elena	24	22	4	21.1
Elisa	23	25	1	23.5
Geraldine	11	22	1	16.0
Gladys	13	18	1	20.2
Humberta	19	24	2	22.6
Juana	16	25	1	14.9
Juana A	11	22	1	22.3
Julia	17	23	1	16.7
Luzmila	18	22	2	22.6
María A	17	20	2	27.7
María B	19	23	2	20.6
María C	12	21	2	18.1
Maribel	11	22	5	23.6
Maritza	14	22	6	30.8
Mercedes	12	22	2	14.4
Nataly	16	24	1	17.1
Pilar	17	19	2	23.6
Raquel	11	21	1	24.4
Rosario	17	25	1	17.7
Sandy	17	22	2	15.6
Sorayda	15	22	5	14.1
Veronika	15	23	1	18.4
Yolanda	18	23	2	21.4
Total	470	657	65	600.3

4.2 Presentación y Discusión de los Resultados

A continuación se presentan los resultados del estudio acordes a las preguntas de investigación; para lo cual, se detallará la información analizada mediante narraciones y

tablas. Cabe anotar en el Apéndice I, se detallan las familias de códigos desarrollados a través del Atlas.ti.

La información ha sido estudiada con el fin de encontrar: (a) las diferencias y las similitudes que pueden existir en los aspectos demográficos, así como en los antecedentes educativos, laborales y familiares de la mujer autoempleada en el comercio ambulante; (b) los factores que la llevaron al autoempleo, (c) su sentir frente al ambiente físico en el que trabajan, (d) su sentimiento de satisfacción y bienestar respecto al trabajo, y (e) las facilidades y los obstáculos que tiene la mujer para autoemplearse en el comercio ambulante.

4.2.1 ¿Cuáles son los aspectos demográficos de la mujer autoempleada en el comercio ambulante?

De las 30 informantes, el estudio muestra que: (a) la mayoría de las informantes (18 casos) nacieron en la ciudad de Lima, y los restantes (12 casos) nacieron de otras ciudades del Perú; (b) el promedio de edades es de 45 años; teniéndose un rango de edades que abarca desde 24 hasta 72 años, y concentrándose 13 casos en las edades de 41 a 50 años, (c) el estado civil predominante es soltera (14 casos), donde 13 casos tenían hijos y solo una no tenía; y (d) 29 casos cuentan con los servicios básicos en sus viviendas como son luz, agua y desagüe.

El estudio muestra que la mujer autoempleada en el comercio ambulante de Lima presenta diversos antecedentes demográficos formando un grupo heterogéneo en cuanto al lugar de nacimiento, edad y estado civil.

Como resultado se evidencia que la mujer autoempleada en el comercio ambulante de Lima proveniente de diversas provincias del Perú (12 casos de mujeres han emigrado de otras provincias a la ciudad de Lima), tiene un promedio de edades, como se indica en la Tabla 8, de 51 años siendo mayor al de las mujeres nacidas en Lima (42 años).

La Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2015) indicó que las migraciones internas llegaron a representar el 8.4% de la población en el año 1993 y en el año 2007 el 6.2%; esperándose que para el siguiente quinquenio (2012 – 2017) se mantenga la tendencia, ya que no se registran cambios trascendentales en variables determinantes como son los conflictos sociales, los cambios climáticos, entre otros. Según OIM (2015): “El departamento de Lima, siendo la capital del Perú, sede del gobierno, centro cultural y financiero del país y La Provincia Constitucional del Callao, origen de la mayor parte de la producción industrial, atrae a cerca del 85% de la inmigración neta” (p. 64).

Tabla 8

Edad Promedio de las Informantes

Lugar de nacimiento	Edad promedio
Lima	42 años
Provincia	51 años
Total	45 años

4.2.2 ¿Cuáles son sus antecedentes educativos?

En el presente estudio se analizan los antecedentes educativos considerando: (a) el grado de instrucción de cada caso, (b) el motivo por el cual no continuaron con sus estudios, y (c) la relación entre el grado de instrucción y el lugar de nacimiento.

En la Tabla 6 se revela que de las 30 mujeres entrevistadas, siete mujeres indicaron tener nivel de educación primaria, 18 dijeron tener nivel de educación secundaria, tres con estudios técnicos y dos mujeres dijeron tener algún estudio universitario. El estudio muestra además, que de las mujeres que tuvieron educación primaria, solo tres lo lograron culminar. Con respecto a las 18 mujeres que tienen nivel de educación secundaria, solo nueve lo lograron culminar. Por otro lado, con respecto a las tres mujeres que tienen nivel de educación técnica, solo dos de ellas lo culminaron de manera satisfactoria. Y finalmente, las mujeres que tuvieron nivel de educación universitaria, una de ellas no lo culminó y la restante aún lo está cursando.

En la Tabla 9 se muestran los motivos de deserción de las mujeres entrevistadas. En los siete casos donde se presentaron deserción a nivel primario, en cuatro de ellas fue para ayudar económicamente a su familia debido a la mala situación económica, dos de ellas debido a que se quedaron huérfanas y solo una indicó que fue porque no recibió el apoyo de sus padres o tutor. Para María A. y Humberta:

¿Por qué no continuó con otro tipo de estudio? Mi mamá no tenía, no tenía y éramos muchos hermanos, entonces yo le decía a mi mamá si yo ya sé escribir y sé leer hágale estudiar a mis hermanos, yo te voy a ayudar a trabajar. Me hacía trabajar para ayudar a mis hermanos menores. (María A. 70:70).

Porque yo trabajaba, mi mamá murió, ya no pude estudiar. Ya me quedé sola pues, éramos cuatro hermanos, los cuatro todos han muerto menos yo. Me he quedado sola así que no seguí, empecé a trabajar, trabajando así...trabajando. Mi papi murió antes que mi mamá. (Humberta 76:76).

Respecto a la deserción de estudios a nivel secundario, nueve mujeres no continuaron estudiando debido a que quedaron embarazadas, seis de ellas indicaron que fue para ayudar económicamente a su familia, dos dijeron que fue por falta de apoyo de su familia y solo una indicó que prefirió el negocio frente a los estudios. Para Pilar:

¿Por qué no continuó con otro tipo de estudio? “Yo estaba trabajando, somos 12 hermanos, por eso no pude terminar por ayudar a mis hermanos. Mis papás trabajaban pero no alcanzaban, mis hermanos eran muy chicos” (Pilar 76:76).

En la Tabla 10 se muestra que de las tres informantes que contaban con estudios técnicos, una mujer dijo que no continuó sus estudios porque había contraído una enfermedad, otra dijo que fue porque quedó embarazada y hubo otra mujer que no dio respuesta. De las informantes con estudios universitarios, una explicó que no continuó

estudiando debido a que quedó embarazada, y finalmente una dijo que aún continuaba estudiando. En ese sentido María B. indicó:

¿Por qué no continuó con otro tipo de estudio? “Digamos por tonta, porque yo tengo una profesión, que soy cosmetóloga y estaba estudiando enfermería. Por enamorarme dejé todo el estudio, fue en vano” (María B. 70:70).

Tabla 9

Causas de No Continuidad en los Estudios de Primaria y Secundaria por Parte de las Informantes

Factores	Primaria		Secundaria	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Ayuda a familia	4	57.1	6	33.3
Enfermedad	0	0.0	0	0.0
Falta de apoyo	1	14.3	2	11.1
Embarazo	0	0.0	9	50.0
Orfandad	2	28.6	0	0.0
No le gustaba estudiar	0	0.0	1	5.6
Continúa estudiando	0	0.0	0	0.0
No respondió	0	0.0	0	0.0
Total de informantes	7	100.0	18	100.0

Tabla 10

Causas de No Continuidad en los Estudios Técnico y Universitario por Parte de las Informantes

Factores	Técnico		Universitario	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Ayuda a familia	0	0.0	0	0.0
Enfermedad	1	33.3	0	0.0
Falta de apoyo	0	0.0	0	0.0
Embarazo	1	33.3	1	50.0
Orfandad	0	0.0	0	0.0
No le gustaba estudiar	0	0.0	0	0.0
Continúa estudiando	0	0.0	1	50.0
No respondió	1	33.3	0	0.0
Total de informantes	3	100.0	2	100.0

Como se ha descrito el embarazo es la principal causa de deserción en los estudios. Lo cual es congruente con el informe presentado por el INEI en el que se indica que el 11.7% de

las adolescentes de 15 a 19 años de edad tienen al menos una hija y/o hijo; habiendo aumentado en los últimos 14 años en 1.2 puntos porcentuales (INEI, 2015).

Del análisis del estudio se observa que de las 18 informantes con estudios secundarios, 13 han nacido en Lima; en comparación con las nacidas en provincias, donde sólo en cinco casos han realizado algún estudio del mismo nivel, tal como se indica en la Tabla 11. De igual manera, los dos únicos casos de mujeres que han llevado estudios universitarios (inconclusos) han nacido en Lima en comparación con las mujeres de Provincia donde se evidencia que ninguna de las mujeres ha tenido estudios universitarios.

La mujer autoempleada en el comercio ambulante de Lima es un grupo heterogéneo en cuanto al nivel de estudio, ya que el estudio revela que: (a) el grado de instrucción de la mayoría de mujeres es nivel secundario, pero también hay mujeres que tienen nivel primario y superior; (b) el principal motivo por el cual las mujeres no han continuado estudiando a nivel primaria es por ayudar a la familia, y a nivel secundario es porque se quedaron embarazadas; y (c) de los casos de mujeres nacidas en Lima, la mayoría tiene un grado de estudio de nivel secundario, y, para el caso de las nacidas en provincia, tienen en su mayoría un grado de nivel primario y nivel secundario en las mismas cantidades. Además como se detalla en Tabla 11, las mujeres que tuvieron algún nivel superior técnico o universitario nacieron en la ciudad de Lima.

Tabla 11

Nivel de Estudios Según el Lugar de Nacimiento de las Informantes

Nivel de estudio	Lima		Provincias	
	<i>n</i>	%	<i>N</i>	%
Primaria	2	11.1	5	41.7
Secundaria	13	72.2	5	41.7
Técnicos	1	5.6	2	16.7
Universitarios	2	11.1	0	0.0
Total de informantes	18	100.0	12	100.0

4.2.3 ¿Cuáles son sus antecedentes laborales?

En el presente estudio se analizan los antecedentes laborales considerando: (a) el empleo que han tenido previo a ser ambulantes, (b) la edad en la que tuvieron su primer empleo, y c) el sentimiento de satisfacción en su trabajo anterior.

El estudio muestra que las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima han tenido tres tipos de empleos previos, como son: (a) han sido ambulantes (en un inicio ambulante itinerante), (b) trabajadoras del hogar, y (c) han tenido algún trabajo dependiente. Es decir, 15 de ellas indicaron que siempre estuvieron trabajando en el comercio ambulante, nueve casos dijeron que fueron trabajadoras del hogar, y seis sostuvieron que trabajaron como dependiente en alguna empresa. En la Tabla 12 se muestra la relación de la edad de inicio en la actividad laboral con el tipo de primer empleo; encontrándose que: (a) 12 informantes tuvieron su primer empleo siendo menores de 14 años, de los cuales nueve lo realizaron como trabajadora de hogar, y cinco como ambulante itinerante; (b) 15 informantes tuvieron su primer empleo entre los 14 y 21 años, obteniéndose que nueve casos se iniciaron en el comercio ambulante como itinerantes, y (c) solo tres han iniciado su actividad laboral pasados los 21 años. Lo cual permite concluir que estas mujeres iniciaron su actividad laboral a una edad muy joven.

Al respecto Humberta dijo:

¿Cuál fue su primer empleo? Siempre me ha gustado propio, negociante he sido siempre, desde que mi juventud he sido negociante, veía negocio de allá, llevaba acá para Huancayo, de Huancayo traía para acá y así sabía trabajar. Eso sí desde toda mi vida trabajo. (Humberta 88:88).

De la misma manera, el estudio muestra que no existe mayoría de mujeres que estaban satisfechas en sus trabajos anteriores. De las 30 informantes, 14 dijeron que sí estaban satisfechas en sus trabajos anteriores, 13 indicaron que no lo estaban, dos no se

sentían ni satisfechas ni insatisfechas y finalmente una indicó que no había tenido un trabajo anterior.

Tabla 12

Primer Empleo de las Informantes Según la Edad en que Iniciaron a Trabajar

Primer empleo	Menor 14 años		Entre 14 y 21 años		Mayor 21 años	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>N</i>	%
Ambulante	5	41.7	9	60.0	1	33.3
Dependiente	1	8.3	4	26.7	1	33.3
Trabajadora Hogar	6	50.0	2	13.3	1	33.3
Total de informantes	12	100.0	15	100.0	3	100.0

El estudio revela que: (a) las autoempleadas en el comercio ambulante de Lima, en su mayoría se iniciaron en la actividad laboral como vendedoras ambulantes (itinerantes en un inicio); (b) la edad en la que la mayoría de las informantes inició una actividad laboral se encuentra en el rango de 14 a 21 años, y c) no existe una clara mayoría que indique las informantes hayan estado satisfechas o insatisfechas en sus anteriores trabajos.

4.2.4 ¿Cuáles son sus antecedentes familiares?

Se realizó el estudio de los antecedentes familiares, considerando: (a) el número de personas que componen la familia de cada caso, (b) el número de hijos, (c) el número de dependientes, (d) los familiares que tengan un autoempleo, y (e) el número de personas que aportan económicamente en el hogar.

El estudio revela que en 19 casos sus familias estuvieron formadas por entre tres y cinco integrantes, nueve mujeres tienen conformada su familia por más de cinco integrantes y solo dos indicaron que tienen una familia conformada por menos de tres integrantes (considerando también a ellas dentro de cada familia) tal como se muestra en la Tabla 13. Es decir la mayoría de las entrevistadas tenían una familia numerosa, entendiéndose por ello a un número igual o superior a tres integrantes. Es importante señalar que los integrantes de las

familias no solo son los hijos o parejas, sino también padres, hermanos o cualquier familiar con las que las entrevistadas comparten su vivienda.

Tabla 13

Número de Personas que Componen la Familia de Cada Informante

Número integrantes familia	<i>n</i>	%
Menor a 3	2	6.7
De 3 a 5	19	63.3
Mayor a 5	9	30.0
Total de informantes	30	100.0

El estudio nos muestra que de las 30 mujeres autoempleadas en el comercio ambulante Lima: (a) 29 casos tienen al menos un hijo, y más de la mitad tiene dos hijos; y (b) 28 de 30 casos tienen al menos un dependiente.

En la Tabla 14 se muestra el número de hijos que tienen las 30 informantes. Sólo una informante indicó no tener hijos, cuatro informantes indicaron tener un único hijo, 14 informantes indicaron tener dos hijos, nueve indicaron tener tres hijos y finalmente dos dijeron tener más de tres hijos.

En la Tabla 15 se muestra el número de dependientes que tienen las informantes. Sólo dos informantes indicaron no tener dependientes, cuatro indicaron tener un único dependiente, 13 dijeron tener dos dependientes, nueve informaron tener tres dependientes y solo dos dijeron tener cuatro dependientes.

Tabla 14

Número de Hijos que Tiene Cada Informante

Número de hijos	<i>n</i>	%
No tiene hijos	1	3.3
Un hijo	4	13.3
Dos hijos	14	46.7
Tres hijos	9	30.0
Más de 3 hijos	2	6.7
Total de informantes	30	100.0

Tabla 15

Número de Dependientes que Tiene Cada Informante

Número dependientes	<i>n</i>	%
No tiene dependientes	2	6.7
Un dependiente	4	13.3
Dos dependientes	13	43.3
Tres dependientes	9	30.0
Cuatro dependientes o más	2	6.7
Total de informantes	30	100.0

Por otro lado, los resultados del estudio indican que 17 de las 30 informantes, es decir 56.7% de ellas tiene al menos un familiar, que al igual que ellas, se encuentra empleado en el comercio ambulante. Como se detalla en la Tabla 16, solo 13 casos no tienen un familiar autoempleado, es decir 43.3%.

Como se desprende del presente análisis, no existe necesariamente una relación entre el autoempleo en comercio ambulante de una mujer y la existencia de un familiar que se dedique al mismo trabajo. Es decir, el autoempleo puede darse por iniciativa propia y no es necesariamente debido a la influencia de un familiar que se dedique a lo mismo.

Tabla 16

Número de Familiares Autoempleados que Tiene Cada Informante

Familiares autoempleados	<i>n</i>	%
No tiene familiares autoempleados	13	43.3
Tiene familiares autoempleados	17	56.7
Total de informantes	30	100.0

En la Tabla 17 se muestran las características actuales de la vida familiar de las informantes, lo cual permite entender que en los casos estudiados no siempre sus hijos son los únicos dependientes que tienen estas mujeres, sino que también pueden ser dependientes los

hermanos discapacitados, padres ancianos o nietos a quienes estas mujeres están apoyando en sus estudios, entre otros.

Tabla 17

Características Actuales de la Vida Familiar de las Informantes

Casos	Edad	Vida Familiar
Alejandra	59	Separada con 4 hijo(s) / familiar dependiente: No tiene
Ana	24	Soltera con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos
Ana A	48	Soltera con 3 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos y una hermana discapacitada
Blanca	49	Conviviente con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos y su nieto
Consuelo	42	Separada con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos y mamá
Diana	45	Casada con 3 hijo(s) / familiar dependiente: Tres hijos
Edita	46	Soltera con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos y ambos padres
Elena	39	Soltera con 1 hijo(s) / familiar dependiente: Un hijo
Elisa	40	Separada con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos
Geraldine	30	Soltera con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos
Gladys	49	Soltera con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos y su madre
Humberta	72	Casada con 7 hijo(s) / familiar dependiente: No tiene
Juana	64	Casada con 3 hijo(s) / familiar dependiente: Tres hijos y esposo
Juana A	45	Casada con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos
Julia	46	Conviviente con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos y nieto
Luzmila	54	Separada con 3 hijo(s) / familiar dependiente: Una hija
María A	41	Soltera con 3 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos
María B	33	Viuda con 3 hijo(s) / familiar dependiente: Tres hijos
María C	47	Conviviente con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos
Maribel	36	Soltera con 1 hijo(s) / familiar dependiente: Una hija, hermano discapacitado
Maritza	58	Divorciada con 3 hijo(s) / familiar dependiente: Último hijo discapacitado
Mercedes	43	Viuda con 3 hijo(s) / familiar dependiente: Tres hijos
Nataly	27	Soltera con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Dos hijos
Pilar	51	Soltera con 1 hijo(s) / familiar dependiente: Un hijo
Raquel	50	Soltera con 4 hijo(s) / familiar dependiente: Un hijo y dos nietas
Rosario	55	Conviviente con 2 hijo(s) / familiar dependiente: Un hijo
Sandy	26	Soltera con 0 hijo(s) / familiar dependiente: Ambos padres
Sorayda	56	Soltera con 2 hijo(s) / familiar dependiente: una hija
Veronika	35	Casada con 1 hijo(s) / familiar dependiente: Un hijo
Yolanda	47	Soltera con 1 hijo(s) / familiar dependiente: Un hijo y su madre

Los resultados del estudio muestran que 12 de las 30 informantes manifestaron ser las únicas personas que mantienen su hogar, mientras que 18 casos indicaron que además de ellas, al menos un miembro adicional aporta a la economía del hogar; como se detalla en la Tabla 18. En tal sentido Juana y Luzmila señalaron:

¿Cuántas personas aportan en la economía de su familia? “Aportamos los dos, mi esposo y yo” (Juana 118:118). “No aportan gran cosa, porque les he enseñado a ser independientes, y bueno como yo todavía puedo trabajar como que no les exijo. Pero sí aportaban una mínima” (Luzmila 172:172).

Tabla 18

Número de Personas que Aportan Económicamente en Cada Familia de las Informantes

Número aportantes en la familia	<i>n</i>	%
Una persona	12	40.0
Dos personas	12	40.0
Tres personas	2	6.7
Más de Tres personas	4	13.3
Total de informantes	30	100.0

El estudio revela que de las 30 informantes: (a) más de la mitad de los casos (19) tienen conformadas sus familias por entre tres a cinco miembros, (b) de igual manera 14 casos tiene dos hijos, (c) 13 informantes tienen dos dependientes, (d) 17 dijeron tener otro familiar que trabaja autoempleado en el comercio ambulante, (e) 12 indicaron que sólo ellas aportan en la economía de la casa, y (f) otros 12 casos sostuvieron que además de ellas, un miembro más de la familia aporta económicamente en el hogar.

4.2.5 ¿Cuáles son los factores que la llevaron a autoemplearse en el comercio ambulante?

Para el análisis de los factores que llevaron a las mujeres al autoempleo en el comercio ambulante, se han analizado: (a) los factores que la impulsaron al autoempleo, y (b) la influencia que recibieron de alguna persona.

Los resultados muestran que de las 30 informantes 18 casos se dedicaron al autoempleo para poder mantener económicamente su hogar, es decir mantener a su hogar recién formado, sea porque tuvieron hijos o se casaron y necesitaban solventar sus gastos. El segundo motivo principal (siete casos) fue el de ayudar económicamente a la familia (padres

y/o hermanos) debido a que estos no cubrían sus gastos y en muchos casos debido a que tienen algún familiar discapacitado; dos indicaron que el motivo fue la flexibilidad del tiempo pues necesitaban tener más tiempo libre y así dedicarse a otras actividades; otros dos informantes indicaron que el motivo fue tener un negocio propio; y solo una mujer indicó que el motivo era continuar la tradición familiar, pues sus padres también se dedicaron a lo mismo (ver Tabla 19).

Por otro lado, 19 mujeres fueron influenciadas por algún familiar o un tercero que las motivó a iniciarse en el autoempleo y sólo once casos se iniciaron por iniciativa propia. En este sentido Julia expresa:

¿Cuál es el motivo por el que se inició en el comercio ambulante? Porque me separé del papá de mis hijos, claro porque yo trabajé así hasta los trece años, así vendiendo, vendiendo. Me junté con el papá de mis hijos cuando tenía catorce años, para qué bien, bien, bien hasta que pasaron problemas y todo, y nos separamos. Yo me separé del papá de mis hijos cuando tenía 30 años, ahí es donde comencé a vender nuevamente golosinas a los teatros, todo. (Julia 129:129).

Tabla 19

Factores por los que las Informantes se Iniciaron en el Autoempleo

Factor para el autoempleo	<i>n</i>	%
Mantener su hogar	18	60.0
Ayudar a su familia	7	23.3
Flexibilidad de tiempo	2	6.7
Tener negocio propio	2	6.7
Tradición familiar	1	3.3
Total de informantes	30	100.0

4.2.6 ¿Cuál es su opinión respecto al ambiente físico en el cual trabaja?

Para el análisis del ambiente físico se consideraron los siguientes factores: (a) número de horas que trabajan, (b) comodidad en el ambiente en el cual trabajan, (c) si han sufrido

enfermedades o malestares por la postura en la cual trabajan, y (d) si han sufrido de algún malestar o enfermedades por sus hábitos alimenticios.

La mujer autoempleada en el comercio ambulante trabaja en la calle, y tiene un horario de trabajo que puede llegar a ser superior a las 48 horas a la semana (en 28 de las 30 informantes) según Tabla 20.

Tabla 20

Horas Trabajadas Durante la Semana

Número de horas trabajadas	<i>n</i>	%
Menor a 48	2	6.7
Entre 48 y 59	8	26.7
Entre 60 y 71	10	33.3
Entre 72 y 83	5	16.7
Más de 83	5	16.7
Total de informantes	30	100.0

Debido a las largas jornadas, ingieren sus alimentos en el mismo puesto de trabajo, y están expuestas a un ambiente insalubre, a la humedad, al frío, al calor manteniendo posturas pocas o nada ergonómicas. Es así que en 21 casos indicaron no estar a gusto con el ambiente físico en el que trabajan y sólo en nueve casos sí lo estaban, como se muestra en la Tabla 21.

Tabla 21

Opinión Sobre el Ambiente de Trabajo

Opinión sobre el ambiente de trabajo	<i>n</i>	%
No le incomoda el ambiente de trabajo	9	30.0
Le incomoda el ambiente de trabajo	21	70.0
Total de informantes	30	100.0

En 22 casos ha sufrido alguna enfermedad o dolencia como consecuencia de la postura consecuente (ya sea sentada o en pie) o porque han sufrido ciertos accidentes como caídas, y ocho casos no presentan dichas enfermedades o dolencias, como se indica en la Tabla 22. En ese sentido Humberta y Elisa dijeron:

¿Sufre o ha sufrido alguna enfermedad o molestia física a causa del ambiente en que trabaja? Me caí de la sombrilla de arriba, me caí de la silla, me doblé columna...en

eso he estado tiempo, por eso una silla de rueda, la municipalidad...yo no he querido, porque hay gente más puede necesitar más que yo, yo tengo que pararme decía, gracias al señor. Sí me sané, arregló el doctor...los nudos, el doctor agarró, el doctor contó de nuevo 'juamm' me hizo volver a su sitio, sesenta soles la consulta. (Humberta 203:203).

Ahorita de verdad molestias y de verdad que en la mañana justamente hoy día yo estaba subiendo la escalera y, y sentí que parece que en la rodilla...y yo digo wow que no sé qué suena, yo pensé que eran las sandalias y había sido la rodilla que estaba sonando y justamente yo le comentaba a mis amigas, les decía que por que no sé, me sentí rara ¿no? Y me dicen: No, a veces es por el peso y sinceramente de verdad no entiendo por qué...también será eso y sonaba. Y me dice ¿no? entonces me dijeron que de eso se va gastando el líquido ay y yo me asusté de verdad. (Elisa 244:244).

Tabla 22

Salud y Postura en el Trabajo

Efecto en salud	<i>n</i>	%
No sufre por postura al trabajar	8	26.7
Sufre por postura al trabajar	22	73.3
Total de informantes	30	100.0

Asimismo, 17 informantes indicaron no sufrir de enfermedad o dolencia por consecuencia de sus hábitos alimenticios y las restantes 13 informantes indicaron que sí lo sufrían, como se indica en la Tabla 23. Al respecto Humberta expresó:

¿Sufre o ha sufrido alguna enfermedad o molestia física a causa de sus hábitos alimenticios? Sí pésimo...me cae mal la grasa. No como grasa, prefiero tomar una ensalada, pescado bueno así sudado si es que hay más otra...carne no. Llego a mi casa, me tomo yogurt, mi leche Laive...ya está con eso me duermo, me da igualito. (Humberta 257:257).

Tabla 23

Salud y Hábitos Alimenticios

Efecto en salud	<i>n</i>	%
No sufre por hábitos alimenticios	17	56.7
Sufre por hábitos alimenticios	13	43.3
Total de informantes	30	100.0

El estudio revela que: (a) 28 casos indicó estar en su módulo de trabajo más de 48 horas semanales, (b) 21 casos no está a gusto con el ambiente físico en el cual trabajan, (c) 22 casos sufren de algún malestar o enfermedad debido a la postura en la cual trabajan, y (d) 13 casos sufre de enfermedades estomacales por sus hábitos alimenticios. De esta manera se concluye que la opinión del grupo en estudio, respecto al ambiente en el cual trabajan, es negativa debido a que laboran en un ambiente inadecuado.

4.2.7 ¿Cuál es su opinión en relación al bienestar con respecto a su trabajo?

El estudio se centró en dos factores: (a) el sentimiento que les da la ganancia obtenida diariamente y (b) el sentimiento que les produce el vender poco en un día. Así, de las 30 informantes, 16 indicaron encontrarse generalmente bien; 11 de ellas indicaron que depende de la temporada, ya que en épocas de campañas (navidad y año nuevo, escolar, día de la madre, entre otras) como la ganancia es buena se sienten bien, sin embargo en temporada baja se sienten mal; y 3 de las informantes manifestaron sentirse generalmente mal, ya que indicaron ganar poco dinero para su sustento diario (ver Tabla 24). Al respecto Blanca y Natali comentaron:

¿Cómo se siente respecto a la ganancia diaria obtenida? Cuando tú tienes por ejemplo merca un poco surtida algo puedes vender, pero cuando no tienes, no se avanza tampoco en vender, o sea depende del capital que tengas también. Hay que agradecer a Dios porque siempre sale para comer, es lo principal siempre, uno no se puede quejar, aunque sea para la comida, para los gastos diarios sale. (Blanca 247:247).

Sí bien, hay días que están buenos, hay días que son bien bajos, pero sí mayormente sí. Tranquila, siquiera para poder sostenerme diario. (Natali 168:168).

Tabla 24

Sentimiento Sobre la Ganancia Diaria

Sentimiento sobre la ganancia diaria	<i>n</i>	%
Generalmente bien	16	53.3
Bien o mal dependiendo de la temporada	11	36.7
Generalmente mal	3	10.0
Total de informantes	30	100.0

En la Tabla 25 se describe el sentimiento que les produce a las mujeres el vender poco, 11 informantes indicaron que les produce preocupación un día de baja venta, pues entre otras cosas son conscientes que no cuentan con un sueldo fijo y tienen que cubrir gastos; nueve sostuvieron que se sienten tranquilas porque comprenden que en ese tipo trabajo un día se puede ganar menos del promedio, y otro día más del promedio; otras nueve de ellas también mencionaron que les produce tristeza porque no pueden llevar a casa lo planeado siendo esto coherente con lo redactado en el capítulo II, ya que como indicaron Blanchard, Amighini y Gravazzi (2012) “hay mayor felicidad, cuando el nivel de vida es más alto” (p. 256); y una informante no contestó a la pregunta.

Al respecto Maritza y Elisa indicaron:

¿Qué sentimiento le produce no vender o vender poco: ansiedad, tristeza, enfado o depresión? A veces tristeza y a veces me preocupo. Pero hago lo posible que eso no me afecte mucho, hago todo lo posible porque anteriormente sí me afectaba bastante. Pero ahora ya lo he aprendido, me meto en problemas, sí; pero tengo que salir adelante. Eso estoy aprendiendo ahora cada día, hoy día no me voy a morir. Y aunque mañana no hay pero otro día sí, y a esperar y esperar. (Maritza 213:213).

Uno no tiene lo que es un sueldo no, nosotros vivimos pensando en que hoy día

vamos a vender algo ¿no? y si tuviéramos un sueldo ahí si gastaríamos el sueldo y compartiríamos el sueldo pero nosotros vivimos de la venta diaria. (Elisa 385:385).

Tabla 25

Sentimiento Cuando se Vende Poco

Sentimiento cuando se vende poco	<i>n</i>	%
Preocupación	11	36.7
Tranquilidad	9	30.0
Tristeza	9	30.0
No contestó	1	3.3
Total de informantes	30	100.0

De esta manera se concluye que el grupo en estudio siente bienestar con respecto a su trabajo, debido a que opinaron que en la mayor parte del tiempo se sienten bien y solo un grupo de tres personas la mayor parte del tiempo se siente mal con respecto a la ganancia diaria.

4.2.8 ¿Cuál es su opinión en relación a la satisfacción con respecto a su trabajo?

Para el estudio de la satisfacción respecto al trabajo, se han tenido en cuenta los siguientes temas: (a) la utilización del talento en la actividad laboral, (b) la percepción del género como influencia en la vida laboral, (c) la percepción de la contribución que tiene su trabajo a la sociedad, (d) la relación que mantienen con sus clientes y sus proveedores, (e) el sentimiento de satisfacción, y (f) cómo se incrementaría la satisfacción laboral actual.

De acuerdo a lo investigado, de las 30 informantes, 27 indicaron que sí emplea su talento en su actividad laboral, como es el saber vender, saber convencer, siendo carismáticas para ofrecer sus productos así como adaptarlos según la necesidad del cliente; y por el contrario 4 de ellas manifestaron que sienten que no usan ningún talento (Tabla 26). Diana comentó al respecto:

¿Su trabajo le ofrece oportunidades de creatividad y utilizar su talento tal como usted lo desea? Si algún cliente me pedía una cosa y no había, entonces yo trataba de agradarle al cliente, entonces buscaba la forma de qué manera puedo hacer. Entonces

como yo no podía hacerlo, pero mandaba a otra persona que lo hiciera, entonces lo hiciera, lo confeccionara entonces así me salía bien y me ganaba a los clientes.

Creatividad para vender. (Diana 262:262).

Tabla 26

Utilización del Talento en su Actividad Laboral

Opinión sobre la utilización de talento	<i>n</i>	%
Usa su talento	26	86.7
No usa su talento	4	13.3
Total de informantes	30	100.0

De igual manera, de las 30 informantes, 21 manifestaron que el ser mujer no les ha impedido tener un mejor empleo pues consideraban que no tenían menos habilidades que los hombres; por el contrario, ocho mujeres opinaron que el ser mujer sí había sido un impedimento para tener un mejor empleo debido a que los hombres tienen mayores oportunidades para dedicarse a otras actividades; y finalmente una informante indicó no saber (Tabla 27). Al respecto Elisa comentó: “Cuando uno quiere lo hace, así sea hombre o mujer porque yo siendo mujer he hecho muchas cosas que de repente un hombre no la hubiera podido hacer” (Elisa 468:468).

Tabla 27

Percepción Influencia del Género Femenino en la Vida Laboral

Ser mujer (género)	<i>n</i>	%
No le impidió tener mejor empleo	21	70.0
Sí le impidió tener mejor empleo	8	26.7
No sabe	1	3.3
Total de informantes	30	100.0

Todas las informantes consideran que su trabajo es útil a la sociedad (Tabla 28), tal como lo reflejan en Juana y Blanca:

¿Considera que su trabajo es útil a la sociedad? Por supuesto, a mí me pasó algo, un día visité Miraflores, casi que ya no voy ¿no? y me quería comprarme una galleta y no había tan cerca un puesto. Me tenía que ir al supermercado a comprarme una galleta,

y ¿qué tan difícil es pues? En cambio viniendo tan cerca imagínate un puesto, si quieres comprarte un imperdible, un curita si quiera yo lo tengo. (Juana 238:238). De alguna manera, brindamos al público lo que necesitan, a veces no hay a la mano, acá por ejemplo te piden un hilo, pucha alrededor nadie tiene un hilo, no, no hay, la gente busca hasta una aguja a veces y no hay acá. Siempre en algún puesto puede tener eso. (Blanca 288:288).

Tabla 28

Percepción de la Contribución del Trabajo a la Sociedad

Percepción de la utilidad de su trabajo	<i>n</i>	%
Considera que su trabajo es útil a la sociedad	30	100.0
No considera que su trabajo es útil a la sociedad	0	0.0
Total de informantes	30	100.0

Asimismo, 25 de las 30 entrevistadas indicaron que tenían una relación positiva, es decir buena, con sus clientes y proveedores y en contraposición 5 de ellas indicaron tener una relación regular (Tabla 29).

Tabla 29

Relación con Clientes y Proveedores

Relación con clientes y proveedores	<i>n</i>	%
Es positiva	25	83.3
Es regular	5	16.7
Es negativa	0	0.0
Total de informantes	30	100.0

De igual manera, el estudio mostró que 17 de las 30 informantes, manifestaron sentirse satisfechas con su trabajo actual; 10 de ellas indicaron no sentirse satisfechas ni insatisfechas; otras tres indicaron sentirse insatisfechas y finalmente otras tres prefirieron no responder a la pregunta (Tabla 30). En ese sentido Edita y Blanca expresaron:

Haciendo una valoración general, ¿cómo se siente usted con su actividad laboral?

Me siento bien, tranquila y tengo un módulo, como cuando viene el serenazgo y te

bota para allá, te bota para acá y sufres ¿no? porque no vendes igual como cuando estás en un módulo sentada y la gente pasa y te compra. En cambio, si vendes de ambulante, te botan de acá, para allá y busca la gente dónde estás y te encuentra. En cambio estás en un módulo sentada y ahí te encuentras y puedes vender algo más. (Edita 281:281).

Yo me siento bien, tranquila acá porque al menos no nos están “botando”... como caminando te están “botando”. Al menos estoy tranquila así, más que nada tranquilidad en el trabajo. (Blanca 303:303).

Tabla 30

Sentimiento de Satisfacción con Respecto a la Actividad Laboral

Satisfacción con respecto a trabajo	<i>n</i>	%
Satisfecha	17	56.7
Ni satisfecha ni insatisfecha	10	33.3
Insatisfecha	3	10.0
No contestó	3	10.0
Total de informantes	30	100.0

Respecto al factor de incrementar la satisfacción actual, 18 de las informantes indicaron que desean hacer crecer su negocio y tener su propio local; cinco indicaron que requieren libertad para poder trabajar; y cuatro manifestaron sentirse bien tal como se encuentran (ver Tabla 31). Como se puede apreciar, el principal factor para incrementar su satisfacción laboral tiene relación con perspectivas a futuro sobre el crecimiento de su propio negocio.

Por ejemplo Elisa dijo al respecto:

¿De qué manera se podría incrementar su grado de satisfacción laboral? Necesito tener un cómo se llama, una pequeña tiendita [señala la tienda del frente] claro así ya para completar mi felicidad que a veces como le digo quizá no por este quizá, porque

a veces es problema por la Municipalidad que a veces no te da los permisos como uno quiere, o sea acá tú no puedes vender lo que tú quieres. (Elisa 534:534).

Tabla 31

Factores que Harían Incrementar la Satisfacción Laboral

Factores	<i>n</i>	%
Libertad para trabajar	5	16.7
Crecimiento del negocio	18	60.0
Mayor seguridad	1	3.3
Así se siente bien	4	13.3
No contestó	2	6.7
Total de informantes	30	100.0

El estudio revela que: (a) la mayoría de las mujeres emplean su talento, (b) a la mayoría de las mujeres el ser mujer no les ha impedido tener un mejor empleo, (c) todas las mujeres consideran que su trabajo es útil a la sociedad, (d) la relación que mantienen con sus clientes y proveedores es positiva, (e) la mayoría de las mujeres se siente en general satisfecha con su trabajo, y (f) la mayoría de las mujeres espera incrementar su satisfacción laboral si consiguen hacer crecer su negocio. Siendo estos congruentes puntos con lo mencionado con Londoño (2008) quien mencionó que el ser humano puede construir una vida con razones para valorar, aún sin tener muchos bienes materiales (p. 25), según lo detallado en el capítulo dos del presente estudio. De esta manera, los comentarios brindados por las mujeres autoempleadas permiten concluir que sienten satisfacción con respecto a su trabajo.

4.2.9 ¿Cuáles han sido las facilidades para han tenido para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante?

En el estudio se han considerado los siguientes factores en relación a las facilidades para llegar al autoempleo: (a) las facilidades para iniciarse en el comercio ambulante, y (b) las facilidades actuales que tienen en el negocio.

El estudio muestra que de las 30 informantes, 11 tuvieron ayuda de una tercera persona (familiares principalmente); ocho de ellas consideraron el apoyo Municipalidad como un gran facilitador para contar con su empleo; cuatro tuvieron como facilidad el conocimiento del negocio; otras cuatro carecieron de alguna ayuda o facilidad; y finalmente tres indicaron que tuvieron ayuda de alguna asociación que les apoyó al inicio (Tabla 32). En ese sentido Juana A. indicó: “Empezar sí es difícil si no tienes el apoyo de una persona, yo tenía el apoyo de mi mamá. Es bien difícil salir a las calles, es bien difícil...tiene que haber quién te empuje” (Juana A. 268:268).

Tabla 32

Facilidades que Tuvo al Iniciarse en el Comercio Ambulante

Facilidades al iniciarse	<i>n</i>	%
Ayuda de tercero	11	36.7
Apoyo municipal	8	26.7
Conocía negocio	4	13.3
Careció de ayuda	4	13.3
Ayuda de asociación	3	10.0
Total de informantes	30	100.0

Respecto a la facilidades con las que cuentan al momento de la entrevista, de las 30 informantes, 13 consideraron que la autorización municipal es una facilidad para desarrollar su trabajo; nueve indicaron que no tienen ninguna facilidad; seis sostuvieron que tienen facilidades para obtener créditos en empresas microfinancieras; una informante opinó que tiene el apoyo de una amistad; y finalmente otra informante no respondió a la pregunta, como se muestra en la Tabla 33. Al respecto Edita mencionó:

¿Qué facilidades encuentra actualmente? La facilidad es que te pones en el lugar que te ha puesto la Municipalidad y tienes que vender ordenadamente y aparte de eso, la facilidad como te digo es que ya no tienes de que te estén botando de acá para allá, la Municipalidad. Es un permiso y ese permiso ellos los respetan, entonces nos dejan

trabajar y esa es la facilidad que puedes estar siquiera sentida un rato, si quieres te paras y un poquito más vendes que los ambulantes (porque ellos están) camina de acá para allá y esa es la facilidad que tenemos nosotros que estamos en un solo sitio y ya no nos movemos de ahí. (Edita 305:305).

Tabla 33

Facilidades Actuales en el Negocio

Facilidades actuales en el negocio	<i>n</i>	%
Autorización municipal	13	43.3
No cuenta con facilidades actualmente	9	30.0
Financiamiento (microfinancieras)	6	20.0
Apoyo de amistad	1	3.3
No contestó	1	3.3
Total de informantes	30	100.0

El caso revela que: (a) no hay un factor clave repetitivo de ayuda facilitadora para iniciarse en el comercio ambulante, sin embargo el factor más repetitivo es la ayuda de una persona tercera; y (b) no hay un factor concreto que a la mayoría de las mujeres les facilite su trabajo actual. Pero se reflejó en el estudio como el factor más frecuente el contar con autorización municipal.

4.2.10 ¿Cuáles han sido los principales obstáculos que han enfrentado para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante?

Para determinar los obstáculos que tuvieron las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante, se consideraron los siguientes factores: (a) los obstáculos al iniciarse, (b) el pertenecer al género femenino, (c) los obstáculos actuales, (d) la percepción sobre los ambulantes itinerantes, y (e) la percepción acerca de los trámites municipales.

En cuanto a los obstáculos para iniciarse en el comercio ambulante, de las 30 investigadas, 16 consideraron la falta de autorización municipal como el principal obstáculo debido a los requisitos que solicitan o el tiempo de demora; cinco indicaron que fue la escasez de capital; cuatro consideraron no haber tenido obstáculos; tres consideraron que fue

el ambiente inadecuado de trabajo, una de ellas indicó que el tener un familiar dependiente fue un obstáculo; y finalmente una informante manifestó que el no tener conocimiento, ni experiencia en ventas lo consideraba como un obstáculo (Tabla 34). Al respecto Mercedes dijo:

¿Cuál fue el principal obstáculo que tuvo al iniciar en el comercio ambulante? Sobre el permiso que nos dieron, luchamos bastante para que nos dieran un permiso para poder trabajar. (Mercedes 292:292).

Tabla 34

Principal Obstáculo al Iniciarse en el Negocio Ambulante

Principal obstáculo al iniciarse en el negocio	<i>n</i>	%
Falta de autorización Municipal	16	53.3
Escasez de capital	5	16.7
No tuvo obstáculos	4	13.3
Ambiente inadecuado de trabajo	3	10.0
Tener familiar dependiente	1	3.3
No saber de ventas	1	3.3
Total de informantes	30	100.0

En relación a la pregunta que busca conocer la opinión acerca del hecho que posiblemente ser mujer se convirtió en un obstáculo para iniciarse en el comercio ambulante, se obtuvo que 26 de las 30 informantes señalaran que no fue un obstáculo, tres manifestaron que sí fue un obstáculo, mientras que una sola informante no dio respuesta (Tabla 35).

Blanca indicó al respecto:

¿Considera que su condición de mujer fue un obstáculo para iniciar? No, no. Porque siempre uno tiene...que siempre como se dice aguerrida...iniciar de en cualquier trabajo, una mujer no falta trabajo lavar, cocinar, limpiar siempre lo hecho. Lavar ropa de la calle sí, yo creo que sí, yo creo que sí, pienso también creo que es mejor para una mujer que para un hombre, porque un hombre...trabajo de hombre, esto no es trabajo de hombre pienso yo. (Blanca 341:341).

Tabla 35

Ser Mujer como Obstáculo al Iniciar el Negocio Ambulante

Percepción	<i>n</i>	%
No fue obstáculo al iniciar	26	86.7
Sí fue un obstáculo al iniciar	3	10.0
No contestó	1	3.3
Total de informantes	30	100.0

En cuanto a los obstáculos actuales, 11 manifestaron no tener obstáculos al momento de la entrevista; siete de ellas indicaron que la incertidumbre de la renovación de la autorización es un obstáculo; cuatro consideraron como obstáculo el ambiente inadecuado para trabajar; tres mencionaron a la inseguridad ciudadana; y finalmente dos mencionaron que los fiscalizadores son un obstáculo (Tabla 36). Yolanda y Blanca manifestaron:

Actualmente, ¿qué dificultades encuentra en este negocio? Ahorita no, porque gracias a Dios a nivel de la municipalidad tengo el permiso, a nivel del sindicato estamos organizados. Mi negocio como dicen, cuando tú más te esfuerzas, más negocio tienes y el cliente, si es que lo atiendes bien vienen. (Yolanda 363:363).

Ahorita dificultades...por el momento ahorita no tenemos problemas. Los problemas siempre vienen cuando vienen fiestas navideñas, no sacan de acá, nos mandan a otro sitio, o sea cuando es campaña navideña, por seguridad ciudadana a veces nos sacan y veces nos regresan y así. (Blanca 366:366).

Asimismo, 17 de los 30 informantes consideraron que los ambulantes itinerantes no representan una dificultad; y 13 sí lo consideraron, como se muestra en la Tabla 37. Sobre ello, Consuelo opinó:

¿Considera usted que los informales (no tienen licencia) representan una dificultad para usted? Mira, yo no soy egoísta. Cada persona tiene su propia historia, yo no puedo echarle la culpa a nadie. Yo he pasado mucha necesidad, no soy quién para juzgar para decir

si están haciendo bien o mal. La municipalidad debe evaluar, dar permiso y dar esa facilidad a los que no pueden hacer más que vender. (Consuelo 369:369).

Tabla 36

Obstáculos Actuales en el Negocio

Obstáculos actuales	<i>n</i>	%
No encuentra obstáculos actuales	11	36.7
Incertidumbre por renovación de autorización Municipal	7	23.3
Ambiente inadecuado para trabajar	4	13.3
Inseguridad ciudadana	3	10.0
Fiscalización de los trabajadores Municipales	2	6.7
Incremento de los precios	1	3.3
El trato de la gente	1	3.3
No contestó	1	3.3
Total de informantes	30	100.0

Tabla 37

Percepción Sobre los Ambulantes Itinerantes

Percepción	<i>n</i>	%
Consideran que no representan una dificultad	17	56.7
Consideran que sí representan una dificultad	13	43.3
Total de informantes	30	100.0

Respecto a la percepción del tiempo en que demoran los trámites Municipales para la solicitud de autorización, 22 de ellas opinaron que son muy largos; seis indicaron que están dentro de lo normal y no son largos; una indicó no saber; y finalmente otra prefirió no contestar (Tabla 38). En ese sentido Maribel dijo:

¿Piensa usted que los trámites para la licencia son muy largos llegando a ser un obstáculo? Sí, licencias de la municipalidad sí son muy largos, lamentablemente en mi caso social estoy desde que mi esposo ha fallecido, yo he demostrado mis documentos hace 4 años, le he demostrado a la municipalidad pero me ponen pautas ¿no? como decir hasta aquí nomas, pero yo sigo tocando puertas, sigo insistiendo

¿no? para lograr lo que uno quiere. Pero yo hablé con una doctora, llorando le dije: “qué pena me da, que los que tienen, tienen todo el derecho y los que no tenemos y tenemos oportunidad vayan a ver en qué casos le vamos a... personas que tienen casas de madera y se dedican al comercio ambulante, como también hay personas por su misma discapacidad lucran, qué penan me dan y no es justo por uno no vamos a tomar a todos, eso sí no estoy de acuerdo porque lamentablemente como se dice en el país todo es interesadamente. (Maribel 312:312).

Tabla 38

Percepción Sobre los Trámites para Solicitar Autorización Municipal

Trámites para autorización Municipal	<i>n</i>	%
Los trámites son largos	22	73.3
Los trámites no son largos	6	20.0
No sabe	1	3.3
No contestó	1	3.3
Total de informantes	30	100.0

El estudio revela que: (a) La mayoría de las mujeres consideró como el principal obstáculo para iniciar el negocio, la falta de autorización municipal, (b) la mayoría de las mujeres estudiadas opinaron que el ser mujer no es un obstáculo para iniciarse como ambulante, (c) no hay una mayoría definida para el factor que es un obstáculo en la actualidad, (d) la mayoría de las mujeres consideraron que los ambulantes itinerantes no representan una dificultad para el desarrollo del trabajo, y (e) la mayoría de las mujeres investigadas expresaron que los trámites Municipales son bastantes largos llegando a ser un obstáculo para desarrollar su trabajo.

4.3 Análisis Transversal

Para realizar el análisis transversal de los casos se han considerado los aspectos demográficos, educativos, familiares y laborales de las mujeres autoempleadas para identificar los factores que influyen en su nivel de satisfacción y bienestar, su sentir frente al

ambiente físico en el que se desenvuelven en su día a día, tal como se describe en la matriz de la Tabla H1 del Apéndice H. A continuación, se presenta la discusión de los resultados.

Con respecto a los antecedentes demográficos, en el análisis se ha encontrado que más de la mitad de las informantes menores de 41 años (cinco de nueve mujeres) sufren de dolencias derivadas de sus hábitos alimenticios en comparación a las mujeres que tienen más de 41 años (ocho de 21 mujeres). Esto se puede explicar, debido al mayor cuidado que tienen con su salud las mujeres que tienen mayor edad. Asimismo, las mujeres que tienen un compromiso sentimental tienen un mayor grado de satisfacción con respecto a su actividad laboral (siete de nueve casos) en comparación a las mujeres que no tenían compromisos, donde menos de la mitad manifestó sentirse satisfecha (diez de veintiún casos); de la misma manera las mujeres con compromisos sentimentales indicaron no sufrir de molestias por sus hábitos alimenticios (seis de nueve casos) en comparación de las mujeres que no tenían dichos compromisos (once de 21 casos), esto debido a que muchas de las obligaciones familiares son compartidas con su pareja sentimental.

Por otro lado también se encontró que casi la mitad de las mujeres entrevistadas procedentes de Provincias tiene solo estudios primarios (5 de 12 casos), lo que demuestra una diferencia mayor si lo comparamos con las mujeres entrevistadas pertenecientes a Lima que cuentan con estudios primarios (solo dos de las 18 entrevistadas). Esto se puede explicar debido a que las mujeres provenientes de Provincia han tenido menos oportunidades para seguir estudiando y se han visto obligadas a trabajar a corta edad para poder apoyar económicamente a su hogar y su familia.

Con respecto a sus antecedentes educativos, el estudio también ha demostrado que más de la mitad de las mujeres se siente satisfecha con respecto a su actividad laboral, pero esto no tiene que ver con el nivel educativo con el que contaban al momento de la entrevista, es así que en las mujeres que solo cursaron el nivel primario, cinco de siete de ellas indicó

sentirse satisfechas; para las que cursaron el nivel secundario, fueron nueve de 18 las que mencionaron sentirse satisfechas; y las que cursaron el nivel superior, tres de cinco, indicaron sentirse satisfechas. Es decir el nivel de satisfacción de las informantes no necesariamente tiene una relación con su nivel educativo, esto debido a que más influyen el estado de sus relaciones familiares y cumplimiento de sus objetivos laborales.

En referencia a los aspectos familiares, el estudio ha demostrado que las informantes con menor cantidad de dependientes tienen mayor tiempo libre para realizar otras actividades, no propias de su trabajo como mujer ambulante, es así que más de la mitad de las mujeres que tienen hasta dos dependientes (12 de 19 casos) indicó tener tiempo libre para realizar dichas actividades en comparación con las mujeres que tienen de tres dependientes a más (cuatro de 11 casos).

Al analizar los aspectos laborales y particularmente la motivación para dedicarse al autoempleo, se ha encontrado que esta se ha producido por dos situaciones: (a) por necesidad (en 26 de los 30 casos), para poder mantener su hogar o ayudar a su familia, y (b) por iniciativa propia (cuatro de 30 casos), pues requerían tener mayor flexibilidad de tiempo o buscaban contar con autonomía laboral creando ellas mismas su empleo. En ese sentido, se encontró que de las mujeres que se dedicaron al autoempleo por necesidad, menos de la mitad (12 de 26 casos) dijo contar con tiempo para dedicarse a otras actividades que no sean de su propio negocio, a diferencia de las mujeres que lo hicieron por iniciativa propia donde todas ellas indicaron que contaban con el tiempo suficiente para ello. Esto último tiene relación con el nivel de satisfacción respecto a su actividad laboral, es así que todas las mujeres que se dedicaron al autoempleo por iniciativa propia dijeron sentirse satisfechas. Unido a lo anterior, existe una fuerte relación entre el tiempo que se cuenta para realizar otras actividades y el nivel de satisfacción.

4.4 Resumen

Para poder presentar los resultados, se analizaron y discutieron cada una de las respuestas pertenecientes a las entrevistas desarrolladas por las informantes. Por consiguiente, en el presente capítulo se abarcaron los principales aspectos demográficos, educativos, laborales, familiares, opinión respecto al ambiente en donde trabajan y opinión referente a su bienestar y satisfacción laboral.

En ese sentido se indagaron aspectos tales como si las informantes usaban su talento para trabajar, su opinión respecto a las oportunidades de contar con un empleo y la relación con su género, si consideraban que su trabajo contribuía o era útil a la sociedad, cómo calificaban la relación con sus clientes y proveedores, su nivel de satisfacción y bienestar, y como podrían, en su opinión, incrementar su nivel de satisfacción con el trabajo.

El estudio reveló que: (a) la mayoría de las mujeres emplean su talento, (b) a la mayoría de las mujeres el ser mujer no les ha impedido tener un mejor empleo, (c) todas las mujeres consideraron que su trabajo era útil a la sociedad, (d) la relación que mantenían con sus clientes y proveedores era positiva, (e) la mayoría de las mujeres se sentían satisfechas con su trabajo, y (f) la mayoría de las mujeres esperaban incrementar su satisfacción laboral si hacían crecer su negocio.

Finalmente, se realizaron análisis transversales para encontrar posibles relaciones entre cada una de las variables investigadas. Es así que se encontró que (a) las mujeres de más edad se cuidan más con sus alimentos del día a día; (b) las mujeres que tienen un compromiso sentimental tienen más satisfacción con referencia a su trabajo y sufren menos por malos hábitos alimenticios; (c) casi la mitad de las informantes que proceden de Provincia tienen estudios de primaria, a diferencia de las mujeres que provienen de la ciudad de Lima donde la mayor parte al menos tiene estudios secundarios; (d) no se ha encontrado una relación entre la satisfacción laboral y el nivel educativo de estas mujeres; (e) existen dos

razones principales para dedicarse al autoempleo: necesidad económica y decisión personal, siendo la primera la razón predominante; y (f) las mujeres que se dedicaron al autoempleo por decisión propia manifestaron que cuentan con más tiempo libre para desarrollar otras actividades, sin embargo menos de la mitad de las que se dedicaron al autoempleo por necesidad económica, manifestaron que tenían mayor tiempo libre.



Capítulo V: Conclusiones

En el presente capítulo se desarrollan las conclusiones, las contribuciones y las recomendaciones del estudio.

5.1 Conclusiones

La presente investigación responde a la pregunta principal: ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción y al bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima?; así como también a las preguntas secundarias: (a) ¿cuáles son los aspectos demográficos de la mujer autoempleada en el comercio ambulante?, (b) ¿cuáles son sus antecedentes educativos?, (c) ¿cuáles son sus antecedentes laborales?, (d) ¿cuáles son sus antecedentes familiares?, (e) ¿cuáles son los factores que la llevaron a autoemplearse en el comercio ambulante?, (f) ¿cuál es su opinión respecto al ambiente físico en el cual trabajan?, (g) ¿cuál es su opinión en relación al bienestar con respecto a su trabajo?, (h) ¿cuál es su opinión en relación a la satisfacción con respecto a su trabajo?, (i) ¿cuáles han sido las facilidades que ha tenido para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante?, y (j) ¿cuáles han sido los principales obstáculos que han enfrentado para llegar a autoemplearse en el comercio ambulante?

Las principales conclusiones del estudio son:

5.1.1 Referente a las características demográficas, antecedentes educativos, laborales y familiares.

1. Los resultados muestran que las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante presentan un perfil demográfico variado por lo que no se puede definir un perfil único. Teniéndose que la edad, el estado civil, la ciudad de nacimiento y el distrito de residencia, tienen relación con el perfil de la mujer en general, y no son indicadores de un perfil en particular para la mujer autoempleada en el comercio ambulante.

2. Los resultados muestran que las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante presentan antecedentes educativos variados por lo que no se puede definir un perfil único. Encontrándose que su grado de instrucción tiene relación con el perfil de la mujer en general y no es indicador de un perfil particular de la mujer autoempleada en el comercio ambulante.
3. Los antecedentes educativos encontrados en las mujeres informantes permiten concluir que: (a) al parecer presentan dos motivos principales para la deserción en sus estudios: por necesidad ante la falta de recursos económicos y porque formaron su propia familia al quedar embarazadas, y (b) aparentemente las mujeres nacidas en Lima tienen un mayor grado de instrucción que las nacidas en provincia.
4. Respecto a los antecedentes laborales se concluye que: (a) existe evidencia que las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante normalmente iniciaron a trabajar como ambulantes o como trabajadoras del hogar, (b) no existe una clara relación entre la edad en la que iniciaron su actividad laboral y el tipo de empleo, y (c) no hay un grupo homogéneo que opine con claridad acerca de la satisfacción respecto a su primer empleo.
5. Respecto a los antecedentes familiares se puede concluir que: (a) se tiene un grupo heterogéneo en cuanto al número de personas que conforman su familia y los que aportan económicamente en la misma; (b) se trataría de un grupo homogéneo donde todas las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante tienen dependientes y en su mayoría de dos a más hijos; y (c) es un grupo heterogéneo en cuanto al número de familiares que se encuentran, al igual que ellas, autoempleadas en el comercio ambulante.

5.1.2 Sobre los factores que las llevaron al autoempleo en el comercio ambulante.

1. Se ha encontrado evidencia que existen dos factores que llevaron a las mujeres a convertirse en autoempleadas en el comercio ambulante: (a) la escasez de recursos económicos, y (b) la búsqueda de independencia laboral. La escasez de recursos económicos sería el factor más recurrente que impulsó a las mujeres al autoempleo en el comercio ambulante, para poder cubrir sus gastos y los de sus familias. Por otro lado las mujeres que se autoemplearon en el comercio ambulante para tener independencia laboral, lo habrían hecho buscando un horario flexible que se adaptara a sus necesidades de tiempo o, porque buscaban cumplir sus deseos de administrar su negocio propio.
2. El grupo es heterogéneo en el sentido que no todas manifestaron haber sido influenciadas por terceras personas al momento de elegir la opción de convertirse en autoempleadas en el comercio ambulante, esto debido a que no todas las entrevistadas recibieron la transferencia de conocimientos de padres a hijas, o incluso desde algún familiar cercano. En ese sentido el estudio parece indicar que el autoempleo en el comercio ambulante también se podría desarrollar por propia iniciativa.

5.1.3 En relación al ambiente físico.

1. Respecto al ambiente físico se puede concluir que el grupo es heterogéneo; debido a que no se encontró homogeneidad en relación a la cantidad de horas que trabajan, a la comodidad que sienten en su lugar de trabajo y a los efectos en la salud provocados por la postura de trabajo y/o hábitos alimenticios. Sin embargo, a pesar de no estar del todo cómodas con el ambiente físico donde trabajan, las mujeres investigadas aparentemente comprenden que su trabajo les brinda la oportunidad de generar ingresos.

5.1.4 En torno al bienestar respecto a su trabajo.

1. Las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante entenderían que al ser trabajadoras independientes sus ingresos son variables y dependen de las ventas del día. Respecto al bienestar económico, al parecer les produce un sentimiento negativo el vender poco, encontrándose que el no tener un sueldo fijo les genera inseguridad.

5.1.5 Referente a la satisfacción respecto a su trabajo.

1. Las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante considerarían que su trabajo es útil a la sociedad, debido a que les permite ofrecer lo que sus clientes demanden a un bajo precio y a una mayor disponibilidad por vender sus productos en circunstancias más accesibles.
2. Las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante parecen considerar que emplean su talento en el trabajo que realizan; ya que manifestaron que lo mejor que saben hacer es vender; realizar transacciones comerciales y mantener una buena relación laboral con sus clientes y sus proveedores.
3. Existe evidencia que las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante consideran que no existen diferencias entre géneros para sobresalir en un empleo, y que el haber sido hombre o mujer no favorecen ni obstaculizan sus oportunidades laborales. Incluso ellas opinaron que tienen ventajas, pues en muchos aspectos pueden hacer el trabajo mejor de lo que podría hacerlo un hombre.
4. No existe un claro resultado que indique si las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante están satisfechas o no con su trabajo. Algunas mujeres entrevistadas indicaron que no tuvieron otra opción, sin embargo a pesar de ello consideraron que su trabajo les ayuda a vivir.

5. Los resultados al parecer indican que las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante aumentarían su satisfacción si tuviesen un local fijo definido para su negocio.

5.1.6 Sobre las facilidades para llegar al autoempleo en el comercio ambulante.

1. Referente a las facilidades que tuvieron las mujeres para llegar al autoempleo en el comercio ambulante, aparentemente en la mayoría de los casos recibieron el apoyo de una tercera persona, ya sea de un familiar o a través de un representante de la Municipalidad que las impulsó a iniciarse en el negocio.
2. También se concluye que, estas mujeres sentirían que no cuentan con facilidades para el desarrollo de su trabajo por parte del Estado, más allá del respaldo de parte de la Municipalidad que les permite desarrollar su trabajo mediante una autorización. Considerarían que su trabajo lo desarrollan sin mayor ayuda, cuyo mérito es principalmente propio.

5.1.7 En relación a los obstáculos para llegar al autoempleo en el comercio ambulante.

1. Referente a los obstáculos que tuvieron que superar las mujeres para llegar al autoempleo, aparentemente la falta de la autorización Municipal fue el principal obstáculo pues no les permitió desarrollar su trabajo de manera adecuada ante la incertidumbre de ser desalojadas o ante el peligro que les decomisen su mercadería.
2. Se ha encontrado evidencia que las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante no encuentran obstáculos para desarrollar su trabajo pues sienten que cuentan con la libertad y el respaldo de la Municipalidad. Sin embargo, a pesar de ello, sus inicios en el comercio ambulante fueron bastante inciertos y riesgosos al no tener la autorización Municipalidad.

5.1.8 Sobre el análisis transversal.

1. Se encontró que las mujeres de mayor edad aparentemente son más cuidadosas con los alimentos que consumen en el día a día por lo que sufren menos de males alimenticios. Esta práctica contribuye a su bienestar porque no sufren de enfermedades digestivas, situación muy diferente a lo que sucede con las mujeres más jóvenes. Cabe indicar además que las mujeres de mayor edad en muchos de los casos cuentan con sus hijos, nietos, entre otras personas que las ayudan a cuidarse de su salud.
2. Las mujeres que tienen un compromiso sentimental tendrían más satisfacción con referencia a su trabajo y sufren menos por malos hábitos alimenticios.
3. En el estudio no se ha encontrado evidencia que exista una influencia del nivel educativo en la satisfacción laboral de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante.
4. Las mujeres autoempleadas que se dedicaron a la actividad del comercio ambulante por decisión propia, tendrían más tiempo libre para realizar otro tipo de actividades.

5.1.9 Sobre los factores de satisfacción y bienestar.

En función al análisis de las preguntas de investigación y el marco teórico se han identificado los siguientes factores de la satisfacción y el bienestar que se muestran en la Tabla 39:

1. Las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante sentirían satisfacción debido a los siguientes factores: (a) les brinda la oportunidad para desarrollar sus habilidades creativas respecto a la venta; (b) la gestión de su propio negocio les permite generar ingresos; (c) el pertenecer a una organización de comerciantes ambulantes les brinda un medio para legitimar sus reclamos ante las autoridades

municipales u otras organizaciones del estado; y (d) les permite tener un horario flexible y así desarrollar otras actividades.

2. Pareciera que las mujeres al autoemplearse en el comercio ambulante sienten bienestar debido a los siguientes factores: (a) por el propio trabajo que realizan; (b) por la buena relación que desarrollan con sus clientes y proveedores; y (c) por el desarrollo de un trabajo útil a la sociedad.
3. Por otro lado, se ha encontrado evidencia que existen factores que influyen negativamente a la satisfacción y al bienestar de las mujeres, como son: (a) la inestabilidad de sus ingresos al no percibir un ingreso fijo; (b) el ambiente en el que trabajan insalubre e inseguro; y (c) la incertidumbre de continuar laborando debido al proceso de renovación de la autorización municipal.

Tabla 39

Factores sobre la Satisfacción y Bienestar de la Mujer Autoempleada en el Comercio Ambulante

Variables	Factores que contribuyen	Factores que no contribuyen
Satisfacción	(a) Desarrollar sus habilidades creativas respecto a la venta	(a) La inestabilidad de sus ingresos al no percibir un ingreso fijo (b) El ambiente en el que trabajan insalubre e inseguro
	(b) Poder gestionar su propio negocio	
(c) Pertenecer a una organización para legitimar sus reclamos y requerimientos		
(d) Tener un horario flexible para desarrollar otras actividades		
Bienestar	(a) Satisfacción por el propio trabajo que realizan	(c) La incertidumbre de continuar laborando debido al proceso de renovación de la autorización municipal
	(b) Buena relación que desarrollan con sus clientes y proveedores	
	(c) Desarrollo de un trabajo que consideran útil a la sociedad	

5.2 Contribuciones

Respecto a las contribuciones, se tiene:

5.2.1 Contribuciones teóricas.

Se ha encontrado escasa literatura previa acerca de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante en la ciudad de Lima, y cuáles son los factores que la llevan a autoemplearse. En ese sentido, la presente investigación contribuye a explicar cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción y al bienestar de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante. Asimismo, ayuda a entender cuáles son las circunstancias que las llevaron al autoempleo, y cómo estas mismas circunstancias facilitan u obstaculizan su trabajo.

5.2.2 Contribuciones prácticas.

La presente investigación provee conocimientos acerca del perfil de las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante de Lima, a través del estudio de sus aspectos demográficos, educativos, laborales y familiares, así como de los factores que las motivaron al autoempleo en este tipo de comercio. Esto permitirá entender sus limitaciones y expectativas a fin de contribuir a proponer instrumentos que permitan apoyar la formalización de las mujeres autoempleadas, así como la creación de programas de fortalecimiento de capacidades para mejorar su competitividad. Del mismo modo, conocer las facilidades y los obstáculos que tenían al momento de autoemplearse permitiría en el corto plazo, mejorar los procesos de autorización de la Municipalidad de Lima Metropolitana, haciéndolos más ágiles.

5.3 Recomendaciones

A nivel nacional, es recomendable la articulación de los diferentes niveles del Estado (Central, Regional y Local) a fin de fomentar políticas públicas que incentiven la transición al sector y empleo formal de los comerciantes ambulantes, considerando políticas tributarias de

acuerdo a su capacidad contributiva y los ingresos percibidos por los comerciantes ambulantes. Se sugiere proponer procedimientos de simplificación de requisitos de formalización, así como brindar talleres de sensibilización que difundan información respecto a los beneficios de formalizarse, se les capacite en el fortalecimiento de sus competencias en temas relacionadas a gestión financiera y acceso a créditos, marketing, atención al cliente y gestión empresarial. Lo anterior podrá ser realizado a través de las Alianzas Público – Privadas (APP).

Finalmente, con el objetivo de ampliar los conocimientos relacionados a la investigación se recomienda:

1. Profundizar la investigación a los otros dominios de vida como el económico, la salud y el familiar que complementen el estudio realizado.
2. Ampliar la investigación a una del tipo cuantitativo, la misma que ayudará a realizar generalizaciones estadísticas que complementen los resultados obtenidos.
3. Realizar investigaciones en otras ciudades que permitan explorar realidades que no necesariamente coincidirán con los resultados encontrados en el presente trabajo. Esto debido a que el presente estudio se llevó a cabo con las mujeres autoempleadas en el comercio ambulante del Cercado de Lima.
4. Extender la investigación hacia los trabajadores autoempleados varones, con el fin de complementar la teoría desarrollada en el presente trabajo, y ayudar a encontrar circunstancias, factores o aspectos que permitan compararlos con los resultados hallados en la presente investigación.

Referencias

- Aguilar, J., Mungaray, A. & Ramírez, M. (2014). Género y Autoempleo en México durante la recesión 2008-2009: un estudio de flujos laborales. *Papeles de población*, 20(80), 145-191.
- Aidukaite, J. (2007, setiembre). Old Welfare State Theories and New Welfare Regimes in Eastern Europe: Challenges or Implications? (Presidente). *Social Policy in Europe: Changing Paradigms in an enlarging Europe*. Conferencia desarrollada en Vienna University of Economic and Business Administration, Austria.
- Alles, M. (2005). *Autoempleo: una salida frente al desempleo*. México, D.F: Gránica.
- Alonso, M. & Galve, C. (2008a). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución, *Acciones e investigaciones Sociales*, 26(1), 5 – 44.
- Alonso, M. & Galve, C. (2008b). Dinamismo empresarial y autoempleo una comparativa a nivel Europeo. *Revista de relaciones laborales*, 12(1), 17-40.
- Andrade, V., Bolaños, C., & Castrillón, M. (2011). Empleabilidad en la economía informal, una investigación cualitativa con manicuristas de alta empleabilidad. *Pensamiento Psicológico*, 9(16), 69-88.
- Atherton, J., Graham, E., & Steedman, I. (2010). *The practice of happiness: Political economy, religion and wellbeing*. London and New York: Taylor & Francis.
- Auerbach, M. (2015). Welfare. *Research starters: Sociology*, 19(1), 230-232.
- Batista, J. (2013). Mercado de Trabalho, informalidad e comercio ambulante em Sao Paulo. *Revista Brasileira de Estudos Populares*, 30(1), 225-249.
- Bastidas, A. (2011). *Las Mujeres y la Precariedad del Trabajo en la Economía Informal*. (1ª ed). Lima, Perú: Esquema- Ediciones.
- Blanchard, O., Amiguini, A., & Giavazzi, F. (2012). *Macroeconomía*. (5ª ed). Madrid, España: Pearson Educación.

- Brunet, I. & Pizzi, A. (2011). Dominaciones interrelacionadas (de clase, género...). *Papeles del CEIC*, 71(1). Recuperado de: <http://www.identidadcolectiva.es/pdf/71.pdf>
- Castillo, D. & Vela, F. (2013). Movilidad y transmisión intergeneracional del autoempleo informal en México. *Gaceta Laboral*, 19(1), 5-35.
- Castellanos, T. (2014). *Estudio de monitoreo de la economía informal: Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana*. Lima, Perú: Manchester, R.U.
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico [CEPLAN] (2016). *Economía Informal en Perú: Situación actual y perspectivas*. Lima, Perú: CEPLAN.
- 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
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL. (2012). *Informe OIT avance en las estadísticas de empleo y desempleo*. Quito, Ecuador: CEPAL.
- Creswell, J. (2014). *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches. 4th Edition*. ThousandOaks, CA: Sage Publications.
- De Soto, H. (1986). *El Otro sendero*. Lima, Perú: Ausonia.
- Del Valle, A. (2010). Informalidad y modelos de bienestar en América Latina. *Política y Sociedad*, 47(3), 239-261.
- Denegri, M., García, C., & González, N. (2015). Definición de bienestar subjetivo en adultos jóvenes profesionales chilenos. Un estudio con redes semánticas. *CES Psicología*, 8(1), 77-97.
- Díaz, D., Rodríguez-Carbajal, R., Blanco, A., Moreno-Jiménez, B., Gallardo, I., Valle, C., & Dierendonck, D. (2006). Adaptación española de las escalas de bienestar psicológico de Ryff. *Psicotherma*, 18(3), 572-577.

- Dubois, A., Millán, J., & Roca, J. (Coords.) (2001). *Capitalismo, desigualdades y degradación ambiental: VII jornadas de economía crítica*. Barcelona, España: Icaria.
- Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- García, M. (2002). El Bienestar subjetivo. *Escritos de Psicología*, 6(1), 18-39.
- Gómez, A. (2007). Redes sociales y comercio en vía pública en la Ciudad de México. *El Cotidiano*, 22(143), 41-47.
- Goodwin, N., Nelson, J., Ackerman, F., & Weisskof, T. (2008). *Consumption and the Consumer Society*. Tufts University Global Development and Environment Institute.
- Recuperado de:
http://www.ase.tufts.edu/gdae/education_materials/modules/Consumption_and_the_Consumer_Society.pdf
- Gustems, J. (2014). *Arte y Bienestar: Investigación aplicada*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
- Hernández, R., Fernández-Collado, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación (5.a ed.)*. México D.F., México: McGraw-Hill.
- Higuerey, A., Adriani, R. & Colmenares, L. (2007). La Contribución Tributaria del Comercio Eventual o Ambulante en la Política Económica Tributaria de los Gobiernos Locales Venezolanos. *Cuadernos PROLAM*, 6(1), 9-35.
- Ibarra, M. & Castrillo, G. (2013). *Emprendimiento para Creación de Empresas con Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Metodología y Aplicación del Modelo GEM*. Recuperado de:
<http://www.biblioises.com.ar/Contenido/300/380/Creacion%20de%20empresas.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2014). *Indicadores de género: camino a la autonomía económica de las mujeres*. Recuperado de:

<https://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/brechas-de-genero-7913/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2015). *Población económicamente activa, según ámbito geográfico 2004-2014. Encuesta Nacional de Hogares.*

Recuperado de:

<https://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/ocupacion-y-vivienda/>

Loewe, N., Bagherzadeh, M., Araya-Castillo, L., Thieme, C., & Batista-Foguet, J. (2013).

Life domain satisfactions as predictors of overall life satisfaction among workers: evidence from Chile. *Soc Indic Res*, 118, 71-86.

Londoño, S. (2008). Aproximaciones a un modelo de desarrollo a partir de la satisfacción con la vida. *Pensamiento Psicológico*, 4(11), 13-27.

Marquina, P., Álvarez, G., Guevara, D. & Guevara, R. (2013). *Guía de Trabajos de la Literatura*. Lima, Perú: CENTRUM Católica.

Maxwell, J. (2005). *Qualitative research design: An interactive approach. 2th Edition*. ThousandOaks, CA: Sage Publications.

Merino, M., Privado, J. & Gracia, Z. (2015). Validación Mexicana de la escala de funcionamiento psicológico positivo. Perspectivas en torno al estudio del bienestar y su medida. *Salud Mental*, 38(2), 109-115.

Miles, M. & Huberman, M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. ThousandOaks, CA: Sage Publications.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2014). *Participación de las Mujeres en Actividades Productivas y Empresariales*. Presentado en el Foro Internacional de Mujeres Líderes de América del Sur y Países Arabes- ASPA. Lima.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE] (2014). *Informe Anual del Empleo en el Perú 2014*. Lima, Perú: MTPE.

- Monroy, S. (2009). El estudio de caso: ¿Método o técnica de investigación? Metodología de la ciencia. *Revista de la Asociación Mexicana de metodología de la Ciencia y de la Investigación*, 1(1), 38-64.
- Moyano, E. & Ramos, N. (2007). Bienestar subjetivo: Midiendo Satisfacción Vital, Salud en Población Chilena de la Región Maule. *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*. 2(22), 184 – 200.
- Municipalidad Metropolitana de Lima [MML] (2014a). *Ordenanza N 1787 que regula el comercio ambulatorio en los espacios públicos en Lima Metropolitana*.
- Municipalidad Metropolitana de Lima [MML] (2014b). *Padrón de comerciantes ambulantes regulados de la Municipalidad Metropolitana de Lima*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/padrondecomerciantes>
- Mujeres en Empleo Informal Globalizando y Organizando [WIEGO] (2015). *Acerca de la Economía Informal*. Recuperado de: <http://espanol.wiego.org/economiaiinformal/>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2011). *Principios para el Empoderamiento de las Mujeres*. Recuperado de: http://www.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/partnerships/businesses%20and%20foundations/women-s-empowerment-principles_2011_es%20pdf.pdf
- Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2003). *Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticas Internacionales*. Recuperado de: http://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/meetings-and-events/international-conference-of-labour-statisticians/WCMS_087567/lang--es/index.htm
- Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2015). *La Mujer en la gestión empresarial: cobrando impulso. Informe Mundial*. Ginebra, Suiza: OIT.

- Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2016). Perspectivas sociales y del empleo en el mundo. *Tendencias 2016*, 7(28).
- Organización Internacional para las Migraciones [OIM] (2015). *Migraciones Internas en el Perú*. Lima: OIT.
- Parra, J. (2013). Complicaciones de lo ilegal y de lo informal. El “Business”, una propuesta conceptual. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 17, 205-228.
- Patton, M. (2002). *Qualitative research & evaluation methods 3th Edition*. ThousandOaks, CA: Sage Publications.
- Puente, R. & Cavazos, J. (2013). Personality factors, affect, and autonomy support as predictors of life satisfaction. *Universitas Psychologica* 12(1), 41-53.
- Rath, T. & Harter, J. (2010). *La ciencia del bienestar, los cinco elementos esenciales*. Barcelona, España: Grupo Planeta.
- Real Academia Española (Ed.). (2014). *Diccionario de la lengua española* (23th ed.). Madrid, España. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=5TwfW6F>
- Rentería, J. & Román., A (2015). *Empleo informal y bienestar subjetivo en el Perú, orientando las políticas públicas para un desarrollo social integral*. (Informe Final). Lima: IEP – CIES.
- Robbins, S. & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. México DF: Pearson.
- Rodríguez, M. & Fernández, C. (2010). Empleo y maternidad: El discurso femenino sobre las dificultades para conciliar familia y trabajo1. *Cuadernos De Relaciones Laborales*, 28(2), 257-275.
- Rodríguez, O. (2007). *Opinión emprendimiento y crecimiento económico*. El Economista. Noticias Financieras.
- Rojas, M., & Elizondo-Lara, M. (2012). Satisfacción de vida en Costa Rica: Un enfoque de dominios de vida. *Latin American Research Review*, 47(1), 78-94.

- Rubin, H. & Rubin, I. (2005). *Qualitative interviewing: the art of hearing data*. 2th Edition. ThousandOaks, CA: Sage Publications.
- Ruíz, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- Sánchez, M., Sánchez, P., Cruz, M., & Sánchez, F. (2014). Características organizaciones de la Satisfacción laboral en España. *Revista de Administración de Empresas*, 54(5), 537-547.
- Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A. & Morales (2015). *Perú 2013. Global Entrepreneurship Monitor*. Lima, Perú: ESAN Ediciones.
- Silva, D. (2007). Conflictos por el espacio público urbano y el comercio en vía pública. Percepciones acerca de la legitimidad sobre su uso. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 17, 205-228.
- Stake, R. (1995). *The art of case study research*. ThousandOaks, CA: Sage Publications.
- Stake, R. (2006). *Multiple case study analysis*. New York: The Guilford Press.
- Triana, N., López, M., & Cardozo, J. (2012). Diseño y bienestar humano puntos de encuentro a partir de metodologías de diseño. *ICONOFACTO*, 8(10), 88 – 114.
- Valencia, G. (2012). Autoempleo y emprendimiento. Una Hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del Mercado. *Semestre Económico*, 15(32), 103-127.
- Valerín, E. y Chinchilla, M. (2012). Significado del trabajo para las vendedoras ambulantes de la Avenida Central de San José. *Cuadernos de Antropología*, 22, 1-22.
- Yakubova, D. (2016). Concepto de bienestar en las lenguas española y rusa. *Tonos Digital*, 30, 1-23.
- Yamamoto, J. (2013, abril). Bienestar, gestión de recursos humanos y desarrollo social. *Tiempo de opinión*, 4(6), 14-25.

Yin, R. (2009). *Case study research design and methods. 4th Edition.* ThousandOaks, CA:

Sage Publications.

Yungure, S. (2009). De migrantes a informales: El comercio ambulatorio en Arequipa 1950-

2000. *Revista Latinoamérica de Ciencias Sociales Illapa*, 2(4), 225-247.



Apéndice A: Marco Teórico

Tabla A1

Matriz de Desarrollo de Argumentos por Análisis

Autor	Qué se desprende de este documento	Unir argumentos simples y desarrollar argumentos complejos
Londoño (2008)	Existe una relación estadísticamente baja entre la satisfacción económica y la satisfacción de vida.	La satisfacción con la vida no depende en gran medida del bienestar material sino puede construirse de la valoración de otros dominios de la vida.
Layard (2006, citado en Aterthon, Graham & Steedman, 2010)	El bienestar o felicidad depende de la interrelación de siete factores.	Los factores que influyen en la felicidad son: (a) las relaciones familiares, y matrimoniales. (b) el ingreso, (c) el trabajo, (d) la comunidad y los amigos, (e) la salud, (f) la libertad personal, y (g) la filosofía de vida.
Auerbach (2015)	El bienestar es un concepto de política pública.	Bienestar, es un concepto de política pública en el cual los programas de gobierno son introducidos, para ayudar a la sociedad pobre para reingresar a la fuerza laboral y cuidarse a sí misma.
Rodríguez & Fernández (2010)	El trabajo productivo y satisfacción laboral.	Si bien el trabajo productivo contribuye en la satisfacción laboral, en las mujeres es difícil conciliar entre lo laboral y familiar.
Rath & Harter (2010)	El bienestar es el resultado de la combinación de 5 elementos.	El bienestar es el resultado de la combinación de 5 elementos, el bienestar profesional, el bienestar social, el bienestar económico, el bienestar físico y el comunitario.
Blanchard, Amighini & Gravazzi (2012)	Existe una relación positiva entre el nivel de bienestar y el nivel de ingresos.	El bienestar se puede medir por el nivel de ingresos, una mayor calidad de vida genera felicidad o bienestar.
Yakubova (2016)	Concepto de bienestar en tres clasificaciones.	Conceptualización del bienestar en tres campos 1) como aquellas que se relacionan al poder, riqueza; 2) bienestar respecto a las condiciones de salud de las personas y 3) el bienestar como estado de felicidad interior del individuo.
Moyano & Ramos (2007)	Relación de calidad de vida con bienestar subjetivo y satisfacción vital.	El bienestar subjetivo como concepto subjetivo de la calidad de vida y sus componentes cognitivos relacionados con la satisfacción vital y su componente afectivo positivo y negativo.
Rojas & Elizondo-Lara (2012)	La satisfacción laboral como dominio importante.	La satisfacción vital es la satisfacción personal de cada uno de los dominios de la vida, la satisfacción laboral es un dominio importante.
Robín & Judge (2009)	La satisfacción laboral es un manifiesto de actitudes positivas.	La satisfacción laboral es un sentimiento positivo de las personas de lo que hacen y dónde lo hacen.
Sánchez, Sánchez, Cruz & Sánchez (2014)	El trabajador evalúa características inherentes del trabajo.	La satisfacción es el resultado de las características del mismo con la expectativa del trabajador. Las expectativas son variables como actividades desarrolladas, los jefes, tipo de contrato, ingreso, puede ser influenciado por las experiencias del pasado.
Yamamoto (2010)	Bienestar depende de la sociedad.	En función de la satisfacción de necesidades particulares se puede entender el bienestar manifestada por un grupo de personas. El bienestar depende del contexto.
MIMP (2014)	El autoempleo es diferente a la actividad empresarial.	El autoempleo es una forma de sobrevivir ante la necesidad económica, a diferencia de la actividad empresarial relacionada a la búsqueda de oportunidades.

Tabla A1 (Continuación)

Matriz de Desarrollo de Argumentos por Análisis

Autor	Qué se desprende de este documento	Unir argumentos simples y desarrollar argumentos complejos
Castillo & Vela (2013)	Definición de trabajo por cuenta propia.	Son los ocupados que trabajan en forma independiente, no tienen patrón ni trabajadores remunerados a su cargo, pueden trabajar solos, asociados, generalmente con apoyo de familiares u otros miembros de los colectivos domésticos.
Valencia (2012)	El estado fomenta la cultura del emprendimiento.	Se fomenta el autoempleo para absolver a los desempleados, con políticas públicas y estrategias público-privadas que generen emprendimientos formales.
Aguilar Mungaray & Ramírez (2014)	Motivos que conllevan a las mujeres a autoemplearse.	Contracción de los mercados laborales, la pérdida del poder adquisitivo del ingreso en las últimas décadas y el deseo de autorrealización.
Higuerey, Adriani & Colmenares (2007)	Definición de comercio ambulante.	Se realiza en la vía pública, no tiene puesto fijo o permanente, puede realizarlo en una localidad o trasladarse a otra.
Del Valle (2010)	Definición de bienestar laboral.	Se tienen 4 tipos de comercio ambulante: (a) el que se realiza en mercados de celebración regular; (b) el callejero; (c) en quioscos y similares; y (d) el comercio itinerante.
ONU (2011)	La reducción de las brechas de género genera empoderamiento en las mujeres.	El bienestar laboral se define como la suficiencia y estabilidad de los salarios, la estabilidad desde los contratos y la seguridad de las condiciones de trabajo, el acceso a los sistemas y seguros de salud, y la afiliación y los aportes a los sistemas de prevención social.
Brunet & Pizzi (2014)	Qué cualidades les genera el desempeño como mujeres empresarias.	La diferencia de género les permite a las mujeres asumir el control de sus vidas, adquirir habilidades, mejorar la autoestima, aprender a gestionar.
Rentería & Román (2015)	Qué factores motivan a las mujeres al comercio ambulante.	Empoderarse, asociarse, participar en actividades patronales, defender sus derechos.
Gómez (2007)	Comercio ambulante en México.	El bienestar material no es un factor de motivación para mantenerse en esta actividad, sino condiciones de salud, el entorno familiar, el capital social, la estabilidad social y política, la edad, los valores personales y la desigualdad socioeconómica.
OIT (2015)	Las mujeres en calidad de empresarias.	Las mujeres recurren en primer lugar a sus familiares, luego sus compañeros de trabajo. Los líderes de las organizaciones mantienen la cohesión, controlan el cumplimiento de las reglas, recolectan cuotas y las representan en situaciones de conflicto.
		Dirigen más del 30% de todas las empresas, lo que representa una tercera o cuarta parte de las empresas de la economía informal mundial, en su gran mayoría se trata de pequeñas empresas o microempresas con bajo potencial de crecimiento.

Tabla A1 (Continuación)

Matriz de Desarrollo de Argumentos por Análisis

Autor	Qué se desprende de este documento	Unir argumentos simples y desarrollar argumentos complejos
Valerín & Chinchilla (2012)	Factores de satisfacción de los comerciantes ambulantes en San José, Costa Rica.	Se evitó evaluar el comercio ambulante solo con mediciones económicas, al solo considerarse por los niveles de pobreza y educación que son excluidos y marginales. El estudio cualitativo permitió rescatar información que estas labores les retribuye en satisfacción.
Bastidas (2011)	Comercio Ambulante en Huaura, Ayacucho.	Es un refugio para las mujeres que no pueden encontrar trabajo en el campo. En el caso de Huaura tienen entre 30 a 45 años y poseen solo educación secundaria. Cada vez existen menos mujeres ambulantes con menor nivel educativo en dicha ciudad y que tienen hijos.
Silva (2007)	Efectos sociales del comercio ambulante.	Genera constantes negociaciones y que los comerciantes adquieran derechos legitimados por autoridades, así como el desarrollo de habilidades y el poder de hacer prevalecer sus derechos.
Rodríguez (2007)	Diferencias entre emprendimiento y autoempleo.	El emprendimiento es la búsqueda de oportunidades que permite introducir nuevos procesos y procedimientos con uso de tecnología. El autoempleo no genera crecimiento económico.
CEPAL (2012)	Clasificación del autoempleo.	Se especificó la clasificación de autoempleo: (a) empleadores; (b) trabajadores por cuenta propia; (c) productores de bienes para uso final propio; (d) miembros de las cooperativas producción y; (e) los trabajadores familiar.
MML (2014)	Tipos de comercio ambulante.	Se establecieron tipos de comercio ambulante: regulado, regulado del centro histórico, autorizado para uso del espacio, no regulado, conglomerado comercial.

Matriz de Desarrollo del Argumento Cronológico

Autor	Año	Puntos Clave	Argumento
Layard (citado en Aterthon, Graham, & Steedman, 2010)	2006	Bienestar	Los factores que influyen en la felicidad son: (a) las relaciones familiares, y matrimoniales. (b) el ingreso, (c) el trabajo, (d) la comunidad y los amigos, (e) la salud, (f) la libertad personal, y (g) la filosofía de vida.
Moyano & Ramos	2007	Satisfacción y Bienestar	El bienestar subjetivo como concepto subjetivo de la calidad de vida y sus componentes cognitivos relacionados con la satisfacción vital y su componente afectivo positivo y negativo.
Silva	2007	Comercio Ambulante	Genera constantes negociaciones y que los comerciantes adquieran derechos legitimados por autoridades, así como el desarrollo de habilidades y el poder de hacer prevalecer sus derechos.
Rodríguez	2007	Autoempleo y Emprendimiento	El emprendimiento es la búsqueda de oportunidades que permite introducir nuevos procesos y procedimientos con uso de tecnología. El autoempleo no genera crecimiento económico.
Higuerey, Adriani, & Colmenares	2007	Comercio Ambulante	Se realiza en la vía pública, no tiene puesto fijo o permanente, puede realizarlo en una localidad o trasladarse a otra.
Higuerey, Adriani, & Colmenares	2007	Comercio Ambulante	Se tienen 4 tipos de comercio ambulante: (a) el que se realiza en mercados de celebración regular; (b) el callejero; (c) en quioscos y similares; y (d) el comercio itinerante.
Gómez	2007	Satisfacción y Bienestar	Las mujeres recurren en primer lugar a sus familiares, luego sus compañeros de trabajo. Los líderes de las organizaciones mantienen la cohesión, controlan el cumplimiento de las reglas, recolectan cuotas y las representan en situaciones de conflicto.
Londoño	2008	Satisfacción	La satisfacción con la vida no depende en gran medida del bienestar material sino puede construirse de la valoración de otros dominios de la vida.
Robín & Judge	2009	Satisfacción	La satisfacción laboral es un sentimiento positivo de las personas de lo que hacen y dónde lo hacen.
Rath & Harter	2010	Bienestar	El bienestar es el resultado de la combinación de 5 elementos, el bienestar profesional, el bienestar social, el bienestar económico, el bienestar físico y el comunitario.
Rodríguez & Fernández	2010	Satisfacción	Si bien el trabajo productivo contribuye en la satisfacción laboral, en las mujeres es difícil conciliar entre lo laboral y familiar.
Yamamoto	2010	Satisfacción y Bienestar	En función de la satisfacción de necesidades particulares se puede entender el bienestar manifestada por un grupo de personas. El bienestar depende del contexto.
Del Valle	2010	Bienestar	El bienestar laboral se define como la suficiencia y estabilidad de los salarios, la estabilidad desde los contratos y la seguridad de las condiciones de trabajo, el acceso a los sistemas y seguros de salud, y la afiliación y los aportes a los sistemas de prevención social.
ONU	2011	Satisfacción y Bienestar	La diferencia de género les permite a las mujeres asumir el control de sus vidas, adquirir habilidades, mejorar la autoestima, aprender a gestionar.

Tabla A2 (Continuación)

Matriz de Desarrollo del Argumento Cronológico

Autor	Año	Puntos Clave	Argumento
Bastidas	2011	Comercio Ambulante	Es un refugio para las mujeres que no pueden encontrar trabajo en el campo. En el caso de Huaura tienen entre 30 a 45 años y poseen solo educación secundaria. Cada vez existen menos mujeres ambulantes con menor nivel educativo en dicha ciudad y que tienen hijos.
Blanchard, Amighini, & Gravazzi	2012	Bienestar	El bienestar se puede medir por el nivel de ingresos, una mayor calidad de vida genera felicidad o bienestar.
Rojas & Elizondo-Lara	2012	Satisfacción	La satisfacción vital es la satisfacción personal de cada uno de los dominios de la vida, la satisfacción laboral es un dominio importante.
Valerín & Chinchilla	2012	Comercio Ambulante	Se evitó evaluar el comercio ambulante solo con mediciones económicas, al solo considerarse por los niveles de pobreza y educación que son excluidos y marginales. El estudio cualitativo permitió rescatar información que estas labores les retribuye en satisfacción.
Valencia	2012	Autoempleo	Se fomenta el autoempleo para absolver a los desempleados, con políticas públicas y estrategias público-privadas que generen emprendimientos formales.
CEPAL	2012	Autoempleo	Se especificó la clasificación de autoempleo: (a) empleadores; (b) trabajadores por cuenta propia; (c) productores de bienes para uso final propio; (d) miembros de las cooperativas producción y; (e) los trabajadores familiar.
Castillo & Vela	2013	Autoempleo	Son los ocupados que trabajan en forma independiente, no tienen patrón ni trabajadores remunerados a su cargo, pueden trabajar solos, asociados, generalmente con apoyo de familiares u otros miembros de los colectivos domésticos.
MML	2014	Comercio Ambulante	Se establecieron tipos de comercio ambulante: regulado, regulado del centro histórico, autorizado para uso del espacio, no regulado, conglomerado comercial.
MIMP	2014	Autoempleo	El autoempleo es una forma de sobrevivir ante la necesidad económica, a diferencia de la actividad empresarial relacionada a la búsqueda de oportunidades.
Brunet & Pizzi	2014	Satisfacción y Bienestar	Empoderarse, asociarse, participar en actividades patronales, defender sus derechos.
Aguilar Mungaray, & Ramírez	2014	Satisfacción y Bienestar	Contracción de los mercados laborales, la pérdida del poder adquisitivo del ingreso en las últimas décadas y el deseo de autorrealización.

Tabla A2 (Continuación)

Matriz de Desarrollo del Argumento Cronológico

Autor	Año	Puntos Clave	Argumento
Sánchez, Sánchez, Cruz & Sánchez	2014	Satisfacción	La satisfacción es el resultado de las características del mismo con la expectativa del trabajador. Las expectativas son variables como actividades desarrolladas, los jefes, tipo de contrato, ingreso, puede ser influenciado por las experiencias del pasado.
Auerbach	2015	Bienestar	Bienestar, es un concepto de política pública en el cual los programas de gobierno son introducidos, para ayudar a la sociedad pobre para reingresar a la fuerza laboral y cuidarse a sí misma.
Rentería & Román	2015	Satisfacción y Bienestar	El bienestar material no es un factor de motivación para mantenerse en esta actividad, sino condiciones de salud, el entorno familiar, el capital social, la estabilidad social y política, la edad, los valores personales y la desigualdad socioeconómica.
OIT	2015	Comercio ambulante	Dirigen más del 30% de todas las empresas, lo que representa una tercera o cuarta parte de las empresas de la economía informal mundial, en su gran mayoría se trata de pequeñas empresas o microempresas con bajo potencial de crecimiento.
Yakubova	2016	Bienestar	Conceptualización del bienestar en tres campos 1) como aquellas que se relacionan al poder, riqueza; 2) bienestar respecto a las condiciones de salud de las personas y 3) el bienestar como estado de felicidad interior del individuo.



Apéndice B: Consentimiento Informado

Me comprometo a participar en el estudio titulado “Satisfacción y Bienestar de la Mujer Autoempleada en Lima”, el cual está siendo conducido por Alan Lázaro, Claudia Folco, Diana Olguín y María Lagos bajo la supervisión de su asesora Dra. Esther García. Entiendo que esta participación es enteramente voluntaria; puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento sin ningún perjuicio, y los resultados de dicha participación, que puedan ser identificados como míos, me serán devueltos y eliminados de los archivos de la investigación, o destruidos.

Me ha sido explicado lo siguiente:

El motivo de la investigación es estudiar los factores de satisfacción y bienestar de la mujer autoempleada en el Comercio Ambulante, los factores que la han estimulado a convertirse en autoempleada, sus antecedentes y los principales obstáculos que han superado.

No se prevé tener ningún estrés o situación incómoda.

No hay ningún riesgo.

Estoy de acuerdo con los siguientes procedimientos:

Tener una entrevista con una duración de aproximadamente 50 minutos en la cual el investigador me formulará preguntas relativas a mis características demográficas, mi experiencia laboral, los motivos para convertirme en autoempleada y sobre los obstáculos que tuve al iniciar 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 provea se mantendrá confidencial y no será publicada en ninguna forma que sea personalmente identificable sin mi previo consentimiento. Se utilizará grabadora 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 del Participante / Fecha

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

Apéndice C: Preguntas de Clasificación

Tabla C1

Preguntas de Clasificación

Información	Pregunta	Fuentes de Evidencia	Alternativas
P1 Actividad Formal	¿Tiene licencia de funcionamiento vigente?	Registro de la Municipalidad y/o declaración del entrevistado	Sí, a P2 No, descontinuar.
P2 Participación en la propiedad	¿Es la única dueña del puesto ambulante?	Declaración del entrevistado	Sí, a P3 No, descontinuar.
P3 Tiempo que funciona dicho autoempleo	¿Tiene más de dos años trabajando como ambulante en dicho puesto?	Declaración del entrevistado	Sí, a P4 No, descontinuar.
P4 Fuente de Ingreso	¿Es el puesto ambulante su única fuente de ingreso?	Declaración del entrevistado	Sí, a P5 No, descontinuar.
P5 Empleados en el negocio	¿Tiene algún personal a cargo, es decir algún ayudante?	Verificación por observación del investigador y/o declaración del entrevistado	Si, descontinuar No, Terminar las preguntas.

Apéndice D: Protocolo

- a) Generalidades del estudio
 - A1. Antecedentes del estudio
 - A2. Objetivos del estudio
 - A3. Marco teórico
 - A4. Rol del protocolo en la investigación
- b) Procedimiento de Campo
 - B1. Datos de la mujer ambulante
 - B2. Pregunta de clasificación
 - B3. Invitación para la entrevista
 - B4. Carta de Consentimiento del entrevistado
 - B5. Calendario de las entrevistas
 - B6. Documentos disponibles antes de la entrevista
 - B7. Equipo de grabación / fotografía
- c) Preguntas del caso
 - C1. Guía de la entrevista
- d) Reporte del caso.
 - D1. Datos generales de la entrevista realizada
 - D2. Formato de consentimiento firmado por el entrevistado
 - D3. Documento y fotografía obtenido durante la entrevista
 - D4. Formatos de nota de campo
 - D5. Formatos de nota de entrevista
 - D6. Transcripción de la entrevista
 - D7. Reporte del investigador
 - D8 Narrativa sobre las respuestas a las preguntas de la guía de la entrevista.

Apéndice E: Guía de Entrevista

La guía de entrevista ha sido elaborada con el objetivo de obtener información de mujeres que se encuentran autoempleadas en el comercio ambulante, en el Cercado de Lima Metropolitana.

Parte I: Saludo e Introducción.

Buenos días. Muchas gracias por aceptar participar en este estudio. Usted al ser una mujer autoempleada entendemos que debe enfrentar algunos retos y dificultades en su rutina diaria, los cuales le pueden generar satisfacción y bienestar laboral. El objetivo del presente estudio es conocer cuáles son los factores que contribuyen con dicha satisfacción y bienestar.

Parte II: Aspectos sociodemográficos.

Nos gustaría iniciar con algunas preguntas generales.

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Seudónimo	P01	¿Cuál es su nombre?
Edad	P02	¿Cuál es su edad?
Estado civil	P03	¿Cuál es su estado o situación civil?
Ciudad de nacimiento	P04	¿En qué ciudad nació usted?
Distrito de residencia	P05	¿Actualmente, en qué distrito vive?
Tipo de vivienda	P06	¿Usted vive en una vivienda alquilada? De ser afirmativa la respuesta ¿Es usted la que paga por dicho alquiler?
	P07	¿Tiene servicios básicos como luz y agua?

Parte III: Antecedente educativos.

Continuemos con algunas preguntas sobre sus estudios.

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Grado de instrucción	P08	¿Cuál es el último estudio que ha realizado?
	P09	¿Y lo llegó a culminar?
Oportunidad	P10	¿Dónde lo realizó y en qué institución?
Proyección	P11	¿Por qué no continuo con otro tipo de estudio?
	P12	¿Tiene planeado continuar con algún estudio en el futuro?

Parte IV: Antecedente laborales e inicio en el comercio ambulante

Seguiremos con algunas preguntas sobre su experiencia laboral.

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Historia laboral	P13	¿Cuál fue su primer empleo? ¿Dónde?
	P14	¿Qué edad tenía?
	P15	¿Qué otros trabajos ha realizado? ¿Dónde?
	P16	¿Se sentía satisfecha laboralmente en esos otros trabajos?
Motivación para autoemplearse	P17	¿Cuáles fueron los motivos principales para abandonarlos?
	P18	¿Volvería a realizar esos trabajos?
	P19	¿Cuál es el motivo por el que se inició en el comercio ambulante?
	P20	¿Influenció alguna persona para que usted tenga este empleo?
	P21	¿Cuánto tiempo tiene ya en este puesto?

Parte V: Antecedentes familiares

Ahora continuaremos con algunas preguntas referentes a su familia.

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Aspecto familiar	P22	¿Cuántas personas componen su familia?
	P23	¿Con quienes vive en su casa?
Dependientes	P24	¿Tiene hijos? ¿Cuántos? ¿Cuántas personas dependen de usted?
Aspecto Familiar	P25	¿Algún (os) de sus familiares también esta autoempleado como ambulante?
Economía Familiar	P26	¿Cuántas personas aportan en la economía de su familia?

Parte VI: Ambiente laboral actual.

A continuación le haremos algunas preguntas sobre el ambiente en el que trabaja y el horario que tiene.

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Ambiente Físico	P27	¿Sufre o ha sufrido alguna enfermedad o molestia física a causa del ambiente en que trabaja?
	P28	¿Cuál es la postura en la que permanece la mayor parte del tiempo: parada, sentada o caminando?
	P29	¿Sufre o ha sufrido alguna enfermedad o molestia física a causa de su postura al trabajar?
	P30	¿Cuál es su horario de trabajo?
	P31	¿Cuánto tiempo le toma desplazarse desde su domicilio hasta su puesto de venta?
	P32	¿Su horario de trabajo le deja tiempo libre para realizar otras actividades?
	P33	¿Acostumbra usted desayunar, almorzar y cenar?
	P34	¿Sufre o ha sufrido alguna enfermedad o molestia física a causa de sus hábitos alimenticios?

Parte VII: Bienestar laboral

Continuemos con algunas preguntas sobre su bienestar laboral

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Economía	P35	¿Cómo se siente respecto a la ganancia obtenida diaria?
	P36	¿Qué sentimiento le produce no vender o vender poco: ansiedad, tristeza, enfado o depresión?
	P37	¿Cómo cree que su trabajo puede ayudar a usted y a su familia?

Parte VIII: Satisfacción laboral

Continuemos con algunas preguntas sobre la satisfacción que siente con su trabajo actual:

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Satisfacción	P38	¿Su trabajo le ofrece oportunidades de creatividad y utilizar su talento tal como usted lo desea?
	P39	¿Cree que su condición de mujer le ha impedido tener un mejor trabajo?
	P40	¿Considera que su trabajo es útil a la sociedad?
	P41	¿La relación con sus clientes y sus proveedores es positiva?
	P42	Haciendo una valoración general, ¿cómo se siente usted con su actividad laboral?
	P43	¿Cómo contribuye su trabajo actual para sentirse satisfecha laboralmente?
	P44	¿De qué manera se podría incrementar su grado de satisfacción laboral?

Parte IX: Facilidades para llegar a autoemplearse

A continuación le realizaremos unas preguntas respecto a las facilidades para iniciar el negocio.

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Facilidades de inicio	P45	¿Qué facilidades tuvo para iniciarse en este rubro?
Facilidades actuales	P46	¿Qué facilidades encuentra actualmente?

Parte X: Obstáculos que ha enfrentado para llegar a autoemplearse

Iniciar en este empleo debe haber tenido algunos obstáculos, continuemos con algunas preguntas acerca de ello.

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Obstáculos para iniciar	P47	¿Cuál fue el principal obstáculo que tuvo al iniciar en el comercio ambulante?
	P48	¿Considera que su condición de mujer fue un obstáculo para iniciar? - Explique por qué-
	P49	¿De qué manera el tener un familiar dependiente le limitaba el horario para iniciar en el comercio?
	P50	¿La falta de experiencia como comerciante ambulante fue un obstáculo al iniciar?
Obstáculos actuales	P51	¿Piensa usted que los trámites para la licencia son muy largos llegando a ser un obstáculo?
	P52	Actualmente, ¿qué dificultades encuentra en este negocio?
	P53	¿Considera usted que los informales (no tienen licencia) representan una dificultad para usted? Explique por qué.

Parte XI: Preguntas de cierre

Antes de concluir:

Información Requerida	Pregunta	Descripción
Cierre de entrevista	P54	¿Hay algún otro tema que considere importante comentar acerca de su experiencia como mujer autoempleada en el comercio ambulante?
	P55	¿Tendría algún problema si la contactamos nuevamente?
	P56	¿Podría darnos referencia para contactar a alguna amiga suya que tenga el mismo trabajo?



Apéndice F: Formatos

Nota de Entrevista con Expertos

Información General

Fecha de la entrevista

Hora de inicio

Hora de fin

Lugar de la entrevista

Nombre del entrevistado

Nombre del investigador

Principales Temas Conversados

Información Ofrecida



Firma del Investigador

Formato de Notas de Campo

Información General

Fecha de la entrevista

Hora de inicio

Hora de fin

Lugar de la entrevista

Nombre del entrevistado

Nombre del investigador

Notas Descriptivas

Comentario del Investigador



Firma del Investigador

Apéndice G: Clasificación del Giro – Detalle de la Base de Ambulantes

Tabla G1

Clasificación en Cuatro Rubros del Giro – Detalle Indicados Según la Base de Datos de Comerciantes Ambulantes

Clasificación	Giro – detalle		
Comestibles	Confitería		
	Fruta seleccionada		
	Golosinas		
Diarios / revistas / útiles / lotería	Art. Escritorio	Libros y revistas	
	Diarios y revistas	Loterías	
	Libros	Material educativo	
No perecibles	Art. De cuero	Caritas pintadas, muñecos decorativos artesanales	
	Art. De escritorio	Flores	
	Art. De limpieza, peluches, bijouteria	Fotografía	
	Artesanía peruana	Globos	
	Artesanías	Gorras y chalinas	
	Artículos de limpieza	Lencería	
	Artículos religiosos	Peluches y bijouteria	
	Bijouteria	Pilas y relojes	
	Bolsas	Rep. De anteojos	
		Servicios de lustrado de calzado	
	Preparación de alimentos	Anticuchos	Jugo de naranja
		Butifarras	Jugos, frutas
		Cachangas	Mazamorra
		Canchitas	P.t. (suspiro limeño)
		Ceviche	Panes
Choclos, papa c/huevo		Papa con huevo	
Choclo, papa c/huevo, habas		Picarones	
Comida		Potajes típicos	
Desayuno		Productos ecológicos canchitas	
Dulces limeños (mazamorra)		Refrigerios	
Emoliente		Sándwiches	
Emoliente y quinua		Sándwiches y/o bebidas digestivas	
Hígado y mollejas		Yuquitas fritas	

Apéndice H: Resultados de los Casos Analizados

Tabla H1

Matriz de los Resultados de los Casos Analizados

Casos	Procedencia	Edad	Relación sentimental	Número de dependientes	Motivo autoempleo	Dolencias por posturas	Molestias por hábitos alimenticios	Tiene tiempo para otras actividades
Alejandra	Apurímac (Provincia)	59	Separada o Divorciada	0	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X		X
Ana	Lima	24	Soltera	2	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X		
Ana A	Ayacucho (Provincia)	48	Soltera	3	Necesidad económica (Ayudar a familia)	X	X	
Blanca	Lima	49	Conviviente	3	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X	X	
Consuelo	Cuzco (Provincia)	42	Separada o Divorciada	3	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X	X	X
Diana	Lima	45	Casada	3	Iniciativa propia (Flexibilidad de tiempo)			X
Edita	Lima	46	Soltera	4	Necesidad económica (Inculcó familia)	X	X	
Elena	Lima	39	Soltera	1	Necesidad económica (Ayudar a familia)	X	X	X
Elisa	Cerro de Pasco (Provincia)	40	Separada o Divorciada	2	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X	X	
Geraldine	Lima	30	Soltera	2	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X	X	X

Tabla H1 (Continuación)

Matriz de los Resultados de los Casos Analizados

Casos	Procedencia	Edad	Relación sentimental	Número de dependientes	Motivo autoempleo	Dolencias por posturas	Molestias por hábitos alimenticios	Tiene tiempo para otras actividades
Gladys	Huancayo (Provincia)	49	Soltera	3	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X		X
Humberta	Junín (Provincia)	72	Casada	0	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X	X	X
Juana	Lima Provincia (Provincia)	64	Casada	4	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X		X
Juana A	Huancayo (Provincia)	45	Casada	2	Iniciativa propia (Flexibilidad de tiempo)			X
Julia	Huancayo (Provincia)	46	Conviviente	3	Necesidad económica (Mantener hogar propio)			
Luzmila	Lima	54	Separada o Divorciada	1	Necesidad económica (Mantener hogar propio)			
María A	Huancayo (Provincia)	41	Soltera	2	Iniciativa propia (Tener negocio propio)			X
María B	Lima	33	Viuda	3	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X		X
María C	Lima	47	Conviviente	2	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X		
Maribel	Lima	36	Soltera	2	Necesidad económica (Ayudar a familia)	X	X	
Maritza	Lima	58	Separada o Divorciada	2	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X	X	

Tabla H1 (Continuación)
Matriz de los Resultados de los Casos Analizados

Casos	Procedencia	Edad	Relación sentimental	Número de dependientes	Motivo autoempleo	Dolencias por posturas	Molestias por hábitos alimenticios	Tiene tiempo para otras actividades
Mercedes	Cajamarca (Provincia)	43	Viuda	3	Necesidad económica (Mantener hogar propio)			
Nataly	Lima	27	Soltera	2	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X		
Pilar	Cusco (Provincia)	51	Soltera	1	Necesidad económica (Ayudar a familia)	X	X	X
Raquel	Lima	50	Soltera	3	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X		
Rosario	Lima	55	Conviviente	1	Necesidad económica (Ayudar a familia)	X		
Sandy	Lima	26	Soltera	2	Iniciativa propia (Tener negocio propio)			X
Sorayda	Lima	56	Soltera	1	Necesidad económica (Ayudar a familia)			X
Veronika	Lima	35	Casada	1	Necesidad económica (Mantener hogar propio)	X	X	X
Yolanda	Lima	47	Soltera	2	Necesidad económica (Ayudar a familia)	X	X	X

Apéndice I: Red de Familias de Códigos

