

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



Emprendimiento Rural Femenino en el Perú

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS
OTORGADO POR LA
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

PRESENTADA POR

Ronald A. Solórzano Loayza

Juan C. Altamirano Romero

Juan F. Quezada Torres

Cynthia M. Aranda Álvarez

Asesor: Dra. Beatrice E. Avolio Alecchi

Surco, setiembre 2014

Tabla de Contenidos

Capítulo I: Introducción	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Definición del Problema	3
1.3 Propósito de la Investigación	5
1.4 Importancia de la Investigación	6
1.5 Naturaleza de la Investigación	6
1.6 Preguntas de la Investigación.....	6
1.7 Supuestos	7
1.8 Limitaciones.....	7
1.9 Delimitaciones	7
1.10 Resumen.....	8
Capítulo II: Revisión de la Literatura	10
2.1 Mapa de Exploración de la Literatura.....	11
2.2 Motivación de las Mujeres para Iniciar Empresa.....	11
2.3 Emprendimiento.....	18
2.4 Características de los Emprendimientos	19
2.5 La Actividad Empresarial de la Mujer.....	22
2.6 Concepción Rural.....	24
2.7 Emprendimiento Rural de la Mujer	25
2.8 Situación de la Mujer Rural en el Perú	26
2.9 Características Socioculturales	30
2.10 Organizaciones que Apoyan Emprendimientos de Mujeres	31
2.11 Barreras que Enfrentan Mujeres Empresarias.....	32
2.12 Perspectivas Femeninas en el Proceso de Iniciar Empresas	33
2.13 Estilos de Administración de los Negocios de Mujeres.....	34
2.14 Estrategias Desarrolladas por Mujeres como Clave de Éxito en los Negocios.....	36
2.15 Prácticas Administrativas que Permiten el Éxito en los Negocios	38
2.16 Oportunidad y Barreras para el Crecimiento del Negocio	38
2.17 Resumen.....	40
2.18 Conclusiones	44

Capítulo III: Método	47
3.1 Diseño de la Investigación	48
3.2 Consentimiento Informado	49
3.3 Población y Selección de Casos.....	50
3.3.1 Muestreo.....	50
3.3.2 Estrategias	51
3.4 Confidencialidad	55
3.5 Procedimiento de Recolección de Datos.....	55
3.5.1 Fuentes de Evidencia.....	55
3.5.2 Protocolo del Caso	57
3.5.3 Casos Piloto.....	57
3.5.4 Esquema de las Entrevistas	57
3.6 Instrumentos.....	59
3.7 Procedimientos de Registro de Datos	60
3.8 Análisis e Interpretación de Datos	61
3.9 Validez y Confiabilidad	64
3.10 Resumen.....	65
Capítulo IV: Presentación y Discusión de Resultados	68
4.1 Perfil de las Informantes	68
4.2 Características Socioculturales de las Mujeres Emprendedoras Rurales.....	73
4.2.1 Características Demográficas.....	73
4.2.2 Antecedentes Educativos	77
4.2.3 Antecedentes Laborales	80
4.2.4 Antecedentes Familiares	85
4.3 Habilidades Administrativas de las Mujeres Emprendedoras Rurales	93
4.4 Influencia de las Asociaciones Vinculadas a las Mujeres sobre los Emprendimientos Rurales	101
4.5 Naturaleza de los Emprendimientos de Mujeres Rurales	106
4.6 Factores para Optar por la Actividad Emprendedora en el Ámbito Rural.....	110
4.7 Perspectivas de Desarrollo de las Mujeres Emprendedoras Rurales	118
4.8 Barreras y Oportunidades para Iniciar sus Emprendimientos en el Ámbito Rural	126
4.8.1 Barreras	126
4.8.2 Oportunidades	131
4.9 Análisis Transversal de los Casos.....	136

4.9.1	Relación entre Características Demográficas y Factores que Influenciaron Optar por el Emprendimiento.....	137
4.9.2	Relación entre Antecedentes Educativos y Factores que Influenciaron Optar por el Emprendimiento	139
4.9.3	Relación entre Antecedentes Laborales y Factores que influenciaron Optar por el emprendimiento.....	140
4.9.4	Relación entre Antecedentes Familiares y Factores que Influenciaron Optar por el Emprendimiento	140
4.9.5	Relación entre Características Demográficas e Influencia de las Asociaciones Vinculadas a Mujeres Rurales.....	140
4.9.6	Relación entre Características Demográficas y Barreras para el Inicio del Emprendimiento.....	142
4.9.7	Relación entre Antecedentes Educativos y Barreras para el Inicio del Emprendimiento.....	146
4.9.8	Relación entre Antecedentes Laborales y Barreras para el Inicio del Emprendimiento.....	147
4.9.9	Relación entre Antecedentes Familiares y Barreras para el Inicio del Emprendimiento.....	147
4.9.10	Relación entre Características Demográficas y Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento.....	148
4.9.11	Relación entre Antecedentes Educativos y Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento.....	149
4.9.12	Relación entre Antecedentes Laborales y Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento.....	151
4.9.13	Relación entre Antecedentes Familiares y Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento.....	151
Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones		154
5.1	Conclusiones	154
5.2	Recomendaciones	160
5.2.1	Recomendaciones Prácticas	160
5.2.2	Recomendaciones Teóricas.....	161
Referencias.....		162
Apéndice A. Ordenamiento de las Investigaciones.....		171
Apéndice B. Formatos de Notas.....		174
Apéndice C. Consentimiento Informado.....		176
Apéndice D. Protocolo del Caso		177
Apéndice F. Guía de la Entrevista.....		179

Apéndice G. Mapa del Departamento de La Libertad..... 185
Apéndice H. Mapa del Departamento de Lima 186
Apéndice I. Relación del Análisis Transversal de Casos 187



Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Perfil de las Informantes</i>	69
Tabla 2. <i>Tasa de Respuesta de las Informantes</i>	70
Tabla 3. <i>Edad Actual de las Informantes</i>	71
Tabla 4. <i>Procedencia de las Informantes (respecto al lugar de nacimiento)</i>	71
Tabla 5. <i>Maternidad de las Informantes</i>	71
Tabla 6. <i>Nivel Educativo Alcanzado por las Informantes</i>	72
Tabla 7. <i>Giro del Emprendimiento según Sector Económico</i>	72
Tabla 8. <i>Años de Funcionamiento del Emprendimiento</i>	72
Tabla 9. <i>Estadísticas de la Información de los Casos de Estudio</i>	73
Tabla 10. <i>Procedencia de las Informantes (respecto al lugar de nacimiento)</i>	75
Tabla 11. <i>Edad y Situación Familiar Actual</i>	76
Tabla 12. <i>Edad y Situación Familiar al Momento de Convertirse en Emprendedoras de su Negocio Actual</i>	77
Tabla 13. <i>Nivel de Educación Previo al Emprendimiento</i>	79
Tabla 14. <i>Nivel Educativo Adicional a la Educación Básica</i>	79
Tabla 15. <i>Relación entre el Tipo de Educación Previo al Emprendimiento y la Naturaleza del Negocio</i>	80
Tabla 16. <i>Tipo de Experiencia Laboral Previo al Emprendimiento (cualquier empleo)</i>	81
Tabla 17. <i>Actividades Principales de Experiencia Laboral Previo al Emprendimiento</i>	82
Tabla 18. <i>Empleo Formal Previo al Emprendimiento</i>	82
Tabla 19. <i>Años de Experiencia Previos al Emprendimiento</i>	83
Tabla 20. <i>Edad en que Empezaron a Trabajar</i>	83
Tabla 21. <i>Relación entre Experiencia Laboral Previo y la Naturaleza del Emprendimiento en Mujeres Rurales</i>	85
Tabla 22. <i>Actividad Laboral de los Familiares de las Mujeres Rurales Previo al Emprendimiento</i>	86
Tabla 23. <i>Educación de la Madre, Padre o Esposo/Pareja Previo al Emprendimiento</i>	87
Tabla 24. <i>Miembros de la Familia con Apoyo en el Emprendimiento</i>	87
Tabla 25. <i>Responsabilidades de las Mujeres en su Rol de Madre en el Momento de Optar por el Emprendimiento</i>	91
Tabla 26. <i>Responsabilidades de las Mujeres en su Rol de Madre en el Momento de Optar por el Emprendimiento (hijos dependientes o independientes)</i>	92

Tabla 27. <i>Roles en el Cuidado de los Hijos</i>	92
Tabla 28. <i>Responsabilidades Domésticas</i>	92
Tabla 29. <i>Responsabilidad Económica en el Hogar</i>	93
Tabla 30. <i>Apoyo del Esposo en el Momento que la Mujer Inició su Emprendimiento</i>	93
Tabla 31. <i>VARIABLES DE MEDICIÓN SOBRE HABILIDADES ADMINISTRATIVAS</i>	94
Tabla 32. <i>Habilidades Administrativas de las Mujeres Emprendedoras Rurales</i>	95
Tabla 33. <i>Influencia de Asociaciones Vinculadas a Mujeres Emprendedoras</i>	104
Tabla 34. <i>Influencia del Emprendimiento en la Vida Familiar</i>	105
Tabla 35. <i>Apoyo Emocional para el Desarrollo del Emprendimiento</i>	105
Tabla 36. <i>Años desde el Inicio del Emprendimiento</i>	109
Tabla 37. <i>Formalidad de los Emprendimientos</i>	109
Tabla 38. <i>Horas Dedicadas al Emprendimiento</i>	110
Tabla 39. <i>Fuentes de Capital para el Emprendimiento.</i>	110
Tabla 40. <i>Circunstancias y Motivos Identificados en Mujeres Emprendedoras Rurales</i>	112
Tabla 41. <i>Factores que han Estimulado a las Mujeres Rurales Optar por la Actividad Emprendedora</i>	113
Tabla 42. <i>Matriz de Circunstancias y Motivos Identificados en las Mujeres Emprendedoras Rurales</i>	114
Tabla 43. <i>Perspectivas de Desarrollo en los Emprendimientos de Mujeres Rurales</i>	122
Tabla 44. <i>Diversificación en el Emprendimiento Actual</i>	124
Tabla 45. <i>Capacitación para el Desarrollo de sus Negocios</i>	125
Tabla 46. <i>Disposición para Generar Alianzas con otras Emprendedoras</i>	125
Tabla 47. <i>Barreras para el Inicio del Emprendimiento</i>	130
Tabla 48. <i>Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento</i>	135
Tabla 49. <i>Relaciones del Análisis Transversal de Casos sobre Factores que Influenciaron Optar por el Emprendimiento</i>	138
Tabla 50. <i>Relaciones del Análisis Transversal de Casos sobre la Influencia de Asociaciones de Mujeres Rurales Vinculada al Emprendimiento</i>	141
Tabla 51. <i>Relaciones del Análisis Transversal de Casos sobre Barreras para el Inicio del Emprendimiento</i>	145
Tabla 52. <i>Relaciones del Análisis Transversal de Casos sobre Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento</i>	150

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Mapa de la Literatura sobre las Principales Investigaciones en el Contexto del Emprendimiento Rural Femenino en el Perú.....	12
<i>Figura 2.</i> Análisis Individual y Transversal Casos sobre el Perfil de Mujeres Emprendedoras Rurales	153



Dedicatoria

A mi familia, quienes son la fuente principal de mi inspiración y esfuerzo. A mi equipo de Tesis, quienes con su dedicación, orgullo y pasión han hecho realidad este proyecto.

Ronald A. Solórzano Loayza

A mi familia, mi fuente de energía y constante motivación para esforzarme en mejorar cada día.

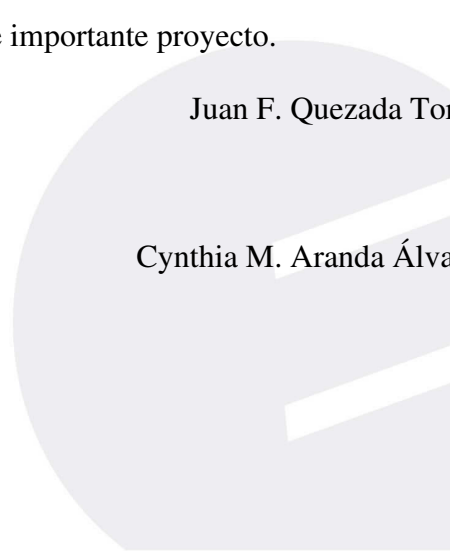
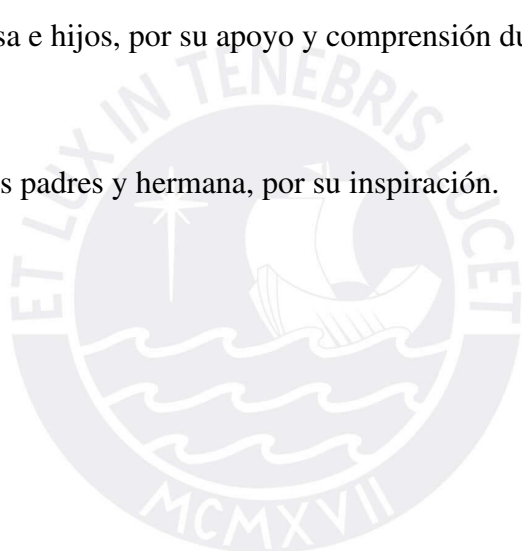
Juan C. Altamirano Romero

A mis padres y hermanos, por su apoyo constante y ejemplo de perseverancia. A mis queridos abuelos, quienes siempre me orientaron y motivaron a cumplir mis metas. A mi esposa e hijos, por su apoyo y comprensión durante este importante proyecto.

Juan F. Quezada Torres

A mis padres y hermana, por su inspiración.

Cynthia M. Aranda Álvarez



Capítulo I: Introducción

En el Perú, las mujeres empresarias representan una proporción importante en la actividad económica; sin embargo, ha sido un caso poco estudiado dado que la información existente es escasa, y por tanto la información estadística y el perfilamiento cualitativo actual no permite entender su realidad para profundizar en su desarrollo.

En el contexto rural, el que una mujer pobre participe en la actividad emprendedora puede ser una oportunidad para salir de la pobreza. En el Perú, existen diversas iniciativas cuyo objetivo es promover el desarrollo económico rural a través del financiamiento y fortalecimiento de emprendimientos rurales; sin embargo, se tiene escasa información sobre las características de las empresas y de las personas que las manejan, especialmente de aquellas formadas por mujeres. La presente investigación no intenta develar todas las características relacionadas al emprendimiento rural femenino en el Perú ni determinar perfiles específicos de la mujer empresaria rural, pero presenta una contribución importante al conocimiento de la actividad empresarial de las mujeres en un determinado contexto rural y una aproximación al perfil y las características de sus empresas.

1.1 Antecedentes

En las últimas décadas en el mercado laboral mundial el papel de la mujer trabajadora ha alcanzado una mayor participación en los países desarrollados (OIT, 2008). En Estados Unidos la esfera de mujeres empresarias ha crecido: en la actualidad son propietarias del 25% de las empresas; en Canadá las mujeres establecen dos tercios de las nuevas empresas; en Finlandia las mujeres poseen el 30% de las empresas; y en Suecia y Francia 25% y 21% respectivamente (Zabludowski, 2001). En América Latina, la actividad empresarial femenina registra desde 1990 una creciente importancia y ascenso: entre 25% y 35 % de los empleadores son de este género (Weeks & Seiler, 2001).

Entre 1990 y 2005, en América Latina las mujeres del ámbito rural aumentaron su participación en la población económicamente activa, pero este crecimiento es inferior al de los hombres rurales (Ballara & Parada, 2009).

Existen diferentes criterios para definir el concepto de rural. El término rural se define como “perteneiente o relativo a la vida del campo y a sus labores” (Real Academia de la Lengua, 2001). Otras acepciones del término, indican que el término rural está relacionado al número de personas que viven en una determinada localidad en el campo (alrededor de 2,000 personas); al número de viviendas contiguas como en el caso de Perú; o aquella que implica una definición legal del término, como en los casos de Brasil, Ecuador, Guatemala y Uruguay; o en el hecho de encontrarse fuera de la denominada “cabecera municipal”, como en los casos de Colombia, República Dominicana, El Salvador y Paraguay. En general, casi ningún país utiliza exactamente la misma definición que otro y varios la han modificado a lo largo de los años (Dirven, 2004; Dirven et al., 2011). Para efectos de la presente investigación, se considerará que un área o zona es rural bajo la definición del número de personas que viven en una determinada localidad en el campo (territorios con 500 a menos de 2 mil habitantes), que se corrobora por la definición oficial del Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú (INEI, 2010). Por efecto complementario, el área urbana en la definición del INEI (2010) es el territorio integrado por 2 mil y más habitantes, con viviendas que se forman una agrupación contigua de manzanas y calles.

El emprendimiento puede ser entendido desde la perspectiva de un fenómeno social con actividades relacionadas con el descubrimiento, la evaluación y la explotación de oportunidades (Shane y Venkatamaran, 2000). El término emprendedor se define como el “que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas” (Real Academia de la Lengua, 2001). Otra definición de emprendedor, desde el punto de vista económico, refiere a aquella persona que planea, ejecuta y desarrolla un proyecto de negocio o empresa, con la

finalidad de aprovechar oportunidades de mercado o satisfacer necesidades de generación de ingreso propio (León y Huari, 2010). Para efectos de la presente investigación, se considerará el término emprendedor aquel planteado por León y Huari (2010).

1.2 Definición del Problema

La población del Perú bordea los 30 millones de habitantes, de los cuales el 50.3% son mujeres, de ellas el 23% habitan las zonas rurales; es decir, un total 3'500,000 mujeres rurales. Si bien la mayoría de las comunidades indígenas habitan en la zona sierra y costa representando el 95% de las mujeres rurales, la población indígena amazónica femenina únicamente participan con sólo el 5% (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2009).

El 55% de las mujeres rurales trabajadoras no tiene nivel educativo, el 30% cuenta solo con educación primaria, mientras que menos del 10% alcanzó el nivel de educación secundario (Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, 2009).

En relación al emprendimiento, en el Perú existen aproximadamente 6'300,000 de emprendedores, de los cuales 3'065,000 son mujeres. Las mujeres tienen la misma capacidad que el hombre para establecer un negocio nuevo, pero lamentablemente no existe la suficiente motivación por parte de las instituciones para desarrollar estos emprendimientos (Serida, Borda, Nakamatzu, Morales & Yamakawa, 2005).

En cuanto a la institucionalidad estatal, los objetivos estratégicos de los diferentes ministerios no contemplan un apoyo explícito al emprendimiento de las mujeres, mucho menos al de las mujeres del ámbito rural. En términos generales, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), está enfocado a la equidad y a la erradicación la violencia contra la mujer; mientras que el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), contempla el fomento de un sistema democrático de relaciones laborales y garantiza el cumplimiento de los derechos laborales; en tanto que el Ministerio de Desarrollo e Inclusión

Social (MINDIS) se basa en mejorar la calidad de vida de la población en situación de vulnerabilidad y pobreza; Sin embargo, articula programas de apoyo a través del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES) y el MIMP en la generación de oportunidades económicas en hogares rurales pobres extremos y excluidos.

Iniciativas no gubernamentales como el caso de la ONG Manuela Ramos, poseen una línea estratégica de capacitación a mujeres empresarias a fin de promover el desarrollo y comercialización de sus productos; así mismo, brindan asistencia técnica y proyectos de servicios financieros como CrediMujer, cuyo programa beneficia a mujeres del campo y ciudad por medio de bancos comunales y créditos individuales. El caso del Centro de la Mujer Peruana (CMP) Flora Tristán, asociación civil sin fines de lucro, quienes a través de su programa de desarrollo rural, propicia el acceso de mujeres a recursos productivos, sociales e institucionales. Así mismo, la organización española de cooperación que opera en el Perú a través de Ayuda en Acción Perú, promueve dentro de sus ejes estratégicos un modelo para el fortalecimiento de capacidades y la dinamización de economías locales en zonas pobres del país, contando con programas orientados al derecho de las mujeres. El caso de Pro Mujer, organización para el desarrollo de la mujer y promoción a través de servicios financieros, capacitación empresarial, empoderamiento y cuidado a la salud. El caso de la ONG de Fomento de la vida (FOVIDA), que promueve la dinamización de economías urbanas y rurales, con un eje estratégico transversal en la equidad de género. De esta forma, estas iniciativas no gubernamentales contribuyen a la promoción de emprendimientos y acceso de las mujeres a servicios financieros y no financieros, orientados a la creación y desarrollo de sus iniciativas económicas para mejorar los ingresos familiares.

Convertir a la mujer en microempresaria, permite que estas puedan generar nuevas formas de ingreso logrando así aumentar el nivel de su calidad de vida y el de su familia; sin embargo, para gestionar empresas se necesita un nivel medio de capacitación en funciones

básicas, y por lo general la mujer rural carece de formación profesional (Monares, Monares & Bustamante, 2001).

En el Perú los estudios sobre mujeres rurales y sus empleos han sido escasos. El presente estudio busca presentar una contribución importante al conocimiento de la actividad empresarial de las mujeres en un determinado contexto rural y una aproximación al perfil y las características de sus empresas.

1.3 Propósito de la Investigación

El estudio tiene como propósito conocer e identificar las características del emprendimiento femenino en el ámbito rural del Perú, a través de una exploración cualitativa de casos de mujeres emprendedoras rurales sobre: (i) sus características socioculturales (demografía y antecedentes educativos, laborales y familiares); (ii) sus habilidades administrativas; (iii) la influencia de sus asociaciones; (iv) la naturaleza de sus emprendimientos; (v) los factores que las han estimulado a optar por la actividad emprendedora; (vi) sus perspectivas de desarrollo; y (vii) las principales barreras y oportunidades que enfrentan al iniciar sus emprendimientos.

El estudio tiene cuatro propósitos específicos:

- a) Identificar el perfil de las mujeres emprendedoras rurales mediante el desarrollo de casos típicos de emprendimiento que explore sus características socioculturales (demográficas, educativas, laborales, y familiares).
- b) Determinar los factores que han estimulado a las mujeres rurales optar por la actividad emprendedora.
- c) Identificar la influencia de las asociaciones vinculadas a las mujeres sobre los emprendimientos rurales.
- d) Identificar las principales barreras y oportunidades para el inicio de los emprendimientos formados por mujeres rurales.

1.4 Importancia de la Investigación

La importancia del estudio radica en que los resultados permitirán ampliar el conocimiento del desempeño empresarial y las características de la mujer en el ámbito rural del Perú, generando una herramienta que fomente el desarrollo de nuevas formas de abordar a este tipo de perfil para profundizar en el diseño de programas y políticas de apoyo, orientados a estimular sus capacidades y aumentar las probabilidades de éxito de sus esfuerzos empresariales.

1.5 Naturaleza de la Investigación

La investigación tiene un alcance descriptivo y utiliza un enfoque cualitativo. La metodología cualitativa utilizada será la de estudios de casos múltiples bajo un diseño integral. Se considera que el abordaje del estudio bajo este enfoque es el más adecuado por las siguientes razones: (a) permite obtener respuestas adecuadas a las preguntas “cuál” y “por qué”, (b) permite una riqueza interpretativa que resultará en la búsqueda de patrones y perfiles deseados, y (c) permite conocer información sobre el comportamiento de la mujer empresaria en el ámbito rural que se desempeña. Se examinan casos múltiples dado que proporcionan una mayor riqueza interpretativa que un solo caso, evidencia un resultado más completo y aumenta la consistencia de los resultados (Yin, 2003).

1.6 Preguntas de la Investigación

La pregunta principal de la investigación es: ¿Cuáles son las características del emprendimiento rural femenino del Perú?

El estudio es una exploración cualitativa, donde se plantea abordar las siguientes preguntas específicas:

- a) ¿Cuál es el perfil de las mujeres emprendedoras rurales?
- b) ¿Qué factores han estimulado a las mujeres rurales optar por la actividad emprendedora?

- c) ¿Cuál es la influencia de las asociaciones vinculadas a las mujeres sobre los emprendimientos rurales?
- d) ¿Cuáles son las principales barreras y oportunidades para el inicio de los emprendimientos formados por mujeres rurales?

1.7 Supuestos

En el Perú, existen diversas iniciativas empresariales enfocadas en el contexto geográfico, legal, socioeconómico, además del enfoque de género, cuyo objetivo principal es promover el desarrollo económico. En ese sentido, en el ámbito geográfico los emprendimientos rurales presentan diferentes características a los emprendimientos urbanos, por el contexto sociocultural en el que se desarrollan; así también, los relacionados a los emprendimientos de género que presentan diferentes patrones de desarrollo.

Las respuestas de entrevistas y encuestas que se realizarán como parte del trabajo de campo, serán asumidas como reales y sin sesgo. En relación a los estudios de casos múltiples se buscarán modelos típicos de emprendimiento.

1.8 Limitaciones

Las limitaciones de la investigación son: (a) las dificultades para investigar a las mujeres rurales emprendedoras e informales, por la limitada disponibilidad de una base de datos amplia sobre la cual construir muestras representativas para realizar los estudios de caso, lo que puede comprometer la relevancia y consistencia de las conclusiones; y (b) la logística desplegada para evaluar zonas alejadas a las ciudades.

1.9 Delimitaciones

Las delimitaciones del estudio son: (a) el estudio se centra en las zonas rurales del Perú, en los Departamentos de La Libertad y Lima (Apéndice G y Apéndice H), en ambos casos, por constituir regiones del país con la mayor perspectiva de negocios y emprendimiento, ofreciendo una mejor muestra de casos típicos de mujeres emprendedoras

rurales. En ese sentido, los resultados sólo son válidos para las zonas rurales de ambos departamentos; (b) los casos de emprendimientos de mujeres rurales, incluyen negocios sin un tiempo de funcionamiento específico; sin embargo, se consideran emprendimientos de aquellas mujeres que le generen una necesidad de ingresos para asegurar un compromiso respecto a sus negocios; (c) la investigación está enmarcada hacia el desarrollo de casos múltiples sobre emprendimientos rurales formales e informales, dado que permitirán contar con una base de datos más amplia sobre el cual se puede desarrollar evidencias a partir de la información de este perfil.

1.10 Resumen

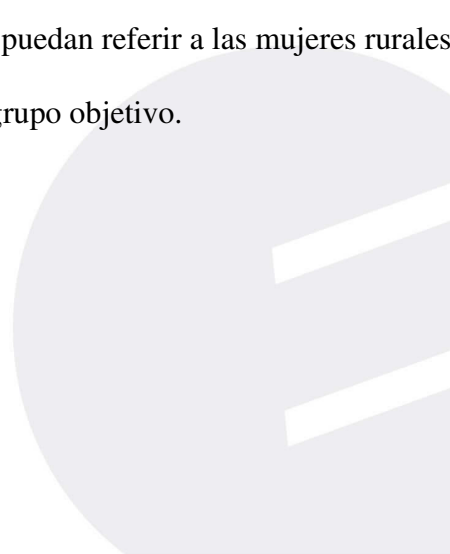
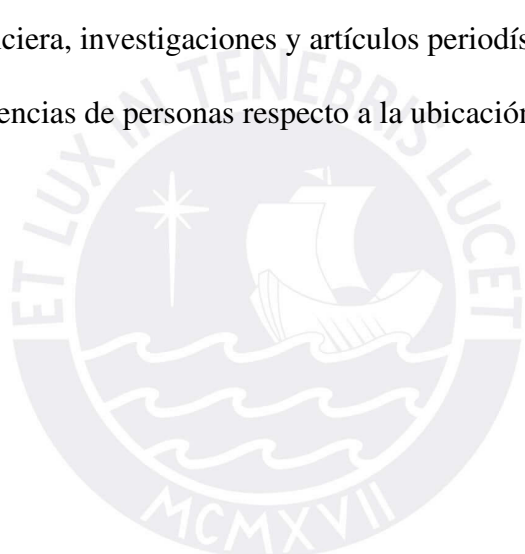
En la actualidad, en nuestro país, las mujeres empresarias representan una proporción importante en la actividad económica; sin embargo, han sido un caso poco estudiado dado que la información existente es escasa, y por tanto la información estadística y el perfilamiento cualitativo actual no permite entender su realidad para promover su desarrollo. En el contexto rural, existen diversas iniciativas cuyo objetivo es promover el desarrollo económico a través del financiamiento y fortalecimiento de emprendimientos; sin embargo, se tiene escasa información sobre las características de las empresas y de las personas que las manejan, especialmente las formadas por mujeres.

El propósito general de esta investigación es conocer e identificar las características del emprendimiento femenino en el ámbito rural del Perú.

El estudio tiene cuatro propósitos específicos. El primero, identificar el perfil de las mujeres emprendedoras rurales mediante el desarrollo de casos típicos de emprendimiento que explore sus características socioculturales (demográficas, antecedentes educativos, laborales, y familiares). El segundo, determinar los factores que han estimulado a las mujeres rurales optar por la actividad emprendedora. El tercero, identificar la influencia de las asociaciones vinculadas a las mujeres sobre los emprendimientos rurales. El cuarto, identificar

las principales barreras y oportunidades para el inicio de los emprendimientos formados por mujeres rurales.

La investigación se centra en las zonas rurales del Perú, en los Departamentos de La Libertad y Lima (Apéndice G y Apéndice H), en ambos casos, por constituir regiones del país con la mayor perspectiva de negocios y emprendimientos, siendo los resultados válidos solo para las zonas rurales de ambos departamentos. Los casos se desarrollarán en el marco de emprendimientos rurales formales e informales. En razón de la escasa disponibilidad de información de emprendimientos femeninos rurales, se hará uso de fuentes de información alternativas para contar con una aproximación al caso de estudio como: mujeres empresarias que solicitaron financiamiento o participan en actividades relacionadas en una entidad financiera, investigaciones y artículos periodísticos que puedan referir a las mujeres rurales o referencias de personas respecto a la ubicación de este grupo objetivo.



Capítulo II: Revisión de la Literatura

Conocer las circunstancias del emprendimiento de la mujer en el contexto rural, es ingresar a una ventana de oportunidad, donde el conocimiento será enfocado hacia un campo poco explorado por la naturaleza del emprendimiento en esa realidad, mayormente informal, y por la importancia que viene registrando la presencia de la mujer en la actividad empresarial.

Los estudios iniciales sobre el desarrollo de la mujer como empresaria, estuvieron orientados hacia un marco general para conocer los antecedentes y aspectos característicos de su empresa. Investigaciones recientes, cuentan con un marco más amplio en el que se aborda la problemática de género, sobre su desempeño en la administración del negocio, sobre el rol contrapuesto entre la empresa y la familia, y la visión como líder de una organización. En el marco de esta creciente literatura; sin embargo, el emprendimiento rural de la mujer es un tópico poco abordado y del cual no se tiene mucha información.

Las investigaciones abordan principalmente los emprendimientos en general, en algunos casos se realizan clasificaciones de género, pero no se considera el tema rural como principal foco de las investigaciones. Los estudios iniciales se dedicaron a entender las características sociales, las limitaciones y oportunidades que poseen, así como el papel que desempeñan en la comunidad las mujeres rurales. Los estudios más recientes abordan de manera indirecta la participación de la mujer rural; sin embargo, organismos multilaterales, entidades estatales y organizaciones privadas muestran cada vez más interés al respecto.

El presente capítulo examina la literatura existente sobre el emprendimiento de mujeres rurales en el Perú y el mundo, la temática ha sido organizada desde lo general hacia lo específico. Inicialmente se abordan los factores motivacionales para el inicio de la actividad empresarial, se presentan definiciones clásicas de emprendimiento, para luego abordarlo en el marco de las actividades productivas, en el contexto de la mujer y sobre un entorno de desarrollo rural. Se incluye literatura relacionada al desempeño de los negocios

emprendidos por mujeres y acerca de los procesos de administración y del entorno como factores determinantes del éxito para desarrollar negocio.

2.1 Mapa de Exploración de la Literatura

El mapa de exploración de la literatura (Figura 1) relaciona los conceptos de la investigación y las principales investigaciones en el contexto del emprendimiento femenino. El mapa se complementa con el Apéndice A, que incluye el ordenamiento, en detalle, de las investigaciones y los autores que tocan cada tema abordado.

2.2 Motivación de las Mujeres para Iniciar Empresa

De acuerdo a Mitchell (2004), para entender las circunstancias del emprendimiento, en primera instancia hay que conocer los antecedentes del emprendedor, así como de sus motivaciones en la generación de la actividad empresarial. Entender las motivaciones del emprendedor para el inicio de la actividad empresarial, es ingresar a un terreno complejo debido a la intervención de una serie de variables que no necesariamente están orientadas a un resultado único. Primero es necesario entender que la motivación es el proceso que involucra la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo hacia el logro de un objetivo (Robbins y Judge, 2009); es decir, la motivación debe ser entendida como el motor generador de la conducta humana.

McClelland (1961), por ejemplo, orienta la motivación del emprendedor hacia su necesidad de logro, poder y afiliación, posteriormente Steers y Braunstein (1976, citado por Avolio, 2008), complementan la teoría señalando que los cuatro motivos a medir son: logro, poder, afiliación y autonomía, dado a que estas cuatro variables influyen en las actitudes y comportamiento laboral. La necesidad de logro está orientada a la excelencia, al logro respecto de un conjunto de estándares, a luchar por un triunfo. Las personas influenciadas por este motivo tienen deseo de la excelencia, apuestan por el trabajo bien realizado, aceptan responsabilidades y necesitan *feedback* constante sobre su actuación (Merlano, 2010).

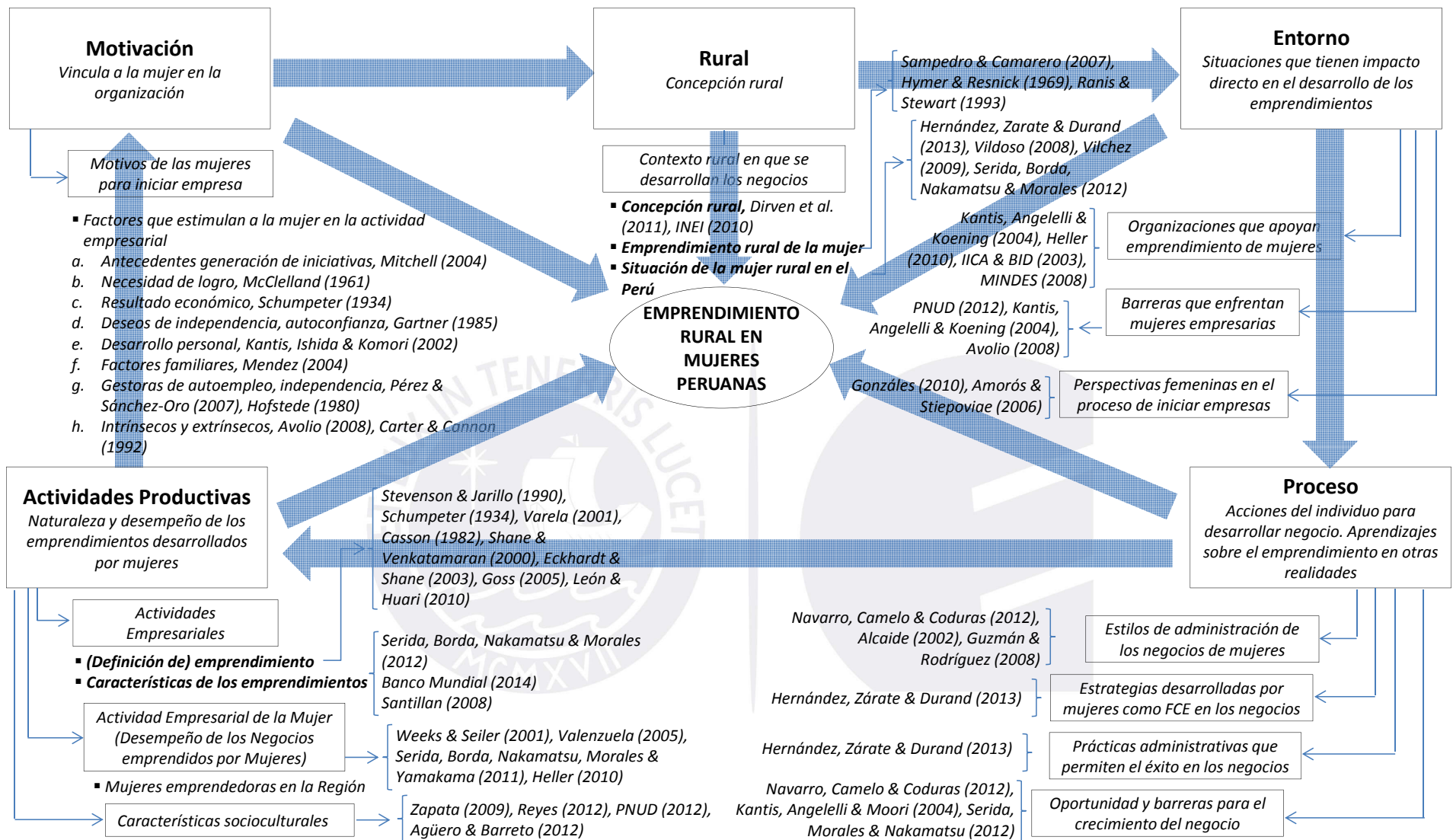


Figura 1. Mapa de la Literatura sobre las Principales Investigaciones en el Contexto del Emprendimiento Rural Femenino en el Perú

La necesidad de poder, entendida como aquella necesidad de poder influir en las personas, hacer que otros se comporten en una forma que de otro modo, no lo harían. Las personas influenciadas por este motivo les gustan que se las considere importantes, y desean adquirir progresivamente prestigio y status. La necesidad de afiliación se entiende como el deseo de tener relaciones interpersonales amistosas y cercanas, formar parte de un grupo; y la necesidad de autonomía es el deseo de ser independiente y actuar.

Otros estudios científicos han enfocado la figura del empresario desde la perspectiva de la innovación y del progreso económico, iniciando con los escritos de Schumpeter (1934) y dando lugar a estudios posteriores en esa línea. Otros estudios ponen énfasis en que los rasgos motivacionales de los empresarios son sus deseos de independencia, autoconfianza o rasgos propios de la personalidad (Gartner, 1985).

Kantis, Ishida y Komori (2002) revelaron, en un estudio desarrollado sobre la empresarialidad en economías emergentes entre Asia y América Latina, que las principales motivaciones de los emprendedores son la necesidad de realización y desarrollo personal, así como el desarrollo de un compromiso social del emprendedor, basado en su interés por contribuir a la sociedad. Otro aspecto que influye en la motivación es la generación de ingresos; sin embargo, esta motivación ha sido la menos gravitante que otros factores no monetarios. El estudio indicó además que el deseo de ser su propio jefe, interpretado como expresión de búsqueda de la independencia, fue identificado como factor motivador en la mitad de los casos en ambas regiones.

En esa misma línea de investigación, Hofstede (1980), a partir de un estudio sobre valores culturales en 40 países, aporta un punto de vista relacionado a la motivación y la independencia. Refiere que en los países asiáticos y latinoamericanos presentan una mayor aceptación de jerarquías y menor valoración del individualismo respecto a los países anglosajones. Este aporte es interesante, ya que el sentido de independencia en los

emprendedores puede ser considerado en otros contextos como una barrera para el desarrollo de políticas y programas de apoyo hacia pequeños emprendimientos. Este tópico, lo abordaremos transversalmente en el desarrollo de actividades del presente estudio.

En relación a la perspectiva de género, la literatura presenta un amplio espectro de posibles motivaciones para las mujeres. Sin embargo, la intención con esta revisión es enfocarla hacia la identificación de un patrón de motivaciones de la mujer en un entorno específico. Carter y Cannon (1992, citado por Avolio, 2008), estudiaron casos de 60 mujeres emprendedoras de Londres e identificaron cinco tipos ideales de mujeres empresarias. El planteamiento inicial fue que las mujeres empresarias pueden ser diferenciadas sobre la base de su comportamiento y motivación en el proceso de iniciar una empresa, y que estos factores influyen su proceso de cambio. El estudio identificó los siguientes tipos: (a) *mujeres errantes*, conformada por mujeres jóvenes que optan por el autoempleo como respuesta a una necesidad económica; (b) *mujeres aspirantes*, conformada por mujeres con buen nivel educativo que optan por la capacitación para compensar su experiencia limitada; (c) *mujeres triunfadoras*, conformada por mujeres de mayor edad que las aspirantes y con mayor experiencia laboral; (d) *mujeres que retornan*, conformada por mujeres que optan por el autoempleo como una manera de ingresar a la actividad económica luego de una pausa en su profesión; (e) *mujeres tradicionalistas*, conformada por mujeres de 45 años a más que siempre han laborado en empresas familiares.

Serida, Borda, Nakamatsu, Morales y Yamakama (2005) plantearon que el emprendedor peruano tiene dos grandes factores motivacionales; el primero es el emprendimiento por necesidad, el cual responde a la búsqueda de mayores ingresos; el segundo factor es el emprendimiento por oportunidad, donde el emprendedor identifica nuevas oportunidades de negocio en el mercado, este último factor estaría impulsado por el afán de independencia del individuo. Serida et al. (2005) hallaron que el 66% de los peruanos

que aprovechan oportunidades para emprender un negocio, lo realizan porque esperan una mejor expectativa de sus ingresos, versus la alternativa de ser empleado. Para el caso específico del emprendimiento femenino en el Perú, el autor halló que desde el 2004 el ratio de los emprendimientos por oportunidad descendió (de 0.9 a 0.86) y los emprendimientos por necesidad aumentó (de 1.1 a 1.29); y en cuanto a la motivación principal que lleva a las mujeres a emprender un negocio por oportunidad, es la posibilidad de incrementar sus niveles de ingreso (95%), a la que le sigue, muy atrás, la posibilidad de obtener más independencia (23%).

Ante los resultados de la investigación, los autores expresaron su preocupación que la participación de los emprendimientos femeninos en la economía estén dados principalmente por necesidad, dado a que ello, significaría que el Estado no se estaría brindando las condiciones necesarias para emprender negocios perdurables en el tiempo.

Avolio (2008), realiza un aporte interesante para identificar el perfil de las mujeres empresarias en el Perú, identificando además los principales factores que las han estimulado a convertirse en empresarias. A partir de su investigación, reveló que los diversos estudios en países desarrollados han explorado las motivaciones en mujeres empresarias; sin embargo no se encuentran integrados en un marco conceptual que explique los motivos por qué las mujeres se convierten en empresarias. Indicó además, que las investigaciones que analizan las motivaciones no diferencian claramente las circunstancias de los motivos por los que optaron por el emprendimiento. De acuerdo a Avolio, entender los factores que han estimulado a las mujeres optar por el emprendimiento implica un conjunto de circunstancias e interacciones entre sí, y en ningún caso, parece haber una circunstancia o motivo único que las impulse a optar por el emprendimiento. En ese sentido, señala que los factores que han estimulado a las mujeres a convertirse en empresarias pueden agruparse en dos: motivos (intrínsecos a la mujer) y circunstancias económicas, laborales, familiares y personales; es decir, aquellos

sucesos o situaciones que al presentarse en un determinado contexto impulsaron a dichas mujeres a convertirse en empresarias (extrínsecas a la mujer). Avolio indicó que existe una configuración de dos factores asociados al entorno de la mujer en su decisión para optar por el emprendimiento, este aporte permite enfocar la motivación de la mujer empresaria a un contexto particular, concluye que:

Hay dos factores que parecen tener una influencia importante en la decisión de las mujeres empresarias para optar por el emprendimiento y que no habían sido consideradas previamente en la literatura: (a) la existencia de personas cercanas que las impulsan, incentivan y apoyan en el emprendimiento o un modelo paternal o una pareja que promovió la formación de una empresa; y (b) la presencia de un modelo de empresario que sirve de referente para la mujer. En el primer caso, son personas cercanas a la vida de las mujeres que las incentivan al emprendimiento, que las ayudan en su desarrollo personal y profesional, les permiten el acceso a oportunidades y les proporcionan modelos que son ejemplos de trabajo y logro. Este tipo de apoyo tiene un importante componente de respaldo emocional; es decir, la presencia de un familiar, amigo o conocido que la incentive y aliente a crear la empresa. En muchos casos este papel es asumido por los padres o el esposo/pareja de la mujer empresaria. El modelo de empresario, por su parte, cumple con el rol de referente para la mujer, constituye una fuente de conocimiento sobre la actividad empresarial y un ejemplo que las mujeres pueden emular o emplear como experiencia previa a la formación de sus propias empresas. El empresario es el ejemplo de la actividad empresarial para la mujer, la provee de coraje en la decisión de convertirse en empresaria y le permite acceder al conocimiento necesario para desarrollar la actividad empresarial. (pp. 232-333)

En el contexto más cercano al entorno rural, Méndez (2004) investigó en la realidad de 52 mujeres jóvenes rurales asturianas, el arraigo y desarraigo como un conjunto de pautas culturales de implicación o desvinculación de su territorio. El estudio reveló que la decisión de permanencia o alejamiento de su territorio se torna en un escenario dual en permanente convivencia, indicando determinados factores positivos o negativos que profundizan la decisión. Reveló además, que la familia es un elemento causal (circunstancial) para asumir la responsabilidad y participación en una forma de organización laboral. Méndez respecto a este punto concluye:

La familia rural funciona como un todo integrado. Se trata de un grupo social interrelacionado y que tiene, como grupo, objetivos compartidos y apoyados por sus miembros. Esta concepción de familia rural parecía (o parece) perdida en el tiempo y asociada a la ruralidad agraria. Sin embargo, hemos encontrado una tendencia fuerte entre estas jóvenes a responder a los designios familiares dejando en un segundo lugar sus opciones como individuo. No es casualidad que en estas decisiones influya de manera decisiva la continuidad de un negocio familiar. Esta interrelación laboral hace que la joven sienta, como el resto de los miembros del grupo, que su presencia es decisiva para el sostenimiento del grupo familiar, de ahí que adquiera una responsabilidad que se da por supuesta en esta peculiar forma de organización laboral.

En esa misma línea de análisis, Pérez y Sánchez-Oro (2007) evidenciaron respecto a la visión empresarial, en una investigación a 3,343 jóvenes estudiantes que cursan estudios en los Institutos de Educación Secundaria situados en comarcas rurales y estudiantes rurales de la Universidad de Extremadura, que el desarrollo rural tiene cada vez más su base en el aumento de las actividades en el sector servicios. Revelaron además, que el 40% de la muestra bajo estudio tiene una opinión poco esperanzadora en cuanto al desarrollo de las actividades profesionales, al igual que son conscientes de que las iniciativas emprendedoras tienen

dificultades de seguir adelante en las zonas rurales. Esta evidencia, se corrobora como la consecuencia de la falta de enseñanza relacionada con la iniciativa emprendedora y la falta de opciones reales de empleo en el medio rural.

2.3 Emprendimiento

Definir el emprendimiento es semánticamente una pregunta importante, ya que una definición demasiado estrecha puede ser útil a investigaciones aplicables, por ejemplo, al emprendimiento corporativo. Por otro lado, una definición demasiado amplia, puede hacer referencia a una buena gestión, lo que se constituye en un campo de estudio especializado (Stevenson y Jarillo, 1990). El término emprendedor proviene del vocablo francés: *entrepreneur* que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo, definido formalmente “*a person who attempts to make a profit by starting a company or by operating alone in the business world*” (Cambridge University Press, 2008) [persona que trata de obtener un beneficio mediante creación de una empresa o por operar solo en el mundo de los negocios]; sus inicios se remontan a principios del siglo XVI y se define como agente que reúne y combina los medios de producción. El emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve (Schumpeter, 1934), también como un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos (Varela, 2001).

La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado en aquella persona que se encuentra en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas (Casson, 1982). El emprendimiento también puede ser entendido desde la perspectiva de un fenómeno

social con actividades relacionadas con el descubrimiento, la evaluación y la explotación de oportunidades (Shane y Venkatamaran, 2000), también debe considerarse dentro del concepto a aquel que involucra acciones y decisiones creativas que potencialmente pueden cambiar las condiciones de intercambio del mercado existente (Eckhardt y Shane, 2003).

Uno de los conceptos actuales define al emprendedor como un ser que encuentra importantes motivaciones derivadas de la elevada energía emocional de la no rutina y de la realización de actividades innovadoras, mientras que la gente normal encuentra cómoda en la baja energía emocional de la rutina de la conformidad y la aversión al riesgo (Goss, 2005). Otra definición de emprendedor, desde el punto de vista económico, refiere a aquella persona que planea, ejecuta y desarrolla un proyecto de negocio o empresa, con la finalidad de aprovechar oportunidades de mercado o satisfacer necesidades de generación de ingreso propio (León y Huari, 2010). Para efectos de la presente investigación, se considerará el término emprendedor aquel planteado por León y Huari (2010).

La investigación considera al emprendedor como un concepto que incluye el término autoempleado, definido como aquella persona que trabaja para sí misma (Cambridge University Press, 2008); en ese sentido para el presente estudio además se identificará al emprendedor como aquella persona que ha iniciado el negocio o son “poseedoras” del mismo, indistintamente si este se encuentra constituido formalmente como empresa.

2.4 Características de los Emprendimientos

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2012), divide a los emprendedores en (a) emprendedor potencial; (b) emprendedor naciente que pone en marcha el negocio; (c) emprendedor nuevo que gestiona un negocio con menos de 3.5 años; y (d) emprendedor establecido quien gestiona un negocio de más de 3.5 años. En estos dos últimos tipos de emprendedor se presenta la posibilidad de discontinuación del negocio; los tipos de emprendimiento se basan principalmente en la necesidad y oportunidad. Los países desde el

punto de vista de desarrollo en (a) Economías basadas en recursos; (b) Economías basadas en eficiencias y (c) Economías basadas en innovación; en dicho contexto el Perú se encontraría en la fase de desarrollo economía basadas en eficiencia debido a que en los últimos años ha experimentado crecimiento sostenido, mejorando la competitividad y fomentado los emprendimientos motivados por las oportunidades; un incremento en la industrialización, el dominio de grandes empresas y la apertura de nichos de mercado en la cadena de suministro dan signos de positivos al respecto. Para medir el emprendimiento se utiliza el índice Total Early Stage Entrepreneurship Activity (TEA) que refleja la cantidad de personas de 18 a 64 años que se encuentran en edad de trabajar y están activamente involucradas en la creación de un negocio en la fase naciente, el promedio de las economías basadas en innovación es de 7.1, en las economías basadas en eficiencia el promedio es de 17.1, el Perú posee 20.2 ocupando el tercer lugar en Latinoamérica luego de Ecuador y Chile. El caso de los emprendedores que muestran signos de sostenibilidad de sus emprendimientos evidencia su persistencia en el tiempo promoviendo la estabilidad para sus empleados y para la economía en general, el promedio en las economías basadas en eficiencia es de 8.2, el Perú obtuvo 5.1 lo que indica que la mortalidad de los emprendimientos es una realidad en la que se debe trabajar.

De acuerdo a Serida et al.(2012), un análisis demográfico de los emprendimientos reveló el siguiente comportamiento a través de las siguientes variables: (a) edad, a nivel mundial la actividad emprendedora temprana se centra por lo general en las edades intermedias de 25 a 44 años y los emprendedores establecidos en promedio poseen 36.6 años, en el caso del Perú la actividad emprendedora temprana se concentra entre las edades de 25 a 54 años, y el promedio de edad de emprendedores establecidos es de 43.4 años, la mayor experiencia supone mayor dotación de habilidades y conocimientos que fomentan la sostenibilidad de la empresa; (b) género, los niveles de TEA por sexo, varían considerablemente reflejando la participación de la mujer en la economía, en la región,

Ecuador y Panamá presentan tasas de emprendimiento mayores para las mujeres que para los hombres, en el caso del Perú la actividad emprendedora es mayor en hombres que en mujeres, entre las emprendedoras el 73% es una emprendedora naciente y el 23% dirige su negocio nuevo. Las mujeres muestran un 82% de emprendimientos orientados al consumidor, 6% en servicios empresariales, 4% en transformación y 3% en procesos extractivos; las mujeres tienen más propensión de asociarse con otros para emprender, el 48% de mujeres que pusieron un negocio contaban al menos con un socio; (c) educación, en el Perú los negocios nacientes tienen un mayor nivel educativo que sus pares de negocios establecidos, el porcentaje de emprendedores en etapa temprana que habían recibido al menos algún tipo de educación post secundaria fue de 45%, mientras que en sus pares de negocios establecidos fue de 38%. Con relación al género en las mujeres predominan los emprendimientos con niveles educativos inferiores; (d) nivel de ingreso, la renta de los emprendedores y según el ingreso per cápita del país se divide en tercios: ingreso familiar alto, medio y bajo; las mujeres en nivel de ingreso bajo representan el 44% del total de emprendimientos, según ingreso medio representan el 51% y en el caso de ingreso alto participan con 38%; (e) situación laboral, un 34% de los emprendimientos nacientes surgen mientras los emprendedores todavía laboran como dependientes y una vez el negocio puede mantenerse y consolidarse las personas se dedican íntegramente a ellas; en el caso de emprendedores establecidos el 87% se reconoce autoempleado. En el caso de las mujeres emprendedoras únicamente el 49% se considera autoempleada, 20% de estas establece un negocio mientras es dependiente y un 20% se define como ama de casa más que como emprendedora.

De acuerdo al reporte Doing Business del Banco Mundial (2014) el Perú se encuentra en el puesto 42 para facilidad de hacer negocios en el mundo y líder a nivel latinoamericano, esto de acuerdo a determinados criterios relacionados a la apertura de empresas, permisos y

registro de propiedades, cumplimiento de contratos y, en general, a variables que revelan un ambiente propicio para desarrollar empresas.

Los datos estimados de las Mypes en el Perú indican que son 2.5 millones de las cuales el 75% son microempresas aproximadamente 1.8 millones, el 74% de las Mypes son informales y el 26% formales, de las informales el 77.3% están en el área rural. (Santillan, 2008).

2.5 La Actividad Empresarial de la Mujer

De acuerdo al estudio realizado por (Weeks y Seiler, 2001) indicó que entre el 25% y el 35% de los empleadores y personas que trabajan por su cuenta en la región son mujeres. También concluye que existe una relación entre la actividad empresarial de la mujer y el crecimiento económico. Por tanto se debe apostar por promover la actividad empresarial de las mujeres para lograr un impacto significativo en el crecimiento económico.

Existe un indicador relevante que refleja el nivel de la tasa de emprendimiento empresarial que se denomina Tasa de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA, Total Early Stage Entrepreneurship Activity). Este indicador mide el porcentaje de la población adulta (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o propietario y gestor de un nuevo negocio según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2012).

Las mujeres emprendedoras de la región se concentran en general en pocos sectores de actividad. Por lo general, se dedican en muchos casos a actividades terciarias como el comercio y los servicios, los cuales sirven de refugio para aquellas que no encuentran trabajo en actividades formales. La elección de desarrollarse en el comercio y servicios se debe a las limitaciones que imponen otros sectores y las menores exigencias en términos de capital inicial e infraestructura que requiere esta rama de actividad (Valenzuela, 2005).

De acuerdo a la definición del World Economic Forum (WEF, 2012), la clasificación de países en base al PBI per cápita y la proporción de bienes primarios en las exportaciones,

las economías se agrupan como aquellas: (a) basadas en recursos; (b) basadas en eficiencia; y (c) basadas en innovación. El nivel de emprendimiento de mujeres depende también del tipo de economía en que se basa su país de origen. Es decir; entre los países con economías basadas en recursos, los países latinoamericanos alcanzan el mayor porcentaje de mujeres emprendedoras en etapa temprana. Los países con economías basadas en eficiencia presentan, en promedio, el mayor porcentaje de mujeres emprendedoras en etapa temprana. Destacan China (22%), Chile (21%) y, sobre todo, Tailandia (21%) donde la participación femenina supera la masculina. En los países con economías basadas en innovación, los tres mayores TEA femeninos pertenecen a Estados Unidos (10.4%), Australia (8.4%) y Singapur (7.2%). En este último país, el porcentaje de mujeres emprendedoras es mayor que el de los varones (de cada 100 emprendedores, 54 son mujeres). En el otro extremo, Francia, Dinamarca y Eslovenia, además de presentar un TEA bajo, tienen las menores proporciones de mujeres emprendedoras (Serida, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakama, 2011).

El aporte del estudio realizado por Heller (2010), identificó las características principales de los emprendimientos de las mujeres en la región, destacando que aproximadamente el 40% de las mujeres participa en actividades relacionadas al sector informal; las empleadoras se encuentran principalmente en zonas urbanas en la mayoría de los países de la región; las mujeres son mayoritariamente casadas o convivientes y tienen niveles educativos altos; en zonas rurales, se concentran mayoritariamente en sectores relacionados con comercio, restaurantes y hotelería; y finalmente, las principales dificultades que experimentan son la falta de experiencia empresarial y en comercialización, insuficiente formación empresarial específica (administración/marketing), barreras en el acceso a fuentes de crédito y financiamiento, obstáculos en el acceso a redes de comercialización, así como excesivos trámites y procedimientos para iniciar los emprendimientos.

2.6 Concepción Rural

Existen diferentes criterios para definir el concepto de rural, de esta forma, la Real Academia de la Lengua (2001), define el término como aquello “pertenciente o relativo a la vida del campo y a sus labores”. La ruralidad se puede concebir en términos del número de personas que viven en una determinada localidad en el campo (alrededor 2,000 personas); otras definiciones refieren al número de viviendas contiguas como en Perú; o aquellas que implican una definición legal del término, como en los casos de Brasil, Ecuador, Guatemala y Uruguay; o en el hecho de encontrarse fuera de la denominada “cabecera municipal”, como en los casos de Colombia, República Dominicana, El Salvador y Paraguay. En general, casi ningún país utiliza exactamente la misma definición que otro y varios la han modificado a lo largo de los años (Dirven, 2004; Dirven et al., 2011).

En el caso del Perú, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) define el área rural como:

Es el territorio integrado por centros poblados rurales, asentamientos rurales y las localidades rurales. Son territorios con 500 a menos de 2 mil habitantes y sus viviendas generalmente están agrupadas en forma contigua formando manzanas y calles. O con menos de 500 habitantes, una de sus principales características es que tiene sus viviendas dispersas. (INEI, 2010, p. 439)

Por efecto complementario, el área urbana indicará aquél territorio ocupado por centros urbanos, en la siguiente definición del INEI:

El área urbana de un territorio puede estar conformada por uno o más centros poblados urbanos (territorio integrado con 2 mil y más habitantes, sus viviendas se encuentran agrupadas en forma contigua, formando manzanas y calles). (INEI, 2010, p. 439)

Para efectos de la presente investigación, se considerará que un área o zona es rural bajo la definición expuesta por el INEI (2010).

2.7 Emprendimiento Rural de la Mujer

La mujer rural históricamente ha realizado una gran labor al interior de la explotación agraria. El trabajo que ella realiza no figura en las estadísticas formales, lo que hace que en la mayoría de los casos no reciba remuneración en sus tareas y su trabajo no sea valorado.

De acuerdo al estudio realizado por Sampedro y Camarero (2007), mostraron las dificultades que afrontan las mujeres rurales cuando deciden realizar algún tipo de emprendimiento, sobre todo al inicio de su proyecto: obstáculos familiares, incompreensión, recelo en su propia comunidad y falta de apoyo de las instituciones. El mismo estudio pone de manifiesto que las iniciativas empresariales de las mujeres se llevan adelante supliendo la falta de capital con trabajo, sopesando muy bien los riesgos y apoyándose en el valor que se otorga a la creación de la empresa o negocio, como signo de independencia personal.

Hymer y Resnick (1969), indicaron que la actividad no agrícola está orientada a la producción de bienes Z tales como; elaboración de cestas, ollas y otros enseres para uso doméstico local, molinos tradicionales, comercio en ferias locales, transporte de las fincas a los pueblos vecinos, etc. Estas actividades se realizan en el hogar y en las fincas más que en los pueblos. Usan tecnologías tradicionales intensivas en mano de obra, generalmente proveniente del propio núcleo familiar. La segunda fase, caracterizada por el surgimiento de bienes modernos no agrícolas, los bienes son producidos empleando tecnologías más sofisticadas, que requieren mayores habilidades y que son más intensivas en capital. La demanda proviene tanto de las zonas urbanas como de los mercados externos. El mayor ingreso local, vinculado a una agricultura más próspera, también es un estímulo a la producción de bienes de consumo de mayor calidad, así como de insumos y servicios para la producción agropecuaria (Ranis y Stewart, 1993).

2.8 Situación de la Mujer Rural en el Perú

La Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES) del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2012), indicó que el 23.8% de la población total del Perú reside en el área rural. Las regiones con mayor porcentaje de población rural son Huancavelica (69%), Cajamarca (66%), Apurímac (54%) y Amazonas (56%). La población distribuida en cada región es heterogénea en género y edad. Hay evidencia que en casi todos los rangos de edad existen más hombres que mujeres en las zonas rurales (Hernández, Zarate y Durand, 2013). Los autores complementan además que, la mayoría de las comunidades indígenas del Perú habitan en la zona de la sierra y la costa, pero existen pueblos indígenas establecidos ancestralmente en la amazonia o selva peruana. La pobreza tiene mayor incidencia en el 63.1% de población de lengua autóctona, quechua, aymara o lenguas amazónicas, y sólo afecta al 32% de lengua castellana. La mujer rural indígena y amazónica es la más afectada por la pobreza rural, al tener menor nivel educativo y mayor tasa de analfabetismo e índices altos de mortalidad materna, contando con una esperanza de vida de siete años menor que el de las mujeres urbanas, con menos oportunidades de acceso a empleo y mayores niveles de desnutrición y anemia.

De acuerdo al Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP, 2009), 10 de cada 100 mujeres rurales mayores de 15 años es analfabeta a diferencia de 3 de cada 100 hombres que está en esa situación. Durante los últimos 30 años se mantiene la relación de 3 a 1 desfavorable a las mujeres. El 34.5% de madres rurales no cuenta con instrucción educativa. Las mujeres rurales tienden a presentar mayores niveles de deserción al alcanzar su edad fértil, por la nupcialidad temprana y el embarazo adolescente.

De acuerdo al Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 1995), el 23% de la población indígena en el Perú, no sabe leer y escribir. La falta de acceso a una educación bilingüe intercultural es uno de los principales problemas

que afectan a niñas y niños de minorías étnicas y explica el hecho que el 22% de los niños de la selva rural no asista a la escuela, lo que constituye el porcentaje más alto del país.

En el rubro de acceso de las mujeres al mercado laboral las estadísticas oficiales muestran un ritmo de crecimiento importante y sostenido en las últimas décadas, de una participación de mujeres del 29.6% de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada en el año 1993, pasó al 35.4% en el 2007 según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO, 2007).

Con respecto a la participación de las mujeres como mano de obra en la actividad económica, en el año 2007 la población en edad de trabajar (PET) no muestra diferencias significativas entre ellas y los varones, pero la participación de la población económicamente activa (PEA) femenina se encuentra muy por debajo de la participación masculina 64.7% y 35.3%, respectivamente. Ello pese a que el periodo 1993-2007, la tasa de crecimiento anual de la PEA femenina (4.1%), fue superior la tasa global (2.8%) y la de los varones (2.2%), lo cual refleja el significativo incremento de la participación femenina en la actividad económica del país (MIMP, 2008).

De acuerdo a Serida et al. (2011), en el Perú, 19 de cada 100 mujeres participan en un emprendimiento en etapa temprana, 6 menos que en el 2010. De estas, el 75% son emprendedoras nacientes, y el restante 25% dirige un negocio nuevo. La mayoría de las mujeres que lideran emprendimientos crean empresas relacionadas con el comercio y los servicios dirigidos al consumidor, como hostelería, moda o educación, lo que se traduce en falta de emprendedoras en otros sectores, como el de servicios empresariales. Respecto a los tipos de emprendimientos de mujeres, predominan los dirigidos al consumidor que se han incrementado de 71% a 78% entre el 2010 y el 2011; en segundo lugar, las mujeres prefieren invertir en el sector manufactura, que ha experimentado un ligero incremento, de 16% a 17%,

en el mismo periodo. Estos cambios han ocurrido a expensas de la reducción de los emprendimientos en el sector servicios empresariales y, sobre todo, el sector extractivo.

El hecho de medir el empleo en las mujeres rurales es complejo, ya que muchas de las ocupaciones que realizan, sobre todo la agropecuaria, negocios familiares o el sector informal, no son percibidas como trabajo y no son reportadas en las encuestas. De acuerdo a MINDES (2009) en la agroexportación, el 60% es mano de obra femenina, superando los 360,000 puestos de trabajo. Además 75,000 mujeres están involucradas en el cultivo de café, en el norte, nororiente, centro y sur del país, muchas de ellas manejando sus propias parcelas y afiliadas a cooperativas. Estas cifras pueden parecer alentadoras, pero las condiciones de trabajo que ofrecen algunas grandes empresas agroexportadoras en Piura, La Libertad e Ica, son precarias, con salarios muy bajos con jornadas de trabajo de diez a doce horas y sin seguro de salud.

Analizando el tipo de emprendimiento de mujeres en el ámbito rural, se aprecia que más del 50% de ellas trabajan en la agricultura. De las mujeres rurales que se dedican a la actividad no agrícola, se inician en actividades de artesanía y servicios, según el estudio Comisión Económica para América Latina y el Caribe - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (CEPAL-FAO, 2005).

La actividad emprendedora de la mujer peruana con nivel de educación inferior (con secundaria incompleta o menor a ella) es predominante, comparado con los emprendimientos masculinos. También, a mayor nivel educativo del emprendedor, mayor es la probabilidad de que emprenda por oportunidad. Así, el 51% de los emprendedores por oportunidad cuenta con estudios postsecundarios, frente a solo un 29% de los emprendedores por necesidad. Asimismo, en los emprendimientos por oportunidad, el porcentaje de emprendedores varones con educación postsecundaria (57%) es mayor que el de las mujeres con el mismo nivel educativo (44%) (Serida, Borda, Nakamatsu & Morales, 2012).

La actividad emprendedora en etapa temprana es mayor cuando aumenta el ingreso familiar, mientras que el nivel de emprendedores establecidos es casi similar en los tres niveles de ingreso (GEM, 2012). El tamaño de los emprendimientos pueden clasificarse de la siguiente manera: de acuerdo al número de socios y de acuerdo al número de empleados. La mayoría de los emprendimientos en el Perú son negocios unipersonales. En él se observa que, en términos de porcentaje, estos últimos se incrementan en los negocios nuevos y más en los establecidos, a expensas de una disminución en el porcentaje de negocios con dos o tres socios.

Existen algunas iniciativas para fomentar el emprendimiento de mujeres rurales, operado por el Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES) articulado por el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS) con el apoyo del MIMP, mediante el Programa Empresa Solidaria que ha apoyado 378 iniciativas de negocios de mujeres, esto es, 8,000 productoras y de servicios con microempresas articuladas al mercado; y, 12 Fondos Semilla han favorecido a mujeres campesinas de Andahuaylas y Chincheros. Del mismo modo, en el Primer Concurso Nacional de Mujeres Exitosas del Ámbito Rural, organizado por organismos internacionales (FIDA, GTZ y otros), se ha otorgado el primer y segundo puesto a cuatro organizaciones de mujeres provenientes de zonas rurales que trabajan hace más de cinco años con el proyecto Corredor Puno-Cusco. Las categorías en las que fueron distinguidas son artesanía y agroindustria (MIMP, 2009).

Es importante resaltar el trabajo de las mujeres cafetaleras y de cacao, quienes durante los últimos años han conseguido logros importantes, tales como, una apreciable participación de la mujer del campo en estas empresas, la emisión de políticas a favor de este sector, un incremento en el porcentaje de mujeres dirigentes en los órganos de decisión, la formación de comités especializados de mujeres en las Cooperativas Cafetaleras y la promoción de proyectos productivos con iniciativas comerciales. Existen también programas que fomentan

el desarrollo de Pymes rurales, tales como; Fondo empleo y otros ligados a los Fondos Mineros, ejecutados por instituciones privadas como ONG, empresas consultoras y asociaciones de productores, que están promoviendo el fortalecimiento y especialización de la institucionalidad dedicada a la provisión de servicios empresariales en áreas rurales (MIMP, 2008).

Respecto a la edad se indica que las mujeres emprendedoras en promedio desarrollan actividades de emprendimiento a partir de los 36 años. El mayor porcentaje de emprendedores en etapa temprana (31%) tiene entre 25 y 34 años, seguido por el grupo entre 35 y 44 años (24%); mientras que en los emprendedores establecidos, el mayor porcentaje se encuentra entre los 35 y 44 años (35%), seguido por el rango superior de 45 a 54 años (27%) (GEM, 2012).

2.9 Características Socioculturales

En Latinoamérica, especialmente en Bolivia las mujeres indígenas campesinas encaran grandes dificultades que impiden su desarrollo, el prejuicio de género provoca desigualdades de oportunidades básicas, falta de estímulos para desarrollar talentos personales, dificultades para acceso a la educación y relega a actividades de reproducción, crianza de niños y cuidado de ancianos (Reyes, 2012).

La mujer en la economía rural desempeña una función decisiva pues participa en los cultivos, cría de animales, cocina y atiende a los niños y ancianos. Los cambios que se gestan en las zonas rurales impactan positivamente o negativamente a la mujer rural, el fortalecimiento de sus capacidades es la única forma que se tiene de poder alcanzar la declaración del milenio de las Naciones Unidas: “promover la igualdad de los sexos y autonomía de la mujer como medios eficaces de combatir la pobreza, el hambre y las enfermedades y de estimular un desarrollo verdaderamente sostenible” (Naciones Unidas, 2000).

Existen tres millones de mujeres rurales en el Perú, respecto a su educación, 10 de cada 100 son analfabetas, se le encasilla en actividades domésticas no remuneradas siendo el comercio la segunda actividad económica bajo la modalidad de autoempleo. El 74% de las mujeres que viven en el área rural se dedican a la agricultura, un gran problema que afrontan es el acceso al crédito pues algunas mujeres carecen de documentos de identidad o títulos de propiedad de tierras, el estudio indica que 40,960 mujeres rurales peruanas tuvieron acceso al crédito durante el 2008 mediante apoyo estatal (Zapata, 2009).

Las mujeres jóvenes rurales peruanas están experimentando un cambio, cuyos impulsores son el estado peruano, cooperación internacional, el acceso a la educación y también la migración hacia zonas urbanas. En ese contexto, de acuerdo a Agüero y Barreto (2012) identificaron que las brechas que tienen que superar las mujeres rurales jóvenes en el Perú son: (a) según lugar de residencia; (b) género; (c) generación (cronológica); y (d) pobreza.

2.10 Organizaciones que Apoyan Emprendimientos de Mujeres

En Latinoamérica se está produciendo una gran transformación en las políticas de desarrollo empresarial, mediante la incorporación del fomento de nuevos emprendimientos con una mentalidad que valoriza la actividad empresarial, prueba de ello son los programas estatales de creación de nuevas empresas a nivel nacional, regional y municipal. Las universidades otro gran grupo de participantes, al darse cuenta de la poca participación en la promoción de la cultura emprendedora, está introduciendo materias relacionadas a creación de empresas (Kantis, Angelelli y Koenig, 2004).

Heller (2010) reveló que en Chile, desde los gobiernos, se gestan iniciativas que estimulan políticas de desarrollo productivo, cuyo fin es el logro de la autonomía y generación de ingresos propios de las mujeres. De acuerdo al estudio llevado a cabo por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura & Banco Interamericano de Desarrollo

(IICA-BID, 2003) en el caso de Nicaragua al igual que otros países de la Latinoamérica el acceso al crédito es un elemento que no juega a favor de los emprendimientos de las mujeres rurales es por esto que se está fomentando la creación de políticas que promuevan facilidades para acceso al crédito estatal. En el caso de Perú, el MIMP tiene como misión contribuir a la superación de la pobreza, inequidad y exclusión, en especial en aquellas personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad, pobreza y pobreza extrema (Santillan, 2008).

2.11 Barreras que Enfrentan Mujeres Empresarias

Existe una categorización sexual, respecto a que la sociedad forma a los hombres y mujeres sobre la base del trabajo “correcto” para cada género. El empoderamiento de las mujeres es una estrategia que busca la equidad en el acceso a diversas oportunidad incluyendo un empleo digno (Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo en el Perú, 2012).

Desde una perspectiva sistémica, los factores que inciden contribuyendo u obstaculizando el proceso emprendedor se agrupan en: (a) condiciones sociales y económicas; pues en sociedades con elevada fragmentación social cabe esperar que buena parte de los potenciales emprendedores tengan dificultades para acceder a educación e ingresos básicos que les permitan ahorrar para emprender; (b) cultura y sistema educativo; en sociedades con cultura favorable a la empresariedad es más factible que las personas deseen emprender algo para ganar reconocimiento social, los estudios, la experiencia laboral influyen en la cultura; (c) estructura dinámica y productiva; el sector, región y tamaño de empresas definen la estructura productiva condicionando el tipo de experiencia laboral que los emprendedores van a adquirir, entre más desarrollado mejor nivel de emprendimientos; (d) aspectos personales, están influidos por la familia, educación y experiencia laboral; (e) redes del emprendedor, redes sociales familiares, amigos e instituciones pueden impulsar el emprendimiento, facilitando los recursos necesarios para resolver problemas e información sobre oportunidades; (f) mercado de factores, el buen funcionamiento del mercado depende del

acceso al crédito, oferta de trabajadores calificados, proveedores, etc. Estos factores inciden en la etapa de lanzamiento y en su desarrollo inicial; (g) regulaciones y políticas, hace mención al conjunto de normas y políticas que inciden sobre la creación de las empresas, impuestos, tramites, etc. (Kantis, Angelelli y Koenig, 2004).

De acuerdo a Avolio (2008), los obstáculos que enfrentan las mujeres en relación al género son: (a) dificultad de conciliar responsabilidades familiares y laborales y (b) discriminación para acceso al crédito. Con respecto a los obstáculos que no tienen relación al género son: con mayor frecuencia (a) dificultad para obtención de créditos; (b) temor al riesgo del financiamiento; (c) posición débil al solicitar garantías para los créditos; (d) falta de formación para gestión de empresas; (e) falta de experiencia en planeamiento financiero; (f) autolimitaciones por falta de confianza; y con menor frecuencia (g) actitud de la pareja como obstáculo; (h) dificultad para contratar personal calificado; y (i) falta de experiencia laboral.

2.12 Perspectivas Femeninas en el Proceso de Iniciar Empresas

La percepción que existe de la mujer en la empresa como ente creador de negocios, contemplaría diferentes aspectos que definen las características más destacadas y atribuidas a la mujer emprendedora, estas son: necesidad de logro, alto grado de responsabilidad, asumir riesgos que cree puede alcanzar, hacer uso de sus habilidades y capacidades para alcanzarlos, confianza en sí mismas y capacidad de desarrollo e innovación. En esta línea de estudio se considera a la mujer un agente de desarrollo económico y por tanto, una fuerza emergente para un país (González, 2010).

Para la región de Latinoamérica, se halló un estudio cualitativo en Chile sobre la realidad de los emprendimientos femeninos en este país. Dicho estudio concluye, que aunque socialmente este aceptado que la mujer inicie una actividad comercial emprendedora, el género aún se encuentra lejos de nuevas y mejores oportunidades para emprender un negocio, dado que los incentivos brindados en este país en particular, aún son insuficientes para iniciar

una nueva actividad. Así también, mientras que los emprendimientos masculinos se dan en su mayor parte, como una búsqueda de nuevas oportunidades, los emprendimientos femeninos estarían dados por la necesidad, juzgando que la actividad emprendedora de la mujer es una actividad, suplementaria a la de su contraparte masculina. Paralelamente se observa al emprendimiento femenino como un buen indicador de desarrollo social (Amorós y Stiepoviae, 2006).

2.13 Estilos de Administración de los Negocios de Mujeres

Investigaciones sugieren que los rasgos de personalidad, propios de cada sexo, podrían estar incidiendo sobre los comportamientos empresariales adoptados. Trabajos empíricos han coincidido en señalar que las mujeres empresarias muestran una mayor necesidad de logro, tienen un mayor control interno, muestran menor propensión al riesgo y, por último, poseen una personalidad menos proactiva que los empresarios masculinos (Alcaide, 2002).

Las mujeres adoptarían un comportamiento diferente a los varones en el desempeño de sus funciones empresariales. Las mujeres enfrentarían un mayor inconveniente en el desempeño de las siguientes funciones: (a) financieras, siendo esta una de las principales dificultades en el acceso a los recursos financieros y un obstáculo para iniciar la actividad empresarial; (b) estilo de dirección empresarial, que se apoyaría en valores culturales y sociales diferentes de los masculinos. Mientras que las mujeres prefieren, en general, un estilo de liderazgo transformacional, orientado a las personas y basado en las relaciones interpersonales, los hombres desarrollarían un estilo de liderazgo transaccional, orientado a la tarea y a las estructuras apoyado en las relaciones jerárquicas y de mando; y (c) actitud, se ha sugerido que las mujeres asumen una actitud más prudente en la creación y desarrollo del emprendimiento (Guzmán, 2008).

De acuerdo al estudio desarrollado por Navarro, Camelo, y Corduras (2012), en la sociedad española, los emprendimientos femeninos no se justifican únicamente como un

fenómeno que es considerado un motor de crecimiento, sino que las características distintivas de los emprendimientos masculino y femenino, sugieren la necesidad un análisis diferenciado. Entre dichas diferencias distintivas el estudio hace referencia a los siguientes tópicos: (a) falta de equilibrio, en cuanto a la conciliación de la vida profesional y familiar, constituyendo este hecho un elemento que puede forzar la orientación de emprendimientos femeninos hacia aquellos que sean menos intensos, este factor también es dependiente de la edad y el entorno de la emprendedora; (b) el sector económico en el que participa principalmente el sexo femenino es orientado al consumo, a diferencia de los sectores transformador y extractivo donde hay mayor presencia de emprendimientos masculinos y donde la mujer encuentra menos interés, arriesga menos y encuentra más obstáculos para emprender en este rubro; (c) demografía y percepción (factor psicológico), tanto hombres como mujeres la edad media para los emprendimientos es de 36 o 37 años y tienen un elevado nivel de autoconfianza, no registrándose mayor diferencia entre ambos géneros; (d) el perfil medio de los emprendedores es de un nivel de estudios secundarios, con predominante presencia de personas con estudios superiores. Un dato interesante es que las mujeres emprendedoras universitarias españolas poseen, con mayor frecuencia, estudios universitarios en el área de humanidades; y (e) experiencia profesional previa de un emprendedor o emprendedora es clave, dado a que esta diferencia podría afectar a la capacidad de reconocer nuevas oportunidades y por tanto al desarrollo de la actividad emprendedora.

Helgesen (1990, citado por Alcaide, 2002), investigó la realidad de la mujer emprendedora española y describió las siguientes características distintivas: (a) las mujeres líderes emplean un 40 del 60% de su tiempo en reuniones programadas; (b) conceden importancia a las relaciones. Se interesan por mantener una buena relación con sus subordinados y colegas; (c) los correos electrónicos forman parte de las buenas relaciones que ellas pueden establecer y por el contrario no son carga pesada; (d) la visión de las mujeres es

más amplia. Helgensen atribuye este hecho a que es posible que las mujeres actualmente sean más conscientes que son parte de una revolución de expectativas y nuevas oportunidades y el interactuar con un grupo, es más importante que los logros que pueda alcanzar individualmente, se interesa más en el largo plazo; (e) para las mujeres, el puesto es solo parte de su personalidad. Vale decir, que la mujer asume en cada momento, el papel que le corresponde, directiva, madre, esposa o hija; (f) las mujeres comparten la información que manejan, siendo esta una consecuencia de la preocupación por mantener las buenas relaciones con los demás. La investigación de Helgesen concluye en que para una mujer, el trabajo y las personas no son un medio para alcanzar un puesto si no son un fin en sí mismos.

Alcaide (2002) definió el estilo de dirección de las mujeres como, abierto, no competitivo, innovador, con un enorme sentido de la calidad (detallista), centrado en la persona, flexible, comunicativa y persuasiva. Alcaide concluye que las mujeres son líderes existenciales, es decir, son capaces de conciliar la obtención de resultados con la preocupación hacia el recurso humano, se preocupan tanto del medio como del fin y son eficientes en planificar y comunicar. La mujer no solo brinda importancia a una buena gestión, sino que también, se preocupa por el proceso para lograr la meta final, asumiendo que este hecho se pueda deber a que la mujer, además de poseer un trabajo profesional, también asume un trabajo doméstico; y por lo tanto, sigue trabajando en casa sin que la tarea se acabe nunca, originando de esta manera una mujer multifacética. Por el contrario el hombre, si bien es cierto, maneja una jornada laboral extenuante, este tiene mayor obsesión por lograr el objetivo planteado, más que conocer el proceso para llegar a ello.

2.14 Estrategias Desarrolladas por Mujeres como Clave de Éxito en los Negocios

Entre las experiencias de los emprendimientos rurales femeninos en Perú, se cuentan con los siguientes casos de éxito: (a) Red Gastronómica de Valle del Sur, ubicada en Ocongate – Cusco. La Red trabaja directamente con 94 empresarios, entre hombres y mujeres,

en donde la participación de la mujer alcanza el 80% en algunas localidades. Las emprendedoras se articulan a otros actores del territorio con el fin de mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos y como consecuencia de ello fortalecen la oferta y dan lugar a dinámicas del sector abarcando actividades desde la producción hasta el servicio. Finalmente cada uno de los distritos que trabajan con la red ha consolidado una oferta gastronómica en base a productos identificados como potencialmente rentables; (b) Procuena, en Lurín – Lima. El objetivo del proyecto es privilegiar la producción frutícola, principalmente membrillo y manzana, este proyecto genera valor añadido mediante la elaboración de productos finales y comercialización a través de pequeñas empresas locales, en esta iniciativa la participación femenina es importante dado que han demostrado un alto grado de asociatividad para trabajar en coordinación desde producción hasta comercialización; (c) Proyecto de Manejo de Recursos Naturales en la Sierra Sur (MARENASS). El objetivo del proyecto es elevar la capacidad de gestión de las comunidades y familias rurales para ejecutar sus actividades de desarrollo de modo sostenido, en este proyecto las mujeres emprendedoras rurales han ganado la mayor parte del financiamiento asignado a fin de potenciar emprendimientos que incluyen producción agrícola, engorde y cría de animales y micro comercialización e incluso recibieron capacitación y asistencia técnica convirtiéndose así en las principales usuarias directas del proyecto, incrementando notablemente su presencia (Hernández, Zárate y Durand, 2013).

Todas las iniciativas privilegian la actividad productiva. Las estrategias entre cada región difieren en el manejo de recursos naturales, apoyo a pequeños emprendimientos, desarrollo de actividades productivas; pero en el fondo de lo que se trata es de potenciar la dinámica económica local mediante el desarrollo emprendedor de la mujer (Hernández y Durand, 2013).

2.15 Prácticas Administrativas que Permiten el Éxito en los Negocios

Hernández y Durand (2013), en un estudio llevado a cabo por el Instituto de Estudios Peruanos, muestran que las experiencias de emprendimientos femeninos en el Perú poseen las siguientes características: (a) desafío por el incremento de la competencia práctica de las mujeres rurales. Las iniciativas analizadas privilegian el ámbito productivo, de esta manera facilitarían un incremento de los activos y la competencia de la población rural; (b) enfoque realista. Por lo general las mujeres rurales del Perú son muy espontáneas en cuanto al tipo de negocios que quieren promover; (c) capacidad de adaptación. Los espacios de aprendizaje y socialización para las mujeres rurales aumentan su capacidad para interactuar con otros actores sociales y comienzan a ser percibidas como entes sociales importantes dentro de sus comunidades; (d) apuesta por activos no tradicionales. En el afán de incrementar la competencia, las mujeres apuestan por poner en valor activos no tradicionales, como puede ser por ejemplo, el caso de los activos culturales que están presentes de manera directa en la experiencia de la red gastronómica de Valle de Sur en Cusco.

2.16 Oportunidad y Barreras para el Crecimiento del Negocio

Entre las oportunidades para emprender un negocio, Navarro et al. (2012) hallaron que en la sociedad española las redes sociales juegan un papel impulsor en el crecimiento de los emprendimientos, especialmente en el de las actividades emprendedoras femeninas. Estas redes incrementan la base de recursos valiosos para el emprendedor, así como, la capacidad para reconocer oportunidades en el mercado, acceso a fuentes de información, o a la posibilidad de supervivencia de la empresa. Además, las redes sociales, a menudo, aportan a los emprendedores el apoyo emocional necesario para sobrevivir durante las primeras etapas de existencia del negocio. Entre los desafíos hallados para los emprendimientos femeninos, los autores delimitan que el financiamiento y acceso al crédito constituye una principal barrera para el nacimiento de una idea de negocio y, en particular sostienen que la mujer

empresadora posee menos fuentes de financiación y menor capital para iniciar su negocio en comparación con su contraparte masculino. Una hipótesis que sustentan los autores, es que la mujer posee un menor acceso al financiamiento como respuesta a un alto nivel de riesgo que ellas perciben. Otro factor considerado por la entidad bancaria sería la experiencia previa y la riqueza personal, aunque este factor estaría condicionando el mayor acceso al financiamiento.

Las empresas en la Región de Latinoamérica y el Caribe tienen una mayor dificultad para iniciar el emprendimiento, este hecho está dado principalmente por la falta de acceso al financiamiento ya sea en forma de capital o crédito, restringiendo así el origen, actividad y desarrollo de los nuevos emprendimientos. En mucha de estas regiones los ahorros personales o familiares con una fuente importante de financiamiento en la puesta del negocio (Kantis & Moori, 2004).

En el caso de Perú, se halló que las condiciones macroeconómicas han propiciado el desarrollo de la actividad emprendedora en el Perú, en general, ha sido la relacionada con el clima económico, pues el 51% de los expertos entrevistados señalaron esta condición como impulsor de los emprendimientos. La investigación hace referencia que la vigencia de una economía de mercado, con un manejo macroeconómico responsable ha propiciado un entorno económico más estable y como consecuencia un aumento de la inversión privada y del consumo interno. Así mismo, el aumento en general del poder adquisitivo y una mayor valoración por lo natural y lo artesanal han impulsado la creación de nuevos tipos de negocios en la base de la pirámide socioeconómica, mucho de estos impulsados por mujeres (Hernández, Zárate & Durand, 2013).

Las principales razones que limitan la actividad emprendedora se asocian al contexto de políticas gubernamentales, el entorno financiero, la educación y capacitación emprendedora, programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento y nivel de transferencia en investigación y desarrollo (Serida, Nakamatsu & Morales, 2012).

2.17 Resumen

Para entender el fenómeno del emprendimiento, en primer lugar es necesario conocer los antecedentes del emprendedor, así como de sus motivaciones en la generación de la actividad empresarial (Mitchell, 2004). Conocer las circunstancias y motivos del emprendedor para el inicio de la actividad empresarial implica la integración e interacción de factores que en la mayoría de los casos no se encuentran orientadas a un resultado único. La línea de pensamiento de McClelland (1961) da lugar a la motivación hacia la necesidad de logro, dando lugar a una serie de investigaciones en esa línea de estudio. Schumpeter (1934), enfocó la figura desde la perspectiva de la innovación y del crecimiento económico, en tanto que la línea de estudio de Gartner (1988), analizó otros rasgos motivacionales de los empresarios relacionados a la independencia, autoconfianza o propios de la personalidad. Kantis et al. (2002), evidenciaron la motivación desde la perspectiva de la realización y el desarrollo personal, en tanto que Hofstede (1980), del mismo modo empírico, evidenció un punto de vista relacionado a la motivación e independencia.

La literatura sobre estudios relacionados a la motivación en mujeres emprendedoras en países desarrollados es amplia; sin embargo no se encuentran integrada en un marco conceptual que explique los motivos por qué las mujeres se convierten en empresarias (Avolio, 2008). La investigación desarrollada por Carter y Cannon (1992, citado por Avolio, 2008) identificó tipos ideales de mujeres empresarias que se diferencian en base de su comportamiento y motivación en el proceso de iniciar una empresa, que influyen además en su proceso de cambio. Avolio (2008) exploró una configuración de dos factores asociados al entorno de la mujer en su decisión para optar por el emprendimiento, por un lado un contexto cercano o un modelo paternal que promueve la formación de una empresa y otro relacionado a un modelo empresario, que sirve de referente para la mujer.

En un contexto rural, a través de su estudio, Méndez (2004) demostró que la familia es un elemento causal para asumir la responsabilidad y participación en una forma de organización laboral. Pérez y Sanchez-Oro (2007), evidenciaron una orientación poco esperanzadora a las iniciativas emprendedoras de jóvenes rurales por las dificultades propias de su entorno.

El emprendimiento, en general, es un concepto que ha ido evolucionando y tomando cada vez mayor protagonismo entre los estudiosos del tema. Existen diferentes conceptos para definir la palabra emprendedor, pero la mayoría de los autores coinciden en que el emprendimiento está relacionado con la innovación, motivación, liderazgo y desarrollo de oportunidades (Schumpeter, 1934; Varela, 2001; Casson, 1982; Shane & Venkatamaran, 2000; Eckhardt & Shane, 2003 y Goss 2005). Es importante conocer la amplitud de este concepto para entender los emprendimientos de las mujeres rurales. De acuerdo a Weeks y Seiler (2001), la inclusión de la actividad empresarial de la mujer tiene una relación directa con el crecimiento económico. En América Latina, por ejemplo, las mujeres emprendedoras desarrollan su actividad en las áreas de comercio y servicio; debido a las limitaciones que existen en sus respectivos países las cuales están referidas a restricciones políticas y de género principalmente.

El estudio realizado por Heller (2010) resaltó las principales características de los emprendimientos de las mujeres en la región encontrando que el 40% de ellas se desarrolla en el sector informal teniendo como principales barreras el acceso al crédito y financiamientos.

No existe información actualizada respecto al perfil del emprendimiento de las mujeres rurales en el Perú. La encuesta demográfica y de salud familiar (ENDES) nos permite conocer que el 23.8% de la población total pertenecen al área rural, pero no nos indica la proporción de mujeres ni tampoco el nivel de emprendimiento por región. Se han realizado algunas

iniciativas para fomentar el desarrollo de la mujer rural, por el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, empresas privadas, entidades internacionales y ONG.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en sus diferentes informes, evalúa a múltiples países del mundo de acuerdo al grado de desarrollo de sus emprendimientos, identifica al Perú en la fase de desarrollo economía basada en eficiencias debido a que en los últimos años ha experimentado un crecimiento sostenido fomentando los emprendimientos motivados por las oportunidades. Según el indicador TEA el Perú ocupa el tercer lugar en la región en emprendimientos pero también tiene altas probabilidades de mortalidad. Los emprendimientos se analizan de acuerdo a la edad, género, educación, nivel de ingreso y situación laboral.

De acuerdo al reporte Doing Business del Banco Mundial (2014), el Perú se encuentra en el puesto 42 en el mundo para facilidad de hacer negocios y es líder en Latinoamérica. Santilla (2008), respecto a la investigación de las Mypes en el Perú, estima que el 77.3% empresas informales están en el área rural.

La mujer desempeña un papel decisivo en la economía rural pues participa en las actividades de cultivos, cría de animales, cocina atiende a los niños y ancianos; sin embargo, tienen grandes limitaciones, sufren discriminación, tienen dificultades para el acceso a la educación y se les encasilla en actividades domésticas (Reyes, 2012; Zapata, 2009; Naciones Unidas, 2000). Aún sobre este escenario, las jóvenes rurales están ya experimentando un cambio por el impulso del estado peruano, cooperación internacional el acceso a la educación y migración a zonas urbanas (Agüero & Barreto, 2012).

En la región, se está produciendo una transformación en la políticas de apoyo a la actividad empresarial, prueba de ello son los programas estatales de creación de nuevas empresas; instituciones de carácter educativo, como Universidades; organizaciones sin fines de lucro, entre otras del ámbito privado (Kantis et al., 2004; Heller, 2010; Santillan, 2008).

Los emprendimientos en las zonas metropolitanas muestran signos de crecimiento acelerado, inclusive hasta han obtenido triplicar sus ganancias en los tres primeros años, esto es propiciado por su nivel de educación, origen social familiar y nivel de experiencia frente a sus similares emprendedores rurales (Kantis et al., 2004). En el Perú se conoce de la necesidad de desarrollo rural del país; sin embargo, existe muy poca información al respecto de micro empresas rurales dirigidas por mujeres (Zapata, 2009).

De acuerdo a Kantis et al. (2004) las principales barreras que enfrenta un emprendedor respecto al proceso de continuidad de empresa son las condiciones sociales y económicas, la cultura y sistema educativo, la estructura dinámica y productiva, aspectos personales, redes del emprendedor, el mercado de factores, y las regulaciones y políticas en un determinado contexto.

La percepción que existe de la mujer que emprende un negocio tanto en el ámbito urbano como rural es que a ella presenta diversas dificultades para afrontar con éxito un negocio, estas dificultades van desde una falta de apoyo financiero hasta razones de índole social, y aunque la mujer tenga dichas dificultades, ello no ha sido impedimento para que los emprendimientos femeninos representen actualmente la fuerza motor de la economía de un país (González, 2010).

Diversos autores hacen referencia que entre hombre y mujer si existen diferencias en el estilo de administración del negocio. La mujer está enfocada principalmente a generar relaciones con sus colegas y trabajadores, su estilo de liderazgo está más centrado en generar buenas relaciones a diferencia del hombre que estaría más centrado en lograr resultados (Navarro et al., 2012).

La estrategia de desarrollo generadas por en los emprendimientos rurales femeninos ha sido principalmente la asociatividad; es decir, que mediante la asociación, sea con otras mujeres emprendedoras y/o organismos gubernamentales los emprendimientos, han podido

mantenerse en el mercado y diversificar la oferta brindada. La asociatividad y complicidad con su grupo familiar también es de gran apoyo a los emprendimientos femeninos (Alcaide, 2002).

Entre las barreras para el emprendimiento femenino se evidenció que el común denominador en la sociedad es el acceso al financiamiento y crédito para mantener activo el emprendimiento (Kantis & Moori, 2004). Entre las oportunidades que se hallan son la generación de programas sociales que motivan la generación de ideas de valor a fin de convertirlas en proyectos de negocio, así como el papel de las redes sociales (Navarro et al., 2012). El vínculo familiar de la mujer emprendedora también cumple un papel de importancia ya que es este grupo familiar quienes motivan el emprendimiento del negocio (Méndez, 2004).

2.18 Conclusiones

- 1) Los factores que motivan la actividad empresarial del emprendedor, se ha evolucionado en el tiempo y se pueden mostrar a partir de las diferentes líneas de investigación que orientan el término desde la perspectiva intrínseca del individuo (logro, independencia, personalidad, la motivación) y aspectos extrínsecos (valoración económica, familia, entorno). La motivación de la mujer emprendedora, se encuentra inmersa en estas valoraciones de tipo conceptual. Bajo el contexto rural en el que se desarrolla, la motivación de la mujer emprendedora implicaría una perspectiva sobre aspectos exógenos (Méndez, 2004; Pérez y Sánchez-Oro, 2007).
- 2) El estudio del emprendimiento ha evolucionado, identificando características y/o perfiles de los emprendedores, y estas definiciones, han sido la base para entender los conceptos de emprendimiento de la mujer en múltiples contextos. Sin embargo, en el Perú aún no se tiene suficiente información acerca de los emprendimientos de mujeres rurales, debido a que la mayoría de emprendimientos son desarrollados en el sector informal de la

economía, en cuyo caso son “invisibles” a investigaciones o publicaciones institucionales. Aún en esta realidad, se muestra un contexto general que las mujeres que lideran emprendimientos rurales crean empresas muy relacionadas con el comercio y servicios, negocios con menor intensidad de conocimiento especializado y poca sofisticación (Serida et al., 2012).

- 3) El Perú se encuentra en un momento económico expectante, debido al crecimiento de su capacidad productiva, que fomenta los emprendimientos por la motivación de oportunidad y la facilidad para hacer negocios (GEM, 2012).
- 4) La mujer rural es un grupo vulnerable en el Perú, encasillado a actividades domésticas (Reyes, 2012; Zapata, 2009; Naciones Unidas, 2000); sin embargo, programas de apoyo gubernamental, de organización sin fines de lucro y de entidades privadas están promoviendo el desarrollo de las nuevas generaciones de emprendimientos (Kantis et al., 2004; Heller, 2010; Santillan, 2008).
- 5) Los emprendimientos en las zonas metropolitanas pueden hasta triplicar sus ganancias en los primeros años, a diferencia de sus similares en zonas rurales, es importante mantener esfuerzos en el desarrollo de oportunidades para promocionar emprendimientos (Kantis et al., 2004).
- 6) Los emprendimientos femeninos que están surgiendo no solo están siendo “pequeñas iniciativas”, por el contrario, en algunos países se están convirtiendo en iniciativas que fomentan el crecimiento de una economía. Lo que hay que destacar que dichos emprendimientos aún tienen por superar muchos obstáculos que no solo de índole económico, sino socio cultural (Kantis et al., 2004; Gonzáles, 2010).
- 7) En el Perú, la mayor parte de los emprendimientos rurales femeninos no están registrados ni documentados dado que su naturaleza, en la mayor parte informal, lo impide. Esto se

transforma en una oportunidad donde hay mucho que explorar, dado que los emprendimientos rurales femeninos son el sustento de muchos hogares en nuestro país.



Capítulo III: Método

El presente capítulo expone la metodología utilizada en el estudio, que se circunscribe al diseño de la investigación, los procedimientos para la selección de los casos, la recolección y el registro de la información, así como procedimientos para el análisis e interpretación de la información. Los aspectos metodológicos del presente capítulo han sido abordados bajo la perspectiva del estudio realizado por Avolio (2008).

La investigación tiene un propósito descriptivo y utiliza un enfoque cualitativo para explorar el perfil de las mujeres empresarias rurales, la naturaleza de sus emprendimientos, los factores que las han motivado optar por la actividad empresarial, las asociaciones vinculadas a la actividad empresarial y las principales barreras y oportunidades para iniciar el crecimiento de sus emprendimientos.

La metodología cualitativa utilizada es la de estudios de casos múltiples bajo un diseño integral, analizando a las mujeres en un contexto rural. Se han examinado casos múltiples dado que proporcionan una mayor riqueza interpretativa que un solo caso, evidencian un resultado más completo y aumenta la consistencia de los resultados (Yin, 2003). Respecto a la selección de casos, se ha delimitado a la población de las mujeres empresarias rurales mayores de 14 años, en los departamentos de La Libertad y Lima, que comprenden a aquellas mujeres que son las creadoras de los emprendimientos en las zonas rurales y que están generando ingresos tanto para ellas como para otras personas dentro de su comunidad. Debido a que no existen bases de datos sobre emprendimientos rurales femeninos en el Perú, se ha hecho uso de fuentes de información alternativas para contar con una aproximación al caso de estudio como: mujeres empresarias que solicitaron financiamiento o participan en actividades relacionadas en una entidad financiera, investigaciones y artículos periodísticos que puedan referir a las mujeres rurales o referencias de personas respecto a la ubicación de este grupo objetivo. La recolección de datos se ha realizado mediante entrevistas

a profundidad, en una sola sesión, de aproximadamente 60 minutos cada una. Las entrevistas se han realizado en un marco abierto contando con el soporte de una guía, siendo grabadas y transcritas. Adicionalmente se tomaron notas de campo y fotografías de las informantes y del contexto antes de realizar la entrevista, así como durante el desarrollo de la dinámica, para captar sus comentarios y percepciones sobre aspectos particulares que se utilizarán para analizar el caso a mayor profundidad.

La información ha sido codificada, categorizada y analizada utilizando la inducción analítica (Strauss & Corbin, 1998) y los procedimientos sugeridos por Miles y Huberman (1994) para analizar información cualitativa. Para procesar la información, se han utilizado herramientas como el software Atlas, un procesador de texto (MS Word) y una hoja de cálculo (MS Excel) que han permitido mantener una evidencia clara entre las narrativas, la codificación de la información y las conclusiones del estudio.

3.1 Diseño de la Investigación

El diseño del estudio es exploratorio orientado a investigar las principales características del emprendimiento rural femenino en el Perú y el perfil de dichas mujeres que administran y gestionan el emprendimiento, utilizando estudios de casos en un determinado contexto.

El estudio es exploratorio porque, la revisión de la literatura reveló que hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de investigación; en ese sentido, el estudio permitirá aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). Y es que en el Perú aún no se tiene suficiente información acerca de los emprendimientos de mujeres rurales, debido a que la mayoría de dichos emprendimientos son desarrollados en el sector informal de la economía (Serida et al., 2012), en cuyo caso son “invisibles” a investigaciones o publicaciones

institucionales. Por tanto, la mayor parte de los emprendimientos rurales femeninos no están registrados, ni documentados dado que su naturaleza, en la mayor parte informal, lo impide.

De acuerdo con Hernández et al. (2010) la investigación cualitativa no se planea al detalle y está sujeta a las circunstancias de cada ambiente o escenario en particular. El enfoque cualitativo ha sido utilizado en este estudio por las siguientes razones: (a) permite obtener respuestas adecuadas a las preguntas “cuál” y “por qué”, (b) permite una riqueza interpretativa que resultará en la búsqueda de patrones y perfiles deseados, y (c) permite conocer información sobre el comportamiento de la mujer empresaria en el ámbito rural que se desempeña. Se examinan casos múltiples dado que proporcionan una mayor riqueza interpretativa que un solo caso, evidencia un resultado más completo y aumenta la consistencia de los resultados (Yin, 2003).

La justificación del diseño de estudio exploratorio es principalmente por la relevancia social e implicación práctica (Hernández et al., 2010) dado a que el diseño contribuirá a exponer las principales razones por el cual la mujer rural peruana emprende iniciativas de negocio dado que a nivel de Perú aún existe muy poca literatura sobre dicha realidad.

3.2 Consentimiento Informado

Los procedimientos de recolección de información consideran que todos los participantes de la investigación lean, comprendan y firmen el Consentimiento Informado en señal de conformidad con el mismo, cuyo formato se muestra en el Apéndice C. El Consentimiento Informado es un documento informativo en donde se invita a las personas a participar en una investigación, contiene los objetivos de la investigación, los procedimientos de la entrevista, el compromiso de confidencialidad sobre la información y sobre la publicación de los resultados. Una copia del Consentimiento Informado queda en poder de los informantes y la otra copia queda en archivo de la base de datos del caso de estudio. Para

efectos de la presente investigación el registro del Consentimiento Informado ha sido obtenido principalmente en formato físico, pero además en formato digital (audio).

3.3 Población y Selección de Casos

La población para el presente estudio comprende a las mujeres empresarias rurales mayores de 14 años, de la zona rural de los departamentos de La Libertad y Lima.

A continuación se describen los procedimientos utilizados para selección de los casos de acuerdo con lo sugerido por Maxwell (1996), Miles y Huberman (1994) y Yin (2003).

3.3.1 Muestreo

Los estudios cualitativos no utilizan el muestreo probabilístico ni el muestreo por conveniencia; se basan en un *muestreo de propósito o purposeful sampling*, el cual es “una estrategia en la que escenarios particulares, personas o eventos se seleccionan de manera intencional para proveer información importante que no puede ser obtenida de la misma manera y en la misma calidad a partir de otros medios” (Maxwell, 1996, p. 70, citado por Avolio, 2008). La principal consideración que se debe tener en cuenta para el *muestreo de propósito* es la selección de individuos “que puedan proveer la información necesaria para poder responder a las preguntas de la investigación” (Maxwell, 1996, p. 70, citado por Avolio, 2008). El presente estudio utiliza un *muestreo de propósito* porque “la lógica y el poder del *purposeful sampling* se basa en seleccionar casos ricos en información para el estudio en profundidad. Los casos ricos en información son aquellos de los cuales se puede aprender mucho sobre los aspectos de importancia para el propósito del estudio” (Patton, 1990, p. 169, citado por Avolio, 2008).

El *muestreo de propósito* elegido tiene los siguientes objetivos para el estudio: alcanzar representatividad e identificar los casos típicos de las mujeres emprendedoras rurales; capturar adecuadamente la heterogeneidad de la población de este perfil de mujeres y asegurarse de que las conclusiones representen adecuadamente los diversos rangos de

posibilidades (*maximun variation sample*); y examinar los casos que son críticos para las teorías consideradas o que se desarrollarán en el estudio (Maxwell, 1996, pp. 71–72, citado por Avolio, 2008).

3.3.2 Estrategias

Muchos estudios han señalado la dificultad de encontrar una fuente sobre la cual construir una muestra de mujeres. Por ejemplo, uno de los principales problemas en la investigación de mujeres empresarias es la falta de una base de datos representativa (Orhan & Scott, 2001; Stevenson, 1990; citado por Avolio, 2008).

En el Perú los estudios sobre mujeres rurales y empleo han sido escasos. La muestra en los estudios cualitativos es *teóricamente construida*, es decir que la elección de los informantes es guiada por las preguntas conceptuales y no por la búsqueda de representatividad (Miles & Huberman, 1994, citado por Avolio, 2008). Los estudios de caso orientados a generar teorías utilizan el *muestreo teórico*, es decir que los casos son elegidos para obtener la réplica de los casos anteriores, profundizar en las teorías que están siendo inductivamente desarrolladas, completar categorías teóricas y proveer ejemplos negativos o contradictorios (Eisenhardt, 1989, citado por Avolio, 2008). De acuerdo con Miles y Huberman (1994, citado por Avolio, 2008), en los estudios cualitativos:

La muestra es investigación, somos detectives cerebrales, buscando respuestas a las preguntas de investigación. Nosotros observamos, hablamos con personas, tomamos artefactos y documentos. Esto nos lleva a nuevas muestras de informantes y observaciones, nuevos documentos. En cada etapa a lo largo del camino de evidencia, hacemos decisiones sobre la muestra para clarificar los principales patrones, ver contrastes, identificar excepciones o casos discrepantes, y descubrir casos negativos en los que los patrones no funcionan. Las conclusiones analíticas dependen profundamente de las decisiones de muestreo. (p. 29)

La muestra ha sido construida utilizando una combinación de las siguientes técnicas: casos típicos de las mujeres emprendedoras rurales; bola de nieve, “identificando casos de interés de personas (o instituciones) que conocen personas que saben que la información sobre dichos casos es rica” (Miles & Huberman, 1994, p. 78, citado por Avolio, 2008); y máxima variación, buscando que los casos seleccionados contengan la mayor cantidad de situaciones o tipos de evolución de las mismas, de acuerdo con las alternativas mostradas por la literatura revisada.

Se han utilizado diversas fuentes para identificar potenciales participantes en el estudio. Partiendo de un alcance general, a través de la Encuesta Nacional de Hogares del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2010), se identificó la proporción de la población económicamente activa (PEA) masculina y femenina. Del total de la PEA proyectada en la fecha de realización del estudio (16.8 millones, al 2014), el 44% del total (7.4 millones) lo constituyen mujeres económicamente activas para trabajar. En el contexto de la especificidad rural, la proporción de mujeres en edad de trabajar representan el 10% del total de la PEA (1.8 millones). La tasa de actividad total proyectada representa el 74% de la población (cociente entre las personas económicamente activas y la población total), en tanto que la tasa de actividad femenina representa el 65% del total del grupo de género. En el ámbito rural, la tasa de actividad femenina se representa el 76% del total (mujeres rurales en edad de trabajar respecto al total de población rural femenina). Este hecho revela que existe una mayor proporción de mujeres económicamente activas en el ámbito rural que en relación al promedio de la tasa de actividad total de la economía.

De acuerdo al Índice de Competitividad Regional del Perú (CENTRUM, 2010), que compara cuantitativamente el desempeño de los 24 departamentos del Perú a través de 90 variables clasificadas en 25 factores y estas a su vez en 5 pilares, se obtuvieron resultados que han permitido definir la estrategia para abordar el caso de estudio. Por ejemplo, en el pilar

Empresas que mide; la productividad de la región, el ambiente de negocios, así como las capacidades e indicadores de gestión para la generación del empleo, el resultado en ese contexto concluyó que el Departamento de La Libertad, en el norte del Perú, se encuentra en el primer lugar del ranking con un indicador de 66.73, seguido por Loreto y, Lima y Callao, con 66.49 y 64.62 respectivamente.

De acuerdo a la base de datos proporcionada por Financiera CrediScotia, del programa anual Premio a la Mujer Microempresaria (PMME) que reconoce la creatividad y esfuerzo de los emprendimientos de la mujer en el Perú, se obtuvo información que permitió focalizar aún más el estudio. Aun cuando la información no representa una muestra en sí misma, permitió conocer el origen de gran parte de las iniciativas emprendidas por las mujeres microempresarias. De acuerdo a la información, el número total de iniciativas recibidas en el PMME del año 2012 fueron de 14,465 a nivel nacional. De ese total, las principales iniciativas de mujeres provienen de Lima (30%), Arequipa (8%), Piura (7%) y La Libertad (6%), entre otros departamentos. Del número total mujeres, se identificó que de acuerdo al estado civil, el emprendimiento proviene del 47% de mujeres solteras, en tanto que un 43% proviene de mujeres casadas o convivientes, principalmente. Así mismo, se identificó que el 95% del total de emprendimientos corresponden a mujeres bancarizadas, existiendo sólo un 5% de emprendimientos que no han sido financiados. Las empresas formales con RUC representaron el 47% del total de emprendimientos, mientras que las empresas formales sin RUC obtuvieron una participación del 53% del total. Los rubros de emprendimientos por tipo de negocio, con mayor participación fueron; comercio (75%), servicios (15%), industria (3%), artesanías (1.5%) y producción agrícola (1%).

De acuerdo la información obtenida y analizada que involucraron: (a) perspectivas del emprendimiento femenino en el ámbito rural; (b) ciudades con mejor ambiente de negocios; y (b) zonas con mayor prospección de iniciativas de mujeres microempresarias; se determinó

que los departamentos de La Libertad y Lima, por la perspectiva de negocios y emprendimientos, podrían ofrecer una mejor muestra de casos típicos de mujeres emprendedoras rurales. Las entrevistas fueron realizadas en marzo (La Libertad) y en agosto (Lima) de 2014. Han sido consideradas mujeres de diversas edades, perfil socio-económico y familiar, en el contexto de las zonas rurales de los departamentos de La Libertad y Lima (Apéndice G y Apéndice H).

Para clasificar la muestra, los investigadores dieron respuesta a las siguientes preguntas previas al abordaje de casos: ¿El ámbito de estudio pertenece a un entorno rural? ¿En la zona rural se desarrollan emprendimientos o actividades laborales? ¿Los emprendimientos o actividades laborales en la zona rural son administradas por mujeres mayores a 14 años? Bajo este esquema, los casos fueron seleccionados en primer lugar, de acuerdo al entorno rural, segundo, a un perfil de emprendimiento o actividades laborales; y finalmente, si estas actividades son realizadas por mujeres mayores a 14 años, de acuerdo al Apéndice E.

Los estudios cualitativos utilizan pequeñas muestras de casos, analizados en su contexto y en profundidad (Miles & Huberman, 1994, citado por Avolio, 2008). Para responder adecuadamente las preguntas de la investigación, se contactaron 32 mujeres, obteniendo una aceptación en 20 casos del total de mujeres contactadas y que cumplían con los criterios de selección, lo cual ha permitido obtener la información adecuada para realizar el análisis transversal de los casos y responder a las preguntas de la investigación. El número de casos se ha seleccionado sobre la base de la *saturación teórica*, es decir, el punto en el que el aprendizaje incremental del siguiente caso es mínimo porque los investigadores ya no obtienen conocimiento adicional (Glaser & Strauss, 1967, citado por Avolio, 2008).

De acuerdo con Yin (2003, citado por Avolio, 2008), no existe una regla sobre el número necesario de casos dado que la investigación sigue la lógica de réplica más que la

lógica estadística. Los criterios típicos respecto al tamaño de muestra son irrelevantes, la investigación debe pensar en esta decisión como un reflejo del número de réplicas de los casos que el estudio necesita o le gustaría tener (p. 51). Los casos de estudio múltiples siguen la lógica de la réplica, lo que significa que cada caso debe ser cuidadosamente seleccionado, de manera que: (a) revele resultados similares (una réplica literal) o (b) revele resultados contrastantes pero por razones anticipadas (una réplica teórica) (p. 47).

3.4 Confidencialidad

Para proteger la privacidad de las participantes, sus nombres han sido reemplazados por pseudónimos; los archivos han sido grabados e identificados con dichos pseudónimos y las respuestas han sido transcritas con un código con el objetivo de proteger la identidad de las mujeres empresarias. Ninguna información ha sido publicada de forma que sea personalmente identificable.

3.5 Procedimiento de Recolección de Datos

Yin (2003, citado por Avolio, 2008) sugirió tres principios para la recolección de datos en estudios del caso: (a) usar múltiples fuentes de información; (b) crear una base de datos; y (c) mantener una cadena de evidencia en el análisis, mostrando explícitamente la relación entre las preguntas de la investigación, la información obtenida y las conclusiones (pp. 97-105). A continuación se describen los procedimientos utilizados para la recolección de los datos de acuerdo con lo sugerido por Yin (2003, citado por Avolio, 2008): fuentes de evidencia, protocolo del caso, casos piloto, y esquemas de las entrevistas.

3.5.1 Fuentes de Evidencia

Para la recolección de información se han utilizado dos fuentes de evidencia: entrevistas en profundidad y diversos documentos. Para este fin, se ha utilizado la técnica de triangulación de la información de modo que los resultados estén basados en múltiples ángulos para contrastarlos y comprarlos.

La principal fuente de recolección de información han sido las entrevistas en profundidad. Este tipo de entrevistas permiten recolectar un amplio rango de información en un corto periodo de tiempo, además de permitir el contacto personal y la observación del entrevistado. De acuerdo con Marshall y Rossman (1999, citado por Avolio, 2008), las entrevistas cualitativas son más conversaciones que eventos formales con categorías predeterminadas de respuestas y tienen el supuesto fundamental de que “la perspectiva del fenómeno de interés surge de acuerdo con como el participante lo percibe y no con como el investigador lo percibe” (p. 108).

De acuerdo con Marshall y Rossman (1999, citado por Avolio, 2008), una entrevista es una manera práctica de obtener mucha información de forma rápida y combinada con la observación; las entrevistas “permiten al investigador entender el sentido completo que tienen las actividades diarias de sus entrevistados” (p. 110). Sin embargo, el entrevistar tiene sus debilidades: la cooperación es esencial, y puede ocurrir que los entrevistados no cooperen o que se sientan incómodos al compartir todo aquello que el investigador quiere saber. Los entrevistadores deben tener una gran habilidad para escuchar y ser hábiles en la interacción personal y para formular las preguntas; la información toma mucho tiempo en ser analizada y el entrevistador debe tener cuidado con la calidad de la misma desde el momento de la recolección de los datos.

Adicionalmente se han utilizado documentos y archivos para complementar y corroborar la información obtenida en la entrevista de nuestras informantes. Los documentos y archivos fueron proporcionados en su mayoría durante las entrevistas por las mujeres emprendedoras rurales (en los casos aplicables) y son básicamente de tipo interno, derecho de pertenencia del negocio, así como documentos de constitución y/o permisos de funcionamiento, etc. Esta documentación ha permitido corroborar la información y familiarizarse con la historia de los emprendimientos y la problemática de los mismos.

3.5.2 Protocolo del Caso

El protocolo es la agenda que guía el trabajo del investigador. Antes del inicio de la entrevista, cada participante ha recibido información acerca del propósito del estudio, los principales aspectos que serán tocados y una carta de Consentimiento Informado. El protocolo del estudio se presenta en el Apéndice D.

3.5.3 Casos Piloto

Los primeros dos casos fueron utilizados como una prueba piloto para probar la guía de la entrevista y realizar los ajustes y cambios necesarios a la misma; como resultado de ello, varias preguntas fueron modificadas y otras incluidas en la guía. Cabe resaltar que estas modificaciones e inclusiones en la guía de la entrevista, fueron principalmente de forma.

De acuerdo con las recomendaciones de Yin (2003, citado por Avolio, 2008), los casos piloto han sido seleccionados por razones de conveniencia y acceso, con el objeto de lograr una relación más prolongada entre los entrevistados y el investigador. Los casos piloto asumen “el rol de un laboratorio para los investigadores, permitiéndoles observar diferentes fenómenos desde diferentes ángulos o tratar diferentes enfoques” (p. 79). Los reportes de los casos piloto, de acuerdo con la recomendación de Yin, han incluido explícitamente las mejoras en el diseño de la investigación y los procedimientos de campo.

3.5.4 Esquema de las Entrevistas

Se realizó una revisión de zonas dentro de las regiones de La Libertad y Lima, utilizando un mapa regional socioeconómico donde el factor de elección del ámbito de estudio se basó en el predominio del entorno rural y el desarrollo de actividades económicas.

Utilizando las preguntas de clasificación de la muestra se abordaron directamente a las mujeres informantes, contando con el soporte de un contacto en la zona de estudio, quién fue el nexo inicial para poder ubicarlas y entablar una relación cordial y amigable. Las mujeres informantes fueron elegidas en primer lugar, de acuerdo al entorno rural, seguidamente a un

perfilamiento de las actividades que desarrollan en el contexto del emprendimiento, y si cuentan con un rol preponderante en la administración del negocio.

Las entrevistas fueron realizadas *in situ* en zonas rurales de los departamentos de La Libertad y Lima. En el caso de las entrevistas realizadas en La Libertad, la logística utilizada fue el transporte aéreo para llegar a Trujillo y luego terrestre para movilizarnos hacia tres provincias de la región con el apoyo de una camioneta, documentación física para realizar las entrevistas y equipos de grabación para recabar información. Las provincias seleccionadas fueron Trujillo, Ascope y Otuzco. En Trujillo, los casos se abordaron en el distrito de Poroto, en los centros poblados de Platanar y Shiran. En Ascope, los casos se abordaron en los distritos de: (a) Chocope, en el centro poblado de Farias y Molino Cajanleque; y, (b) Chicama, en el centro poblado de Chicamita. Finalmente en la provincia de Otuzco, los casos se abordaron en el distrito de Otuzco, en los centros poblados de Trigopampa y Chagapampa. Los centros poblados se seleccionaron en el marco de una especificidad de zona rural.

En el caso de las entrevistas realizadas en Lima, la logística utilizada fue el transporte terrestre hacia la provincia de Cañete, para luego movilizarnos hacia el distrito de Quilmaná, en donde concentramos el estudio en los centros poblados de Roldán, El Tigre y Angola, en el marco de la especificidad de zona rural.

Cada entrevistador se identificó como estudiante universitario del MBA Gerencial de Centrum Católica y detalló cuál era el objetivo del estudio, indicando los temas principales de la investigación y la importancia de la misma. Se dejó en claro, que cada entrevista era de carácter confidencial y solo se utilizaría a información para fines estrictamente académicos.

Debido a que la mayoría de mujeres seleccionadas realizan actividades principalmente informales, no permitió en un inicio tener un flujo de información fluido por un tema de desconfianza, por ejemplo, nos identificaban como inspectores municipales. Tuvimos que mostrar nuestros fotochecks, documentos de identidad y otras credenciales para generar

mayor confianza. Las entrevistas fueron realizadas de acuerdo con el Protocolo del Caso que se muestra en el Apéndice D.

Las entrevistas fueron grabadas con el consentimiento de las entrevistadas y llevadas a cabo de acuerdo con la guía de entrevista, que se muestra en el Apéndice F. Cada persona entrevistada tuvo una contribución valiosa al estudio. Se recolectó información muy importante en un ambiente cordial y amigable; el cual permitió que las entrevistadas puedan contar libremente sus historias de vida y temas personales relacionadas a su emprendimiento.

Finalmente, al concluir la entrevista, el investigador entrega el formato del consentimiento informado para la firma de cada entrevistada, quedando evidencia que la información obtenida solo se utilizará como objeto de estudio.

3.6 Instrumentos

Las entrevistas han sido realizadas con una guía diseñada, la cual se muestra en el Apéndice F. Las variables incluidas en la guía de entrevista son los resultados de una revisión profunda de la literatura.

Como recomienda Yin (2003, p. 74, citado por Avolio, 2008), las preguntas de la guía se han orientado al investigador y no al entrevistado, con el objeto de establecer la información que tiene que ser recolectada y su justificación. Esta característica es lo que diferencia claramente a una guía de entrevista de una encuesta.

Las preguntas de la guía comprenden la información necesaria para responder a las preguntas de la investigación. Dado que algunas preguntas están relacionadas con aspectos personales de las mujeres, y en aquellos casos en los que a las mujeres les era difícil reflexionar o expresar verbalmente sus expectativas, se ha utilizado la técnica conocida como *probing* para permitirles reflexionar y explicar sus respuestas. La técnica consiste en mantener una entrevista en marcha mientras se obtienen más detalles sin cambiar el punto central del interrogatorio (Rubin & Rubin, 1995, citado por Avolio, 2008). Por esto, se han incluido

preguntas de “prueba” (*probing*) en la guía de entrevista con el objeto de que las mujeres puedan seguir hablando sobre el asunto estudiado, completen una idea, esclarezcan lo que han dicho u obtengan ejemplos y pruebas de detalles particulares.

Las preguntas iniciales de la guía se han orientado a establecer el contacto inicial con el entrevistado, permitirle compartir aspectos relacionados con su negocio y establecer una relación de confianza con el entrevistador. En la guía de entrevista se establece: (a) la información requerida, y (b) las preguntas.

3.7 Procedimientos de Registro de Datos

Habiendo finalizado los casos, los datos obtenidos de acuerdo a las observaciones, así como las notas de comentarios del entrevistador fueron debidamente registrados. El Apéndice B muestra el Formato de las Notas de Campo para recopilar las observaciones y el Formato de Notas de Entrevistas. Las entrevistas han sido grabadas y transcritas.

Con el fin de incrementar la confiabilidad del estudio, se confeccionó una base de datos para cada caso, de esta manera la evidencia para cada entrevista realizada puede ser revisada de manera sencilla. La base de datos está compuesta de los siguientes documentos: (a) datos generales de las entrevistas realizadas; (b) Formato de Consentimiento Informado firmado por la entrevistada (Apéndice C); (c) fotografías de la empresaria y su empresa; (e) Formato de Notas de Campo (Apéndice B); (f) transcripciones de las entrevistas; (g) el reporte del investigador; y (h) reporte de narrativas sobre las respuestas a las preguntas de la guía de entrevista, con las respectivas citas (sugerido por Yin, 2003, p. 103-104, citado por Avolio, 2008). Estos documentos se encuentran archivados física y digitalmente.

Yin (2003, citado por Avolio, 2008) sugiere continuar una cadena de evidencia en el análisis, evidenciando la relación entre las preguntas de la investigación, la información obtenida y las conclusiones con el fin de garantizar la confiabilidad del estudio, considerando que: (a) el reporte del investigador incluya las referencias específicas de las fuentes de

información contenidas en la base de datos; (b) la base de datos permita identificar claramente las circunstancias en las que se ha obtenido la información; y (c) la información haya sido recolectada de acuerdo con los procedimientos del protocolo (p. 105).

La cadena de evidencia para el análisis del estudio se evidencia de acuerdo a lo detallado a continuación: (a) la fecha, la hora y el lugar de cada entrevista a las mujeres emprendedoras rurales se encuentran documentados en los datos generales de las entrevistas realizadas; (b) las mujeres emprendedoras rurales han firmado el Formato de Consentimiento mostrando su conformidad; (c) en los casos en los que era posible obtener información escrita de la empresa, se ha archivado en la base de datos de cada caso; (d) en los casos que era posible se tomaron fotografías de la mujer emprendedora rural y su empresa; (e) se confeccionó una base de datos a partir de las observaciones documentadas en el Formato de Notas de Campo; (f) se tomaron apuntes personales en cada caso, que fueron registradas en la base de datos a través del Formato de Notas de Entrevistas; (g) las grabaciones de las entrevistas han sido transcritas; (h) el informe realizado por el investigador incluye referencias obtenidas de la transcripción de las entrevistas; (i) la información ha sido recolectada por los investigadores de acuerdo al protocolo establecido; y (j) la información ha sido procesada mediante el software Atlas y otros aplicativos de soporte, manteniendo clara la evidencia entre las narrativas y la codificación de la información en el proceso de análisis.

3.8 Análisis e Interpretación de Datos

“El análisis de datos es el proceso de ordenar, estructurar e interpretar la información recolectada. Es un proceso confuso, completo, ambiguo, consumidor de tiempo, creativo y fascinante” (Marshall & Rossman, 1999, p. 150, citado por Avolio, 2008). En los enfoques cualitativos, el proceso de interpretación es el de otorgar significado a la información. La información sin analizar no tiene un significado inherente, la interpretación brinda significado a la data y expone ese significado al lector a través del reporte escrito (p. 153).

La investigación ha utilizado un marco descriptivo como estrategia general para organizar el caso, de acuerdo a Yin (2003, citado por Avolio, 2008), se utiliza cuando es difícil aplicar otros enfoques de trabajo. El marco descriptivo se basa en las preguntas de la investigación: (a) perfil de las mujeres emprendedoras rurales; (b) factores que han estimulado a las mujeres rurales optar por la actividad empresarial; (c) influencia de las asociaciones vinculadas a las mujeres sobre los emprendimientos rurales; (e) principales barreras y oportunidades para el inicio de sus emprendimientos. Como estrategia específica se ha utilizado el análisis transversal de los casos con el fin de identificar patrones y derivar conclusiones.

El análisis de la información se inició luego de confeccionar la base de datos de cada caso y la transcripción de las entrevistas. La información cualitativa ha sido codificada, categorizada y analizada utilizando la inducción analítica (Strauss & Corbin, 1998, citado por Avolio, 2008) y los procedimientos sugeridos por Miles y Huberman (1994, citado por Avolio, 2008) para analizar información cualitativa.

El proceso de análisis estableció un proceso secuencial de tres actividades: reducción de la información, presentación de la información y análisis (Miles & Huberman, 1994, citado por Avolio, 2008). La información fue analizada de acuerdo con las seis fases sugeridas por Marshall y Rossman (1999, citado por Avolio, 2008): (a) organizar y preparar la información para el análisis; (b) generar categorías, temas y patrones mediante la revisión exhaustiva de la información; (c) codificar las categorías y los temas, marcando citas en la información; (d) someter a prueba los hallazgos iniciales; (e) buscar explicaciones alternativas para la información; y (d) escribir el reporte.

No existe un formato estándar para realizar el análisis individual de los casos, el proceso se realiza típicamente mediante una descripción detallada de cada caso con el objeto de encontrar elementos comunes (Eisenhardt, 1989, citado por Avolio, 2008).

La primera fase del análisis individual de los casos, consistió en trasladar las transcripciones de las entrevistas en el software Atlas, así como el soporte de un procesador de texto (MS Word), a fin de realizar el análisis cualitativo, el cual facilita la identificación de patrones en los casos; la información fue revisada en repetidas oportunidades para profundizar en la información y obtener una idea general y un significado completo.

La segunda fase del análisis comprendió el proceso de síntesis de información, mediante la utilización de marcas en los párrafos de las entrevistas transcritas que contenían información considerada valiosa, este análisis incluyó la utilización de una hoja de cálculo (MS Excel) para procesar la información.

La tercera fase del análisis consistió en asignación de códigos de la información. Los códigos son “etiquetas para asignar unidades de significado a la información recolectada” (Miles & Huberman, 1994, p. 56, citado por Avolio, 2008). La información fue codificada en base a una lista inicial provisional, de acuerdo a lo sugerido por Miles y Huberman (1994, citado por Avolio, 2008). Esta lista inicial se confeccionó en base a las preguntas de la investigación. Otros códigos fueron generados basándose en el enfoque inductivo sugerido por Eisenhardt (1989, citado por Avolio, 2008) y surgieron de la información proporcionada por los entrevistados.

Para analizar la información obtenida, al finalizar el estudio se realizaron revisiones de la información recabada, notas de campo y apuntes personales de cada investigador. El equipo de investigadores se reunió al finalizar el estudio para debatir sobre los y examinar los datos. Se realizaron además reuniones con un profesional conocedor de investigaciones cualitativas para resumir la información obtenida de la investigación y discutir temas, conceptos y explicaciones generadas a partir del estudio. En la fase final del análisis de la información, cada entrevista fue revisada nuevamente con el fin de identificar potenciales omisiones de información y escribir resúmenes de las mismas. Estos resúmenes permitieron revisar y

comparar las citas hechas en las entrevistas y usarlas como ejemplos en el reporte de la investigación. Por medio del software Atlas y con el apoyo de un procesador de texto (MS Word), se seleccionaron citas de todas las entrevistas para cada categoría codificada. Esta compilación de citas para cada código ha sido utilizada para mostrar tendencias, contrastes y similitudes.

En la investigación la presentación del análisis individual de los casos ha sido construida sobre una adaptación de los formatos (Tablas) presentados por Avolio (2008).

La presentación del análisis transversal de los casos ha sido organizada de acuerdo la interacción de variables relevantes de las características socioculturales de las informantes y los objetivos de investigación. En ese sentido, cada grupo de variables en cada característica sociocultural: (a) características demográficas; (b) antecedentes educativos; (c) antecedentes laborales; y (d) antecedentes familiares; ha relacionado cada objetivo de investigación según se muestra en el Apéndice I.

3.9 Validez y Confiabilidad

Para desarrollar un caso de estudio de alta calidad se debe maximizar cuatro condiciones relacionadas con el diseño del estudio: validez del constructo, validez interna, validez externa y confiabilidad (Yin, 2003, p. 19, citado por Avolio, 2008). Para asegurar estas condiciones se han utilizado las estrategias sugeridas por Yin (2003), Creswell (2003), y Maxwell (1996).

Validez del constructo significa establecer medidas adecuadas de los conceptos estudiados (Yin, 2003, p. 34, citado por Avolio, 2008). Se han utilizado las siguientes estrategias para asegurar la validez: (a) se ha mantenido una cadena de evidencia en el análisis (p. 36); (b) se han realizado dos casos piloto (Feng, 2005, p. 42, citado por Avolio, 2008).

Validez externa o generalización significa que los resultados pueden ser generalizados más allá del caso de estudio realizado (Yin, 2003, p. 37, citado por Avolio, 2008). De acuerdo

con Yin, la investigación cuantitativa está basada en generalización estadística, en cambio los estudios del caso se basan en la generalización analítica. La generalización analítica hace referencia a los casos de estudio múltiples, que pueden ser considerados como múltiples experimentos donde la generalización se realiza de forma analítica usando una teoría como marco a fin de comparar los resultados empíricos del caso estudiado siendo estos considerados generalizables ante un respaldo de la misma teoría. La generalización analítica se obtiene al relacionar los resultados particulares con una teoría más amplia. En este estudio ha sido guiado por medio del uso de un marco conceptual para la recolección de datos y su posterior análisis.

Confiabilidad hace referencia a que otros investigadores alcanzarán resultados similares al estudiar el mismo caso utilizando los mismos procedimientos que el investigador original. El objetivo de la confiabilidad no eliminar los errores pero si los minimiza y evita sesgos en el estudio.

En la investigación se han utilizado cuatro estrategias para garantizar la confiabilidad. Primero, la utilización de un protocolo del caso estableciendo los procedimientos de todo el proceso. Segundo, el uso de una sólida base de datos para cada caso, con una arquitectura de información estandarizada que permite transferir fácilmente los datos y formar una base de datos sólida, completa y detallada de la información recabada, esto último con el apoyo de una hoja de cálculo (MS Excel). Tercero, el juicio de un asesor experto, que sin formar parte directa del estudio fue el responsable de verificar la coherencia del contenido y la lógica del análisis de la información, evaluando las conclusiones finales.

3.10 Resumen

La investigación es de naturaleza exploratoria y con un enfoque cualitativo, el mismo que permitirá; identificar el perfil de las mujeres emprendedoras rurales, determinar los factores que llevaron al surgimiento de dichos negocios, identificar la influencia de las

asociaciones vinculadas a las mujeres sobre los emprendimientos, y las principales barreras y oportunidades que enfrentan las mujeres rurales para el inicio de sus emprendimientos.

El presente capítulo nos ha permitido establecer las directrices para realizar el trabajo de campo, el cual incluyó el diseño de la investigación, los procedimientos para la selección de los casos, la recolección y el registro de la información, así como procedimientos para el análisis e interpretación de la información. Se elaboró la guía de entrevista, la cual fue fundamental para obtener la información de las mujeres informantes y poder dar respuesta a las preguntas de la investigación.

En razón de que no existen bases de datos sobre emprendimientos rurales femeninos en el Perú se ha hecho uso de fuentes de información alternativas para contar con una aproximación al caso de estudio, partiendo de un alcance general a través de información del contexto rural de mujeres en el Perú, así como de mujeres empresarias que participan en actividades relacionadas en una entidad financiera, investigaciones y artículos periodísticos que puedan referir a las mujeres rurales.

La recolección de datos se ha realizado mediante entrevistas a profundidad, en una sola sesión. Las entrevistas fueron realizadas en un marco abierto contando con el soporte de una guía, siendo grabadas y transcritas. Adicionalmente se tomaron notas de campo antes de realizar la entrevista, así como durante el desarrollo de la dinámica, para captar sus comentarios y percepciones sobre aspectos particulares que se utilizarán para analizar el caso a mayor profundidad. Una vez culminado el levantamiento de información y para incrementar la confiabilidad del estudio, de acuerdo a Yin (2003) se confeccionó una base de datos para cada caso utilizando una cadena de evidencias a fin de que la información pueda ser revisada de manera sencilla, se utilizó el software Atlas y el soporte de un procesador de texto para facilitar encontrar patrones entre los casos. En el análisis e interpretación de datos de la investigación, se utilizó como estrategia general un marco descriptivo para organizar el caso

utilizando las preguntas de la investigación, como estrategia específica se ha utilizado el análisis transversal de los casos con el fin de identificar patrones y derivar conclusiones; la primera fase del análisis comprendió el establecimiento de un protocolo; la segunda fase el proceso de síntesis de información; la tercera fase del análisis consistió en la asignación de códigos de la información. El equipo de investigadores se reunió al finalizar el estudio para debatir sobre los resultados y examinar los datos, se contó además la asesoría de un profesional conocedor de investigaciones cualitativas para resumir la información obtenida. Para garantizar validez y confiabilidad se consideraron cuatro condiciones relacionadas con el diseño del estudio: validez del constructo, validez interna, validez externa y confiabilidad de acuerdo a lo propuesto por Yin (2003).



Capítulo IV: Presentación y Discusión de Resultados

Después de abordar el trabajo de campo, los resultados de los casos estudiados han sido resumidos y organizados de acuerdo a las preguntas de la investigación. El informe ha sido organizado sobre la base del análisis individual de los casos; en ese sentido, la información está presentada de acuerdo con a las preguntas de la investigación. Los casos no están presentados individualmente sino como un grupo heterogéneo para evidenciar resultados típicos. El estudio presenta además a un análisis transversal de los casos para determinar patrones entre las variables de estudio y los objetivos de investigación. El propósito del capítulo es presentar y discutir los resultados del estudio.

4.1 Perfil de las Informantes

El resumen de los perfiles de las mujeres informantes se muestra en la Tabla 1 en donde se realiza una breve presentación de cada caso. Se abordaron 20 casos de mujeres, los cuales han permitido obtener la información suficiente para responder a las preguntas de la investigación. Debido a razones de confidencialidad, los nombres de las mujeres han sido modificados y se han utilizado pseudónimos en su reemplazo.

En razón de que existe escasa información sobre emprendimientos rurales femeninos en el Perú, se ha hecho uso de fuentes de información alternativas para contar con una aproximación al caso de estudio. Una vez seleccionado el ámbito y el lugar de recolección de la información, se contactaron a 32 mujeres que reunían un perfil potencial para el estudio. De acuerdo a las preguntas de clasificación del Apéndice E, se eliminaron a 5 mujeres que no cumplían con los criterios de selección. Del total de mujeres que cumplían con los criterios de selección (27 casos), aceptaron realizar la entrevista un total de 20 mujeres, contando con una tasa de aceptación de 74.1%, cuyo detalle se muestra en la Tabla 2.

Tabla 1

Perfil de las Informantes

Nombre	Edad Actual	Lugar de nacimiento	Procedencia (lugar de nacimiento)	Lugar donde vive*	Hijos actuales	Situación familiar	Nivel educativo	Giro del emprendimiento	Años de funcionamiento	Fecha de entrevista
Julia de Shiran	49	Shiran - Poroto, Trujillo, La Libertad	Rural	Shiran - Poroto, Trujillo, La Libertad	Un hijo	Conviviente	Secundaria completa	Venta de comida, golosinas	16	28 de marzo 2014
María de Platanar	46	Pataz, La Libertad	Urbano	Platanar - Poroto, Trujillo, La Libertad	Cinco hijos	Conviviente	Estudios técnicos completos	Venta de abarotes, comida	9	28 de marzo 2014
Susana de Casa Grande	30	Casa Grande, Ascope, La Libertad	Urbano	Chicamita - Chicama, Ascope, La Libertad	Un hijo	Casada	Estudios universitarios completos	Venta de abarotes, alquiler de cabinas de internet	17	29 de marzo 2014
Roxana de Chicamita	53	Chicamita - Chicama, Ascope, La Libertad	Rural	Chicamita - Chicama, Ascope, La Libertad	Dos hijos	Separada	Estudios universitarios completos	Venta de abarotes, golosinas	2	29 de marzo 2014
Norma de Trigopampa	44	Cajamarca - Simbal, Trujillo, La Libertad	Rural	Molino Cajanleque - Chocope, Ascope, La Libertad	Tres hijos	Conviviente	Primaria completa	Venta artesanías y frutas	0	29 de marzo 2014
Ofelia de Ascope	56	Ascope, La Libertad	Urbano	Platanar - Poroto, Trujillo, La Libertad	Tres hijos	Separada	Primaria completa	Venta de abarotes, dulces	11	28 de marzo 2014
Ángela de Fariás	45	Chocope, La Libertad	Urbano	Fariás - Chocope, Ascope, La Libertad	Tres hijos	Conviviente	Estudios técnicos completos	Venta de comida, dulces	1	29 de marzo 2014
Bárbara de la Maestría	41	Otuzco, La Libertad	Urbano	Trigopampa - Otuzco, Otuzco, La Libertad	Sin hijos	Separada	Estudios de maestría completos	Restaurante campestre	0	29 de marzo 2014
Martha de Otuzco	50	Otuzco, La Libertad	Urbano	Chagapampa - Otuzco, Otuzco, La Libertad	Tres hijos	Casada	Primaria completa	Venta de menestras	20	28 de marzo 2014
Miriam de Chocope	67	Chocope, La Libertad	Urbano	Molino Cajanleque - Chocope, Ascope, La Libertad	Dos hijos	Casada	Estudios técnicos completos	Venta de abarotes, golosinas	9	28 de marzo 2014
Rocio de Alcalde	75	Chicamita, Chicama, Ascope, La Libertad	Rural	Chicamita - Chicama, Ascope, La Libertad	Nueve hijos	Casada	Sin educación	Venta de abarotes, golosinas	33	29 de marzo 2014
Sonia de Chavín	52	Chavín, Chincha, Ica	Rural	Roldán Alto - Quilmaná, Cañete, Lima	Ocho hijos	Separada	Primaria incompleta	Venta de leche	9	09 de agosto 2014
Patricia de El Tigre	45	El Tigre, Quilmaná, Cañete, Lima	Rural	El Tigre, Quilmaná, Cañete, Lima	Tres hijos	Conviviente	Estudios técnicos incompletos	Venta de abarotes, golosinas	44	09 de agosto 2014
Milagros de Roldán	64	Azángaro, Yauyos, Lima	Rural	Roldán - Quilmaná, Cañete, Lima	Diez hijos	Conviviente	Primaria completa	Ganadería, venta de leche de cabra	10	09 de agosto 2014
Maruja de San Vicente	39	San Vicente de Cañete, Cañete, Lima	Urbano	El Tigre, Quilmaná, Cañete, Lima	Dos hijos	Casada	Estudios técnicos completos	Venta de abarotes, golosinas	6	09 de agosto 2014
Jimena de Quilmaná	42	San Vicente de Cañete, Cañete, Lima	Urbano	Anexo de Roldán - Quilmaná, Cañete, Lima	Tres hijos	Casada	Secundaria incompleta	Venta de abarotes, golosinas	20	09 de agosto 2014
Giuliana de Angola	54	Cañete, Lima	Urbano	Ángola - Quilmaná, Cañete, Lima	Cuatro hijos	Casada	Secundaria incompleta	Venta de comida, dulces, vinos	1	09 de agosto 2014
Elena de Yauyos	31	Yauyos, Lima	Urbano	Anexo de Roldán - Quilmaná, Cañete, Lima	Dos hijos	Conviviente	Estudios universitarios completos	Venta de abarotes	38	09 de agosto 2014
Claudia de Fundo Angola	51	San Vicente de Cañete, Cañete, Lima	Urbano	Fundo Ángola - Quilmaná, Cañete, Lima	Tres hijos	Casada	Estudios técnicos completos	Venta de abarotes, golosinas, pensión, costura	12	09 de agosto 2014
Rosa de Roldán Alto	42	Yauyos, Lima	Urbano	Roldán - Quilmaná, Cañete, Lima	Dos hijos	Conviviente	Estudios técnicos incompletos	Venta de abarotes, golosinas, dulces	9	09 de agosto 2014

* Nota: se detalla, Centro Poblado - Distrito. Provincia. Departamento

Tabla 2

Tasa de Respuesta de las Informantes

	Número de informantes
Número de mujeres contactadas	32
Mujeres que no cumplían con los criterios	5
Mujeres que cumplían con los criterios	27
Mujeres que no aceptaron el estudio	7
Mujeres que aceptaron	20
Tasa de rechazo (no aceptaron/mujeres que cumplían los criterios)	25.9%
Tasa de aceptación (aceptaron/contactadas que cumplían los criterios)	74.1%

Del grupo de mujeres que aceptó participar del estudio, se realizaron entrevistas a profundidad en una sola sesión. Las entrevistas fueron realizadas en un marco abierto contando con el soporte de una guía, siendo grabadas y posteriormente transcritas y codificadas. Las entrevistas fueron grabadas con el consentimiento de las informantes y llevadas a cabo de acuerdo con la guía de entrevista, que se muestra en el Apéndice F.

Los casos han sido elegidos para reflejar grupos representativos de mujeres en la región. Se han incluido casos que reflejen las siguientes dimensiones: (a) la edad actual, (b) procedencia, (c) maternidad (con y sin hijos), (d) situación familiar (estado civil) (d) nivel educativo de la mujer, (e) giro del emprendimiento y (f) años de funcionamiento del emprendimiento. Las Tablas 3, 4, 5, 6, 7 y 8 muestran el perfil detallado de las informantes.

La edad típica de las informantes se ubica entre los 41 y 60 años, en 14 de los 20 casos presentados (70% del grupo de estudio); en ese sentido, una mujer emprendedora rural cuenta con un promedio de edad de 49 años. De acuerdo a la información obtenida en campo, en la percepción una mujer rural, la edad no constituye una restricción para iniciar el emprendimiento.

Tabla 3

Edad Actual de las Informantes

Edad (años)	Número de Informantes	Porcentaje de Informantes
De 19 a 30	1	5.0%
De 31 a 40	2	10.0%
De 41 a 50	7	35.0%
De 51 a 60	7	35.0%
De 61 a 70	2	10.0%
Más de 70	1	5.0%
Total informantes	20	100.0%

La procedencia de las informantes, de acuerdo al lugar de nacimiento, se evidencia mayoritariamente urbana, en 13 de los 20 casos presentados (65% del grupo de estudio). Aun cuando la investigación no ha explorado la relación entre la procedencia de las informantes y factores que subyacen su emprendimiento, se puede tomar como una relación constante en el sentido que las mujeres se han desarrollado mayoritariamente en un ámbito rural.

Tabla 4

Procedencia de las Informantes (respecto al lugar de nacimiento)

Procedencia	Número de Informantes	Porcentaje de Informantes
Urbano	13	65.0%
Rural	7	35.0%
Total de informantes	20	100.0%

Tabla 5

Maternidad de las Informantes

Maternidad	Número de Informantes	Porcentaje de Informantes
Con hijos:	19	95.0%
De 1 a 2 hijos	7	35.0%
De 3 a 4 hijos	8	40.0%
De 5 a más hijos	4	20.0%
Sin hijos	1	5.0%
Total de informantes	20	100.0%

Tabla 6

Nivel Educativo Alcanzado por las Informantes

Nivel Educativo	Número de Informantes	Porcentaje de Informantes
Sin educación	1	5.0%
Primaria incompleta	1	5.0%
Primaria completa	4	20.0%
Secundaria incompleta	2	10.0%
Secundaria completa	1	5.0%
Estudios técnicos incompletos	2	10.0%
Estudios técnicos completos	5	25.0%
Estudios universitarios incompletos	0	0.0%
Estudios universitarios completos	3	15.0%
Estudios de maestría incompleta	0	0.0%
Estudios de maestría completa	1	5.0%
Total de informantes	20	100.0%

Tabla 7

Giro del Emprendimiento según Sector Económico

Sector	Número de Informantes	Porcentaje de Informantes
Servicios	18	90.0%
Comercio	17	85.0%
Turismo	1	5.0%
Extractivo	1	5.0%
Ganadería	1	5.0%
Transformación	1	5.0%
Manufactura	1	5.0%
Total informantes	20	100.0%

Tabla 8

Años de Funcionamiento del Emprendimiento

Rango	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 5 años	5	25.0%
De 6 a 10 años	6	30.0%
De 11 a 15 años	2	10.0%
De 16 a 20 años	4	20.0%
De 21 a 25 años	0	0.0%
Más de 25 años	3	15.0%
Total de informantes	20	100.0%

A continuación se presenta en la Tabla 9, las estadísticas de la información de los casos de estudio, en ella se aprecia que el número total de transcripciones ocuparon 227 páginas, con un total de 754Kb de espacio de la transcripción y de 737.2MB de espacio en disco.

Tabla 9

Estadísticas de la Información de los Casos de Estudio

Casos	Total de Páginas (transcripción de la entrevista)	Total de Espacio de la Transcripción	Total de Espacio del Audio
Julia de Shiran	23	66 Kb	87.3 MB
María de Platanar	18	51 Kb	59.4 MB
Susana de Casa Grande	15	46 Kb	48.9 MB
Roxana de Chicamita	9	31 Kb	30.0 MB
Norma de Trigopampa	9	33 Kb	35.0 MB
Ofelia de Ascope	9	30 Kb	34.0 MB
Ángela de Farias	12	38 Kb	38.3 MB
Bárbara de la Maestría	17	43 Kb	47.0 MB
Martha de Otuzco	9	31 Kb	55.0 MB
Miriam de Chocope	8	31 Kb	30.7 MB
Rocio de Alcalde	9	44 Kb	36.6 MB
Sonia de Chavín	18	41 Kb	25.9 MB
Patricia de El Tigre	22	43 Kb	24.4 MB
Milagros de Roldán	6	28 Kb	25.0 MB
Maruja de San Vicente	6	28 Kb	30.0 MB
Jimena de Quilmaná	7	28 Kb	35.0 MB
Giuliana de Angola	9	35 Kb	34.0 MB
Elena de Yauyos	6	30 Kb	30.0 MB
Claudia de Fundo Angola	8	39 Kb	18.0 MB
Rosa de Roldán Alto	7	38 Kb	12.7 MB
Total (N = 20)	227	754 Kb	737.2 MB

4.2 Características Socioculturales de las Mujeres Emprendedoras Rurales

4.2.1 Características Demográficas

Los resultados permiten mostrar el perfil demográfico de las mujeres emprendedoras rurales, de acuerdo a lo detallado a continuación: (a) la procedencia de las mujeres

empendedoras rurales, en 13 casos presentados, provienen de lugares distintos al que se encuentran, mientras que 7 casos presentados proceden del mismo pueblo o caserío donde nacieron (Tabla 10); (b) el promedio de edad actual de los casos investigados es de 49 años, con edades desde los 30 hasta los 75 años, en 16 casos presentados se concentran en los rangos de edades de 41 a 50 y de 51 a 60, cada uno 8 casos, respectivamente (Tabla 11); (c) el estado civil actual que predomina es el de casadas y convivientes, presentes cada una con 8 de los casos abordados, concentrándose en 16 del total de casos abordados; mientras se presentaron 4 casos de mujeres rurales separadas; (d) el promedio de edad de las mujeres informantes al momento de iniciar su emprendimiento actual es de 35 años y oscilan entre 19 y 56 años con un mayor número de casos en el rango de 19 a 29 años, donde se concentran 7 de los 20 casos abordados, mientras que en el rango de 30 a 40 años se presentan en 6 casos abordados; en tanto que, en el rango comprendido entre los 41 a 50 años se presentan en 7 casos (Tabla 12).

La investigación evidencia que las mujeres empendedoras rurales presentan diferentes antecedentes demográficos en lugar de nacimiento, edad, y maternidad, por lo que no constituyen un grupo homogéneo basados en su perfil demográfico.

Los resultados obtenidos muestran que las mujeres rurales se deciden por el emprendimiento en distintas edades de su vida, con diferentes obligaciones familiares y desemejantes niveles de experiencia laboral. Algunas mujeres optaron por el emprendimiento en el inicio de su vida laboral: tal es el caso de Maruja de San Vicente, quien se convirtió en emprendedora a los 19 años, sin experiencia laboral previa, casada y con dos hijos menores. Otras mujeres se vuelven empresarias en una etapa avanzada de su vida laboral, como el caso de Ofelia de Ascope, quien optó por un nuevo emprendimiento a los 56 años contando con 38 años de experiencia laboral previa y con tres hijos mayores de edad; Vildoso (2000) encontró que en el Perú el grupo de empresarias con excelente desempeño en sus empresas está

conformado en su mayoría por mujeres con hijos adolescentes y, con menor participación en su muestra mujeres solteras que progresaron en los negocios a basándose en una dedicación total postergando la vida familiar. El resultado de la investigación revela que en 14 casos presentados corresponde a mujeres rurales que iniciaron su emprendimiento con hijos menores (70% del grupo de estudio), en 4 casos presentados con mujeres sin hijos (20% del grupo de estudio) y en 2 casos presentados con hijos mayores (10% del grupo de estudio), lo cual genera una aproximación en los resultados obtenidos por Vildoso.

Tabla 10

Procedencia de las Informantes (respecto al lugar de nacimiento)

Casos	Procedencia
Julia de Shiran	Rural
María de Platanar	Urbano
Susana de Casa Grande	Urbano
Roxana de Chicamita	Rural
Norma de Trigopampa	Rural
Ofelia de Ascope	Urbano
Ángela de Farias	Urbano
Bárbara de la Maestría	Urbano
Martha de Otuzco	Urbano
Miriam de Chocope	Urbano
Rocio de Alcalde	Rural
Sonia de Chavín	Rural
Patricia de El Tigre	Rural
Milagros de Roldán	Rural
Maruja de San Vicente	Urbano
Jimena de Quilmaná	Urbano
Giuliana de Angola	Urbano
Elena de Yauyos	Urbano
Claudia de Fundo Angola	Urbano
Rosa de Roldán Alto	Urbano

Tabla 11

Edad y Situación Familiar Actual

Casos	Edad	Situación familiar	Cantidad de hijos
Julia de Shiran	49	Conviviente	Un hijo
María de Platanar	46	Conviviente	Cinco hijos
Susana de Casa Grande	30	Casada	Un hijo
Roxana de Chicamita	53	Madre soltera	Dos hijos
Norma de Trigopampa	44	Conviviente	Tres hijos
Ofelia de Ascope	56	Separada	Tres hijos
Ángela de Farias	45	Conviviente	Tres hijos
Bárbara de la Maestría	41	Separada	Sin hijos
Martha de Otuzco	50	Casada	Tres hijos
Miriam de Chocope	67	Casada	Dos hijos
Rocio de Alcalde	75	Casada	Nueve hijos
Sonia de Chavín	52	Separada	Ocho hijos
Patricia de El Tigre	45	Conviviente	Tres hijos
Milagros de Roldán	64	Conviviente	Diez hijos
Maruja de San Vicente	39	Casada	Dos hijos
Jimena de Quilmaná	42	Casada	Tres hijos
Giuliana de Angola	54	Casada	Cuatro hijos
Elena de Yauyos	31	Conviviente	Dos hijos
Claudia de Fundo Angola	51	Casada	Tres hijos
Rosa de Roldán Alto	42	Conviviente	Dos hijos
Promedio (N = 20)	49	Casada / Conviviente	Tres hijos

Tabla 12

Edad y Situación Familiar al Momento de Convertirse en Emprendedoras de su Negocio Actual

Casos	Edad	Situación familiar	Cantidad de hijos
Julia de Shiran	48	Conviviente	Un hijo menor
María de El Platanal	40	Conviviente	Dos hijos mayores y tres hijos menores
Susana de Casa Grande	29	Casada	Un hijo menor
Miriam de Chocope	29	Casada	Sin hijos
Roxana de Chicamita	41	Madre soltera	Dos hijos menores
Norma de Trigopampa	35	Conviviente	Tres hijos menores
Ofelia de Ascope	56	Separada	Tres hijos mayores
Ángela de Farias	25	Conviviente	Un hijo menor
Bárbara de la Maestría	30	Separada	Sin hijos
Martha de Otuzco	41	Casada	Tres hijos menores
Rocio de Alcalde	42	Casada	Nueve hijos menores
Claudia de Fundo Angola	42	Casada	Dos hijos mayores y un hijo menor
Milagros de Roldan	20	Soltera	Sin hijos
Giuliana de Angola	52	Casada	Cuatro hijos mayores
Sonia de Chavín	42	Separada	Dos hijos mayores y cinco hijos menores
Patricia de El Tigre	36	Conviviente	Dos hijos menores
Maruja de San Vicente	19	Casada	Dos hijos menores
Elena de Yauyos	31	Conviviente	Dos hijos menores
Jimena de Quilmaná	25	Casada	Tres hijos menores
Rosa de Roldan Alto	26	Conviviente	Sin hijos

Nota: Se consideran menores a los hijos que tienen menos de 18 años y mayores a los hijos que tienen más de 18 años

4.2.2 Antecedentes Educativos

El estudio aborda los antecedentes educativos de las emprendedoras rurales considerando lo detallado a continuación: (a) formación académica previa al emprendimiento; el grupo de informantes es heterogéneo debido a que se encontraron desde emprendedoras analfabetas hasta emprendedoras con maestría (Tabla 13); (b) nivel educativo adicional a la educación básica; 10 de los casos presentados (50% del grupo de estudio) no cuentan con educación adicional a la básica, 9 de los casos habrían cursado primaria o secundaria y sólo 1 caso sin tener acceso a la educación; por otro lado, en 10 de los casos restantes se aprecia educación técnica especializada en costura, serigrafía, educación a educación superior,

psicología y maestría en educación (Tabla 14); (c) respecto al tipo de educación previa al emprendimiento y el giro de negocio actual, en 18 de los casos (90% del grupo de estudio) corresponden a educación no relacionada y mujeres emprendedoras sin ningún tipo de educación previa, sólo 2 de los casos presentados (10% del grupo de estudio) cuentan con una educación directamente relacionada con el giro de negocio emprendido (Tabla 15).

Para acotar el perfil educativo previo al emprendimiento de las mujeres rurales, hay que evidenciar que 9 de los casos presentados (45% del grupo de estudio) recibió educación básica desde primaria incompleta hasta secundaria completa, mientras que 7 de los casos presentados (35% del grupo de estudio) muestran formación técnica y cursos adicionales, además 3 de los casos presentados (15% del grupo de estudio) incluyen emprendedoras que asistieron a la universidad y con estudios de maestría; solo 1 de los casos presentados (5% del grupo de estudio) carece de instrucción básica. Esta evidencia es consistente con la información proporcionada por el INEI sobre el perfil educativo promedio de las mujeres en el Perú (2006b, citado por Avolio 2008, p.117) que indicó que el 64.9% de mujeres cuentan con instrucción primaria o secundaria; mientras que el 23.9% de las mujeres mayores de 15 años acceden a algún tipo de educación superior; y el 11.3% de mujeres no tienen ningún tipo de instrucción.

La investigación evidencia que el perfil educativo de las mujeres emprendedoras rurales encuestadas es heterogéneo y no permite determinar un perfil para el emprendimiento rural; sin embargo, estos aspectos académicos influyen en la capacidad de aprovechamiento de las oportunidades y superación de obstáculos que las mujeres rurales enfrentan desde el inicio de sus emprendimientos.

Tabla 13

Nivel de Educación Previo al Emprendimiento

Nivel educativo	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Sin educación	Rocio	1	5%
Primaria incompleta	Sonia	1	5%
Primaria completa	Norma, Ofelia, Martha, Milagros	4	20%
Secundaria incompleta	Giuliana, Jimena	2	10%
Secundaria completa	Julia	1	5%
Estudios técnicos incompletos	Rosa, Patricia, Ángela, Elena	4	20%
Estudios técnicos completos	Miriam, Maruja, Claudia(*), María	4	20%
Estudios universitarios incompletos	Roxana	1	5%
Estudios universitarios completos	Susana	1	5%
Estudios maestría incompletos		0	0%
Estudios maestría completos	Bárbara	1	5%
Total de informantes		20	100%

(*) Claudia posee secundaria incompleta pero llevo talleres de costura

Tabla 14

Nivel Educativo Adicional a la Educación Básica

Nivel educativo	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	Rocio, Jimena, Giuliana, Elena, Julia, Sonia, Milagros, Martha, Ofelia, Norma	10	50%
Técnico costura	Miriam, Claudia, Maruja	3	15%
Técnico enfermería	Patricia	1	5%
Técnico educación	Rosa	1	5%
Técnico serigrafía	María	1	5%
Técnico secretariado	Ángela	1	5%
Universitario Educación	Roxana	1	5%
Universitario Psicología	Susana	1	5%
Maestría Educación	Bárbara	1	5%
Total de informantes		20	100%

Tabla 15

Relación entre el Tipo de Educación Previo al Emprendimiento y la Naturaleza del Negocio

Nivel educativo	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Educación directamente relacionada	Bárbara(*) Claudia	2	10%
Educación no relacionada	Ángela, Patricia, Rosa, Susana, Maria, Roxana, Maruja, Miriam, Elena	9	45%
Ningún tipo de educación previa	Rocio, Jimena, Giuliana, Julia, Sonia, Milagros, Martha, Ofelia, Norma	9	45%
Total de informantes		20	100%

(*) Bárbara grado de estudios es Maestría pero cursó "administración de restaurantes"

4.2.3 Antecedentes Laborales

La investigación ha abordado los antecedentes laborales de las mujeres rurales considerando lo detallado a continuación: (a) el perfil laboral de las mujeres emprendedoras rurales; (b) experiencia laboral en empleos formales; y (c) la relación de la experiencia laboral previa con la naturaleza de la empresa actual.

El estudio revela que el perfil laboral de las mujeres rurales encuestadas es heterogéneo debido a lo mencionado a continuación: (a) las mujeres rurales presentan como experiencia laboral previa al emprendimiento posiciones laborales como empleadas de hogar, agricultoras, comerciantes, empleadas en tiendas comerciales, obreras no calificadas, inclusive dueñas de restaurantes, que evidencian una participación dispersa en el desarrollo de actividades laborales; sin embargo, sólo en 8 de los casos presentados se evidenció experiencia en labor de campo o crianza de animales (Tabla 16); (b) sólo tres mujeres Ángela de Farias, Patricia de El Tigre y Maruja de San Vicente quienes indicaron no poseer experiencia previa cuando iniciaron sus emprendimientos; (c) ninguna mujer indicó haber desempeñado únicamente labores de empleada del hogar; (d) las actividades económicas donde se desempeñaron las mujeres empresarias entrevistadas son variadas (Tabla 17);

Tabla 16

Tipo de Experiencia Laboral Previa al Emprendimiento (cualquier tipo de empleo)

Informante / Variable	Venta de abarrotes	Venta en mercado	Venta de alimentos	Venta ropa Costura	Empleada del hogar	Venta de inmuebles	Agrícola - ganadera	Docencia	Obreira	Sin experiencia
Julia de Shiran		x	x						x	
María de Platanar			x							
Susana de Casa Grande	x					x				
Miriam de Chocope	x			x						
Roxana de Chicamita	x							x		
Norma de Trigopampa		x					x			
Ofelia de Ascope	x		x		x					
Ángela de Farias										x
Bárbara de la Maestría					x			x		
Martha de Otuzco		x	x				x			
Rocio de Alcalde							x			
Claudia de Fundo Angola				x			x			
Milagros de Roldán							x			
Giuliana de Angola			x	x			x			
Sonia de Chavín			x				x			
Patricia de El Tigre										x
Maruja de San Vicente										x
Elena de Yauyos	x	x							x	
Jimena de Quilmaná							x		x	
Rosa de Roldán Alto					x		x			
Frecuencia	5	4	6	3	3	1	8	2	3	3

N=20

Nota: Más de una variable aplica a cada informante, N = 20

(e) en 16 de los casos presentados (80% del grupo de estudio) las mujeres rurales nunca pudieron acceder a un empleo formal (Tabla 18); (f) el promedio de años de experiencia laboral previa al emprendimiento de las mujeres encuestadas es 18 años, los años de experiencia previa van de 0 a 38 años (Tabla 18); y (g) el promedio de años de experiencia previa es de 18 años (Tabla 19); el rango de edades de las mujeres rurales de inicio en la actividad laboral oscila desde los 7 años hasta los 36 años, con una media de 19 años de edad (Tabla 20), esto evidencia que las mujeres emprendedoras rurales se inician en la actividad empresarial en diferentes etapas de su vida laboral, con distinta experiencia laboral previa.

Tabla 17

Actividades Principales de Experiencia Laboral Previa al Emprendimiento

Actividades económicas	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Servicios: Restaurante, venta de fruta, abarrotos, costura, artículos de belleza, labor en hogar	Julia, María, Susana, Miriam, Roxana, Norma, Ofelia, Bárbara, Martha, Claudia, Giuliana, Elena, Rosa, Sonia	14	70%
Construcción	Julia, Elena, Jimena	3	15%
Inmobiliario	Susana	1	5%
Ganadería	Milagros, Sonia	2	10%
Agrícola	Norma, Martha, Rocío, Giuliana, Jimena, Rosa	6	30%
Educación sin experiencia	Roxana, Bárbara Ángela, Patricia, Maruja	2 3	10% 15%
Total (N=20)		31	

Tabla 18

Empleo Formal Previo al Emprendimiento

Trabajo formal	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Tuvo/ tiene Trabajo Formal	Elena, Bárbara, Roxana, Susana	4	20%
No tuvo trabajo formal	Rosa, Jimena, Maruja, Patricia, Sonia, Giuliana, Milagros, Claudia, Rocio , Martha, Ángela, Ofelia, Norma, Miriam, María, Julia	16	80%
Total de informantes		20	100%

Tabla 19

Años de Experiencia Previos al Emprendimiento

Años de experiencia	Casos	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 5 años	Miriam, Patricia, Ángela, Maruja	4	20%
De 6 a 10 años	Jimena, Roxana, Milagros, Rosa	4	20%
De 11 a 15 años	Bárbara, Norma	2	10%
De 16 a 20 años	Susana	1	5%
De 21 a 25 años	Elena, María, Sonia	3	15%
Más de 25 años	Giuliana, Julia, Ofelia, Martha, Rocio, Claudia	6	30%
Total de informantes		20	100%

Tabla 20

Edad en que Empezaron a Trabajar

Rango de edades	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Menores de 10 años	Elena, Giuliana	2	10%
De 11 a 14 años	Roxana, Ofelia, Rocio, Maruja	4	20%
De 15 a 18 años	Milagros, Miriam, Ángela, Rosa, Jimena, Maria	6	30%
De 19 a 25 años	Claudia, Julia, Sonia, Bárbara, Patricia, Susana, Norma	7	35%
Más de 25 años	Martha	1	5%
Total de informantes		20	100%

Al abordar la relación entre la experiencia laboral previa al emprendimiento y la naturaleza de la empresa, los resultados muestran que 10 de los casos presentados (50% del grupo de estudio) inician los emprendimientos con experiencia laboral directamente relacionada, resultando ser un factor determinante para el desempeño del emprendimiento (Tabla 21). Cooper (1981, citado por Avolio 2008) había realizado un estudio cuyos resultados son consistentes con esta evidencia; por lo general, el giro de la empresa en que incursionan los emprendedores se deriva de la naturaleza de la organización donde laboró previamente. Los casos Norma de Trigopampa y Julia de Shiran, son ejemplos que evidencian el vínculo de la experiencia laboral previa y la naturaleza de la empresa:

¿Cuál fue su primer empleo? Mi primer empleo fue vendiendo en el mercado, empecé vendiendo plátanos. Ayudaba en el negocio a mi tía que tenía un puesto en el mercado y me gustaba ayudar... Bueno, como le dije siempre he trabajado en el negocio de vender plátanos. Lo siembro, lo cosecho y luego lo vendo. Y recientemente estoy en artesanías con las hojas de plátanos que nos quedan. (Norma de Trigopampa)

¿Y qué otras actividades económicas ha hecho hace 5 años previos antes de tener este negocio? Bueno yo he trabajado en todo, en negocio de fruta si había por ahí, a veces me contrataban para ir a trabajar en otros sitios, como tenemos el alcalde de acá también me decían va a tener un trabajo o se iban por ahí; y ya cuando murió mi mamá, yo ya aquí me he quedado en el mes de mayo yo ya me quedo acá ahora mi negocio es de comida, todo lo que es comida o negocio de fruta bebidas, todo. (Julia de Shiran)

Uno de los dos casos en que la naturaleza del emprendimiento no se deriva de la experiencia previa es el caso de Bárbara de la Maestría, quien identificó un nicho en su pueblo natal e inició el emprendimiento:

¿Qué otras actividades económicas haz realizado hace cinco años antes de tener tu negocio? Me he dedicado a la educación. Docente nombrada... *¿Cuál es el principal motivo que te hizo generar este emprendimiento?* Siempre había una alternativa, aparte que la educación siempre paga poco, pero siempre viene bastante gente por la Virgen de la puerta, y siempre viene gente acá. Y la alternativa era ofrecer algo diferente para la gente que viene acá... A convertir esto, que era un terreno abandonarlo, no había, nosotros somos una de las primeras personas que abrimos este local. (Bárbara de la Maestría)

Tabla 21

Relación entre Experiencia Laboral Previa y la Naturaleza del Emprendimiento

Relación	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Experiencia Laboral directamente relacionada	Elena, Giuliana, Julia, Maria, Martha, Milagros, Miriam, Norma, Ofelia, Susana	10	50%
Experiencia Laboral no relacionada	Bárbara, Claudia, Jimena, Rocio, Rosa, Sonia, Roxana,	7	35%
Sin experiencia	Ángela, Maruja, Patricia	3	15%
Total de informantes		20	100%

4.2.4 Antecedentes Familiares

Los antecedentes familiares abordados en la investigación incluyen variables relacionadas directamente con las mujeres rurales, incluyendo a padres, hijos y esposo/pareja cuando aplica. Las mujeres han sido abordadas en base a la situación pasada y actual de sus padres, hijos y esposos/parejas, con el fin de identificar y analizar las fuentes familiares que las influenciaron en su decisión de iniciar el emprendimiento. Las variables planteadas son: (a) actividad laboral de madre, padre y esposo/pareja; (b) educación de madre, padre, y esposo/pareja; (c) responsabilidades de las mujeres rurales en su rol de madres durante emprendimiento; (d) responsabilidades en el cuidado de los hijos (e) responsabilidades domésticas; (f) responsabilidad económica del hogar; (g) apoyo emocional y económico del esposo/pareja y familiares en sus empresas; e (h) influencia de la empresa en la vida familiar.

Los resultados obtenidos muestran que: (a) En 16 casos presentados las mujeres emprendedoras rurales han tenido una madre relacionada con la actividad laboral (como dependiente, independiente o autoempleo), mientras que se evidencian 18 casos de mujeres con padres relacionados con la actividad laboral; por otro lado, se evidencian 17 casos de mujeres con esposo/pareja con actividad laboral (Tabla 22). Este resultado evidencia un perfil homogéneo respecto a la procedencia de la vinculación emprendedora de la mujer rural y los

antecedentes laborales familiares; (b) el nivel de educación de la madre, padre y el esposo/pareja es heterogéneo: en 11 de los casos presentados, las mujeres rurales presentan madres sin educación, en 8 de los casos presentados las madres asistieron a la escuela primaria, mientras que en 1 de los casos presentados la madre asistió a la escuela secundaria; respecto al padre, en 4 de los casos presentados, las mujeres rurales presentan padres sin educación, en 11 de los casos presentados los padres asistieron a la escuela primaria, mientras que en 2 de los casos presentados el padre asistió a la escuela secundaria; en el caso de los esposos/parejas de las mujeres emprendedoras rurales, en 3 de los casos presentados el esposo asistieron a primaria, en 6 de los casos presentados el esposo/pareja tuvo una educación secundaria, mientras que en 7 de los casos presentados el esposo/pareja tuvo educación técnica o formación universitaria. Se presentaron 4 casos sin información (Tabla 23); (c) las emprendedoras rurales reciben apoyo por parte de familiares de acuerdo a que se evidencian 13 casos con apoyo de familiares (esposo/pareja, hermanos o hijos), mientras que se muestra 7 casos de mujeres rurales que no reciben apoyo, ni siquiera de personas externas (Tabla 24).

Tabla 22

Actividad Laboral de los Familiares de las Mujeres Rurales Previa al Emprendimiento

Actividad laboral	Madre		Padre		Esposos / Pareja	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Dependiente	5	25%	11	55%	7	35%
Independiente	11	55%	7	35%	10	50%
Desempleado	0	0%	0	0%	1	5%
Ama de casa	4	20%	0	0%	0	0%
S/I	0	0%	2	10%	2	10%
Total de informantes	20	100%	20	100%	20	100%
S/I sin información						

Tabla 23

Educación de la Madre, Padre o Esposo/Pareja Previo al Emprendimiento

Nivel educativo	Madre	Padre	Esposos
Sin educación	11	4	0
Primaria incompleta	2	7	0
Primaria completa	6	4	3
Secundaria incompleta	0	0	1
Secundaria completa	1	2	5
Estudios técnicos incompletos	0	0	1
Estudios técnicos completos	0	0	4
Estudios universitarios incompletos	0	0	0
Estudios universitarios completos	0	0	2
Estudios maestría incompletos	0	0	0
Estudios maestría completos	0	0	0
S/I	0	3	4
Total de informantes	20	20	20

S/I sin información

Tabla 24

Miembros de la Familia con Apoyo en el Emprendimiento

Familia	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Esposos / pareja	Jimena, Martha, Norma	3	15%
Hermanos	Bárbara, Ángela, Rosa	3	15%
Hijos	Patricia, Maruja, Giuliana, Milagros, Claudia, Rocio, Julia	7	35%
No cuenta con apoyo	Sonia, Ofelia, Roxana, Miriam, Susana, María, Elena	7	35%
Total de informantes		20	100%

La relación de la actividad laboral de los padres y los emprendimientos de las mujeres empresarias, de acuerdo con Carter y Cannon (1992), se sustenta en la existencia de estudios que defienden que los empresarios con frecuencia descienden de familias en las que los padres han sido autoempleados o tienen historias de autoempleo; sin embargo, otros estudios indican que no se ha encontrado una fuerte relación entre la actividad de los padres y las mujeres empresarias, Los resultados de la investigación se asemejan a lo encontrado por

Carter y Cannon, al indicar que un gran número de emprendedoras rurales indicaron haber tenido madre o padre con actividad laboral (como dependiente, independiente o autoempleo), tales son los casos que se presentan a continuación:

¿Y a que se dedicaba su padre? Mi papa trabaja en el campo, por ahí donde había trabajito trabajaba, [...] antes cuando a me tuvieron primero trabajaba en Cartavio en la Hacienda, [...] después de ahí renuncio, nos llevó a la sierra [...] y vuelta nos regresó a Chiclin a la cooperativa; [...] *¿Y su madre a que se dedicaba?* ella también trabajaba, vendía y se iba al mercado, hacíamos comida cualquier cosa y ella se iba a vender y yo me quedaba en la casa. (Rocío de Alcalde)

¿Dónde (empezó a trabajar)? Con mi mama, ella tenía un negocio de venta de verduras y llevamos las verduras de nuestras chacras al mercado mayorista de Otuzco. Cada día nos levantábamos muy temprano a llevar mercadería y regresábamos en la noche [...] *¿A qué se dedicaba su mamá?* Ella trabajaba siempre en la agricultura y luego se dedicó al negocio de venta de verduras. (Martha de Otuzco)

Respecto a la incorporación de miembros de la familia en los emprendimientos de las mujeres rurales, los resultados muestran que 13 casos presentados cuentan con apoyo de algún familiar (Tabla 24), sus principales motivaciones están relacionadas con sacar adelante a su familia orientando esfuerzos para que sus familiares se dediquen a estudiar a fin de tener mayores oportunidades, sea continuando el negocio familiar o también fuera de él. Sobre este último aspecto, los resultados parecen no ser consistentes con lo encontrado por Vildoso (2000) quien identificó que para las mujeres, la motivación del emprendimiento no surge exclusivamente por necesidad económica, sino también para generar influencia en el futuro de la familia, con la intención de crear una fuente de trabajo para sus familiares. Estas empresarias invierten y fomentan la educación de sus hijos, De acuerdo con el estudio, las

mujeres cumplen los roles de madre y empresaria volviéndolos complementarios con la imagen que tienen de sí mismas.

A continuación se presentan el caso de Ángela de Farias que evidencia el apoyo familiar y la perspectiva de desarrollo:

¿Conoce alguna ONG, una organización que le brinde apoyo para hacer esto, para hacer su negocio? Si hay, pero nunca he preguntado ni he recogido, para ser franca trabajo sola mejor. Si, así es ¿Por qué? No sé, siempre me gusta trabajar sola con mi mamá. Las dos trabajamos acá y las dos salimos adelante sin pedir ayuda a nadie, así es [...] ¿Y cuál cree señora que ha sido un factor importante para poder empezar su negocio? El principal motivo. Mis hijas son el motivo, ya cuando ellas ya estén unas señoritas preparadas, sean profesionales de repente ahí ya dejaré de trabajar, así es.

(Ángela de Farias)

Dentro de los antecedentes familiares, se abordaron las responsabilidades de las mujeres emprendedoras rurales en su rol de madre y su participación en labores domésticas en el momento de apostar por el emprendimiento; así también, las responsabilidades económicas en el hogar y el apoyo del esposo/pareja en sus emprendimientos, cuando es aplicable. El rol de madre está relacionado directamente con el género y es importante explorarlo puesto que además de las responsabilidades laborales asumidas se le debe sumar la responsabilidad en el cuidado de los hijos.

Los resultados muestran que (a): En 15 de los casos presentados las mujeres tenían hijos al emprender el negocio (Tabla 25); (b) en 12 de los casos presentados las mujeres rurales optaron por el emprendimiento cuando tenían hijos dependientes, mientras que en 8 casos presentados corresponde a mujeres rurales con hijos independientes o sin hijos (Tabla 26); (c) Antes del emprendimiento, en la mayoría de los casos, las mujeres emprendedoras rurales indicaron que los roles de cuidado de los hijos se encuentran delegados a ellas, esto en

adición a la actividad emprendedora que tienen a su cargo (Tabla 27), aunque en el caso de las mujeres con hijos dependientes los esposos/parejas ayudan en el cuidado de los hijos, la responsabilidad sigue siendo de ellas; (d) en 15 casos presentados las mujeres carece de apoyo en las actividades domésticas (Tabla 28); (e) en ningún caso la responsabilidad en el cuidado de los hijos y doméstica se encuentra exclusivamente en los esposos/pareja (Tabla 27 y Tabla 28); (f) en 14 casos presentados la responsabilidad económica del hogar de las mujeres emprendedoras rurales es, en su mayoría, compartida con el esposo/pareja (Tabla 29); (g) ninguno de los hogares de las mujeres emprendedoras rurales entrevistadas se encontraba bajo la responsabilidad económica exclusiva de la pareja/esposo, lo cual evidencia la importancia del aporte de la mujer emprendedora en la canasta familiar; (h) En 15 casos presentados las mujeres rurales recibieron algún tipo de apoyo de sus esposos/parejas en el momento que decidió apostar por el emprendimiento, este apoyo es considerado de suma importancia por las mujeres emprendedoras rurales (Tabla 30).

Estos resultados evidencian las situación que las mujeres emprendedoras enfrentan, ya que deben gestionar simultáneamente roles de madre/esposa/pareja, de generación económica para el sustento del hogar y el rol en el cuidado del hogar. En el caso de las mujeres que tienen a su cargo a hijos dependientes poseen una desventaja importante para cumplir dichos roles, pues la responsabilidad finalmente recae en la mayor parte del tiempo en ellas. Tienen que desempeñar simultáneamente diferentes roles para generar ingresos para la familia y esto puede generarles situaciones de estrés o conflictos respecto a la administración de su tiempo y prioridades. Los casos de Claudia de Fundo Angola y María de Platanar son ejemplos de emprendedoras que cumplen con su rol de madres, el rol en el cuidado de los hijos y del hogar, en simultáneo a sus actividades laborales:

¿Cómo es su rutina domestica como comienza el día? Arranco el día [...] 5:30am

haciendo el desayuno para los chicos para el colegio. Porque crio al hijo de mi hija, mi

nietito, y mi hijo, hago el desayuno, hago la lonchera, los envío al colegio y me quedo con mi menú, con mis animalitos que crío, y la bodeguita para que caiga algún sencillo. (Claudia de Fundo Angola)

Y digamos su rutina diaria, ¿un día típico de usted que es lo que hace? A las 4 de la mañana me tengo que levantar a preparar desayuno, cuando dejo listo a esos de las 6am a hacer limpieza, nuevamente a las 8 empiezo a preparar el almuerzo, ordenar la cocina, hacer limpieza, ya cuando se van a las 12am a veces me mandan a preparar algunos señores menú, o si no me pongo a lavar toda la tarde a partir de las 4pm hago mi caldo de gallina hasta las 9 de la noche vendo, y bueno así. (María de Platanar)

Tabla 25

Responsabilidades de las Mujeres en su Rol de Madre en el Momento de Optar por el Emprendimiento

Hijos	Nombres	Frecuencia	%
Sin hijos	Milagros, Roxana, Rosa, Bárbara, Miriam	5	25%
Con un hijo	Maruja, Ángela, Julia, Susana	4	20%
Con dos hijos	Elena, Patricia	2	10%
Con tres hijos	Jimena, Martha, Claudia, Norma, Ofelia	5	25%
Con cuatro hijos	Giuliana	1	5%
Con cinco hijos	María	1	5%
Con más de 5 hijos	Rocio, Sonia	2	10%
Total (N=20)		20	

Tabla 26

Responsabilidades de las Mujeres en su Rol de Madre en el Momento de Optar por el Emprendimiento (hijos dependientes o independientes)

Hijos	Nombres	Frecuencia	Porcentaje
Con hijos dependientes	Rocio, Martha, Norma, Jimena, Elena, Ángela, Julia, Susana, Maruja, Patricia	10	50%
Con hijos independientes	María, Sonia, Claudia	3	15%
Con hijos dependientes e independientes	Giuliana, Ofelia	2	10%
Sin hijos	Roxana, Rosa, Bárbara, Milagros, Miriam	5	25%
Total de informantes		20	

Tabla 27

Roles en el Cuidado de los Hijos

Cuidado de hijos	Nombres	Frecuencia	Porcentaje
Hijos al cuidado exclusivo de la madre	María, Maruja, Sonia,	3	15%
El padre colabora pero la responsabilidad es de la mujer	Roxana, Rocio, Patricia, Norma, Martha, Ángela, Susana, Elena, Claudia, Jimena	10	50%
No tiene hijos o son independientes	Bárbara, Ofelia, Julia, Giuliana, Rosa, Milagros, Miriam	7	35%
Total de informantes		20	

Tabla 28

Responsabilidades Domésticas

Responsabilidad	Nombres	Frecuencia	Porcentaje
A cargo de la mujer	Rosa, Jimena, Patricia, Milagros, Rocio, Ofelia, Norma, Roxana, Miriam, María, Julia, Maruja, Sonia, Bárbara, Giuliana,	15	75%
Compartida con la pareja/ esposo	Elena, Claudia, Martha, Ángela, Susana	5	25%
Total de informantes		20	

Tabla 29

Responsabilidad Económica en el Hogar

Responsabilidad	Nombres	Frecuencia	Porcentaje
A cargo de la mujer	Bárbara, Maruja, Sonia, Ofelia, Milagros, Jimena	6	30%
Compartida con la pareja/ esposo	María, Julia, Giuliana, Roxana, Rocio, Rosa, Patricia, Norma, Miriam, Martha, Ángela, Susana, Elena, Claudia	14	70%
Total de informantes		20	100%

Tabla 30

Apoyo del Esposo/Pareja en el Momento que la Mujer Inició su Emprendimiento

Responsabilidad	Nombres	Frecuencia	Porcentaje
Con apoyo económico y emocional	Rosa, Elena, Patricia, Giuliana, Claudia, Rocio, Martha, Bárbara, Ángela, Norma, Roxana, Miriam, Susana, María, Julia	15	75%
Sin apoyo del esposo / pareja	Jimena, Milagros, Ofelia	3	15%
Sin esposo / pareja	Maruja, Sonia	2	10%
Total de informantes		20	100%

4.3 Habilidades Administrativas de las Mujeres Emprendedoras Rurales

El estudio ha explorado las habilidades administrativas de las informantes, así como las capacidades técnicas de las mujeres al iniciar sus emprendimientos. Las habilidades administrativas consideran conocimiento, entrenamiento y experiencia relacionados con la gestión de emprendimientos en las áreas de finanzas, marketing, operaciones y logística, tecnología, y gestión de personas. Además, se ha hecho una exploración sobre el entrenamiento formal o informal recibido por las mujeres, si ha habido alguno, para convertirse en emprendedoras.

Las habilidades administrativas han sido categorizadas en cinco áreas, que se muestran en la Tabla 31, y a partir del cual permitirán explicar el perfil de las mujeres emprendedoras rurales a través de su desempeño en el negocio.

Tabla 31

Variables de Medición sobre Habilidades Administrativas

Área	Descripción de variables de medición
Financiera	Formas de obtención de capital para el negocio. Planificación de gastos y realización de registros contables; así como medición y administración de resultados.
Marketing	Política de ventas; elaboración de productos propios; fijación de precios de venta; generación de promociones para incentivar la venta; estrategias de distribución y diferenciación de productos.
Operaciones y Logística	Fijación de cantidades de producir y comprar. Control de inventarios y almacenamiento de productos.
Tecnológica	Conocimiento y uso de equipos y/o dispositivos para la venta o la atención al cliente.
Gestión de personas	Administración de personal y formas de contratación de personas.

Las respuestas obtenidas han sido calificadas por el investigador en cinco niveles: donde 1 es muy bajo y 5 es muy alto, con el objetivo de identificar las principales fortalezas y deficiencias de las mujeres en estas áreas, que se muestran en la Tabla 32. Los niveles describen el dominio en un área específica sobre las variables descritas en la Tabla 31. El criterio para definir el nivel en las mujeres se basa en la premisa para describir el grado de conocimiento de cada variable, su aplicación en el negocio y la contribución en el desarrollo de un área específica.

Tabla 32

Habilidades Administrativas de las Mujeres Emprendedoras Rurales

Casos	Financieras	Marketing	Operaciones y Logística	Tecnológica	RRHH
Julia de Shiran	2	2	1	1	1
María de Platanar	2	2	2	1	1
Susana de Casa Grande	2	2	2	1	1
Roxana de Chicamita	3	3	2	1	1
Norma de Trigopampa	2	2	2	1	1
Ofelia de Ascope	2	2	2	1	1
Ángela de Farias	2	2	2	1	1
Bárbara de la Maestría	3	3	3	1	3
Martha de Otuzco	2	2	2	1	1
Miriam de Chocope	1	2	2	1	1
Rocio de Alcalde	2	2	2	1	1
Sonia de Chavín	3	1	1	1	1
Patricia de El Tigre	3	3	2	1	1
Milagros de Roldán	2	2	1	1	1
Maruja de San Vicente	2	3	2	1	1
Jimena de Quilmaná	3	2	2	1	2
Giuliana de Angola	1	2	2	1	1
Elena de Yauyos	3	3	2	1	1
Claudia de Fundo Angola	3	2	2	1	1
Rosa de Roldán Alto	2	2	1	1	1
Promedio (N=20)	2.3	2.2	1.9	1.0	1.2

Los resultados evidencian un conocimiento bajo y limitado en el manejo de la administración financiera; sin embargo, parecería que las mujeres emprendedoras rurales utilizan prácticas y herramientas básicas en la gestión financiera y contable que en cierto grado permiten un desempeño para el “mantenimiento” del negocio, pero insuficiente para potenciar el crecimiento del mismo. Este tipo de prácticas se circunscriban a un conocimiento referido o adquirido por la oportunidad y la necesidad inmediata; en ese sentido, respecto a las formas de obtener capital y/o dinero, por ejemplo, resulta común en los emprendimientos relacionados al comercio, el uso de la venta al crédito. Así mismo, es común observar emprendedoras con cultura de ahorro que les permite “tener algo guardado” no sólo para

solventar la necesidad inmediata en el negocio sino también en los gastos familiares, como lo manifiestan Roxana de Chicamita, Patricia de El Tigre, Jimena de Quilmaná o Elena de Yauyos.

¿Cómo obtiene dinero para mantener el negocio? Aquí mayormente damos crédito y es mensual. Con ese dinero se va y se compra mercadería en Trujillo. Creo que esa fue una de las formas en que la gente prefiere mi tienda, porque le damos crédito. (Roxana de Chicamita)

¿Usted cómo obtiene dinero para su negocio? ¿Cómo lo obtengo?, o sea del mismo negocio yo no, todo es para el negocio, o sea si informo, hoy día vendí tanto, tanto invierto y tanto me guardo para tener de reserva. (Patricia de El Tigre)

¿Cómo obtiene su capital para el negocio? De las ventas que tengo con los clientes, de las ventas diarias y parte que tengo crédito quincenal, para clientes jubilados, profesores que me pagan al mes y a los obreros que trabajan en chacra que pagan semanal, cada 8 días, entonces así tengo. (Jimena de Quilmaná)

¿Cómo obtiene dinero para su negocio? Soy muy ahorrativa. Por ejemplo, me gusta hacer mucho trajín cuando me dice mi esposo que yo debería ir en moto. Entonces me ahorro en eso. *¿Y cómo hace para incrementar sus ventas?* Damos facilidad de crédito. (Elena de Yauyos)

En forma general, respecto a la planificación de gastos y registro contable, es común observar en las mujeres emprendedoras, el uso de cuadernos de notas para registrar el control de gastos para el manejo del flujo de dinero inmediato, no para la planificación. En ese sentido, los resultados económicos del negocio se observan mediáticamente sobre “la forma en que regresa el dinero”, pero no como oportunidad de generación de excedente para la reinversión.

En el área de marketing, se evidencia un conocimiento bajo pero con mucho interés en desarrollar. Las mujeres emprendedoras rurales, desconocen los conceptos de marketing, pero en la práctica tratan de desarrollar estrategias de diferenciación de productos o servicios, y en menor grado, la promoción y publicidad, las cuales asocian al incremento de la venta, pero demandante en recursos (dinero, tiempo y personas) que no las convierten en una prioridad inmediata, sino que tratan de vender “lo que se presenta” y el “aprovechar las oportunidades”; como se muestran en los casos de Roxana de Chicamita, Patricia de El Tigre, Bárbara de la Maestría, Sonia de Chavín, Jimena de Quilmaná o Claudia de Fundo Angola:

¿Qué hace Ud., para incrementar sus ventas? Damos crédito, por eso vienen las personas y me prefieren. También porque saben que atiendo en un horario en el que otros aun no abren o ya cerraron... Por esa razón me prefieren comprar. También porque he surtido más mi tienda y siempre tengo lo que piden. (Roxana de Chicamita)

¿Usted que hace para diferenciarse de las otras bodegas o de los otros comercios que tiene por acá cerca? O sea casi no vendo el mismo producto... Por ejemplo allá al costado ellos venden casi más la gaseosa de Kola Real, yo no vendo Kola Real casi, nada más Cielo y en estos productos... *eso sobre gaseosa ¿y sobre otros productos?* Sobre otros productos sí, casi todo. (Patricia de El Tigre)

¿Qué haces para incrementar tus ventas? Publicidad. Le explico. Acá por ejemplo ahorita, no me he abocado en publicidad. Y justamente ese es mi objetivo este año... pero para eso tengo que primero acá trabajar, porque tengo que tener mi personal que realmente responda... Para eso mejor poner personal calificado. (Bárbara de la Maestría)

¿Realiza algún tipo de promoción, publicidad, usted se promociona con alguien? No, no tenemos con quien promocionarnos. (Sonia de Chavín)

¿Realiza alguna promoción para impulsar el negocio? No, siempre he tenido esa intención pero no sé, hasta ahora nada. No me doy tiempo para armar nada y hasta ahora no lo he logrado hacer. Siempre en la noche pienso que puedo promocionar, juntar y digo mañana lo voy a hacer pero nada no lo logro, siempre salen cosas por hacer y nada. (Jimena de Quilmaná)

¿Y cómo puede hacer para vender más? Acá no se puede vender más, acá no es como en la ciudad no es zona céntrica se vende lo que se presenta y se aprovechan las oportunidades como los chicas de mi pensión. (Claudia de Fundo Angola)

Las habilidades en el área de operaciones y logística se evidencian como bajas y limitadas, por la dimensión y giro del negocio en la mayor parte de los emprendimiento. Sin embargo, aun cuando el negocio justifique la planificación de productos o servicios o una administración de inventarios, las mujeres emprendedoras rurales desarrollan prácticas intuitivas.

El área de tecnología se muestra como la de mayor deficiencia en el ámbito de las mujeres emprendedoras rurales, ya que además del desconocimiento general por el uso y aplicación de herramientas y dispositivos, no la identifican como oportunidad para generar valor para el desarrollo de productos (actuales y nuevos) y el impacto en el servicio.

En el área de gestión de recursos humanos, las mujeres emprendedoras rurales cuentan con conocimientos básicos de administración de personas, si bien en la mayoría de casos no cuentan con experiencia formal de dirección en personas, en práctica reciben el apoyo personal informal (temporal) o familiar.

El estudio de casos revela además que las mujeres emprendedoras rurales no cuentan con entrenamiento y capacitación formal para desarrollar empresa. El conocimiento en la gestión del negocio parece ser el resultado de un aprendizaje adquirido en la práctica o el resultado empírico de los años de experiencia en la actividad. Así se evidencian en los casos

de Roxana de Chicamita, Ofelia de Ascope, Patricia de El Tigre, Elena de Yauyos, Bárbara de la Maestría, Miriam de Chocope o Claudia de Fundo Angola:

¿Cuenta con experiencia o entrenamiento para ser empresaria? No he recibido entrenamiento. Solo lo que he aprendido en los años trabajando con mi papa y mama.
(Roxana de Chicamita)

¿Cuenta con experiencia o entrenamiento para ser empresaria? No, solo mi experiencia de todos estos años trabajando en el negocio de ventas y restaurante.
(Ofelia de Ascope)

¿Usted cuenta con entrenamiento para ser empresaria? Nunca lo he dicho pero sola me he hecho. (Patricia de El Tigre)

¿Cuenta con entrenamiento para ser empresaria? Puede ser la experiencia que tuve cuando ayudé a mi tía. (Elena de Yauyos)

¿Cuentas tú con experiencia o entrenamiento para ser empresaria? Ah... empresaria o sea ¿llevar algún curso de capacitación? *Por ejemplo, habilidades de administración*
¿De la administración? No, pero si he aprendido más, en base a experiencia. (Bárbara de la Maestría)

¿Cuenta con entrenamiento para ser empresaria? *¿Ha recibido cursos de administración?* No, yo trabaje de ahí me gusto...y desde ahí fue que me inicie con este negocio. (Miriam de Chocope)

¿Cuenta con experiencia o entrenamiento? *¿Ha estudiado algo?* Con experiencia, si pero no cursos o talleres. (Claudia de Fundo Angola)

Los resultados parecen evidenciar además que las mujeres rurales, especialmente las mayores, muestran poco interés en el entrenamiento y la capacitación proveniente de organizaciones o autoridades locales; en ese contexto, se observa un sentido de independencia y conservadoras en la gestión de sus emprendimientos. En los casos de mujeres más jóvenes,

se observan proclives a la cooperación; en este grupo se observa un sentido claro sobre el apoyo proveniente de organizaciones o autoridades y cómo estos deben contribuir al crecimiento del emprendimiento. Estos resultados se evidencian en casos como Miriam de Chocope, Roxana de Chicamita, Sonia de Chavín, Claudia de Fundo Angola, Ángela de Farias, Jimena de Quilmaná, Norma de Trigopampa, Maruja de San Vicente, Elena de Yauyos o Susana de Casa Grande:

¿Le gustaría recibir capacitación del Gobierno Regional? ¿En técnicas de venta?

Para que ya, aunque ya tengo mi edad avanzada, eso hubiera sido para cuando era más joven. (Miriam de Chocope, 67 años)

¿Ud. cree que existe apoyo de las autoridades de su región para impulsar nuevos emprendimientos? No hay apoyo, uno tiene que salir adelante por su propio esfuerzo.

(Roxana de Chicamita, 53 años)

¿No recibe ningún apoyo de su alcalde, de la autoridad aquí? No señor, para nada

¿cree que debería recibir algún tipo de apoyo en especial? Lógico, pero no lo tenemos

¿Qué tipo de apoyo cree que debería recibir? Nosotros deberíamos recibir un apoyo de la autoridad de acá como que por ejemplo, que nos diera pues aunque sea agua, principalmente que no lo tenemos. (Sonia de Chavín, 52 años)

¿Usted cree que existe apoyo de las autoridades de su región para realizar

emprendimientos? No *¿Y qué clase de apoyo debería haber?* Eso, para lo principal para lo que ustedes vienen, apoyo porque al menos acá estamos regular, porque hay otros sitios que si dependen de ayuda, pero no le podría decir. (Claudia de Fundo Angola, 51 años)

¿Usted conoce alguna organización que le brinde apoyo para hacer esto? ¿Para

hacer su negocio? Si hay, pero no nunca he preguntado ni he recogido, ni para serte franca trabajo sola mejor. Si, así es *¿Por qué?* No sé, siempre me gusta trabajar sola

con mi mamá. Las dos trabajamos acá y las dos salimos adelante sin pedir ayuda a nadie, así es. (Ángela de Farias, 45 años)

¿Y usted considera que algún entrenamiento o capacitación le hubiera sido útil en ese tiempo para poner el negocio con mayor seguridad? Mmm...no sé de repente, pero me gusta esto...Osea yo he encontrado mi felicidad tanto aquí (en la bodega) como en la chacra. (Jimena de Quilmaná, 42 años)

¿Piensa que existe apoyo de las autoridades de su región para impulsar nuevos emprendimientos? No nos apoyan *¿Qué tipo de apoyo le gustaría que hubiera?*

Que den apoyo en créditos y también en capacitación de como iniciar nuevos negocios para la gente de la zona. (Norma de Trigopampa, 44 años)

¿Existe apoyo de las autoridades para impulsar los negocios? No, no hay nada de eso

¿Tú crees que debería haber mayor apoyo de las autoridades para capacitar a las mujeres empresarias? Si, debería haber para orientar más, vender más. (Maruja de San Vicente, 39 años)

¿Ud. cree que existe apoyo de las autoridades de su región para apoyar negocios de mujeres emprendedoras? No, no existe *¿Qué clase de apoyo le gustaría que hubiera?*

Capacitación para iniciar y motivar. (Elena de Yauyos, 31 años)

¿Tú crees que existen autoridades de tu región que impulsen nuevos emprendimientos?

No. Yo he escuchado que hay talleres, lo que es aeróbicos, talleres para danza, talleres para aprender a coser algo así como un CEO, pero para un negocio o una empresa no...*¿Y qué clases de apoyo crees que debería haber?* Cursos, que el alcalde ponga cursos para lo que es, como mantener tu negocio, como surgir en tu negocio, como tal vez en un futuro exportar algo no. (Susana de Casa Grande, 30 años)

4.4 Influencia de las Asociaciones Vinculadas a las Mujeres sobre los Emprendimientos Rurales

El estudio registra la influencia de las asociaciones de tipo familiar, programas privados o de carácter social sobre los emprendimientos rurales femeninos; entendiéndose por influencia a la contribución o apoyo que reciben las mujeres rurales con más o menos eficacia para lograr el éxito del negocio (RAE, 2012)

El estudio ha abordado diferentes variables relacionados a la influencia de los emprendimientos de las mujeres rurales: (a) influencia de asociaciones; (b) influencia de la empresa en la vida familiar; y (c) apoyo emocional para el desarrollo del emprendimiento.

Con el fin de identificar la influencia de las asociaciones en los emprendimientos rurales femeninos se analizan las influencias de acuerdo a lo detallado a continuación: a) familiar; b) programas privados; y c) programas sociales. En los 20 casos presentados las mujeres rurales indicaron que la influencia familiar fue determinante para el inicio de los emprendimientos; así mismo indicaron no haber recibido ningún tipo de ayuda directa o indirecta de los Municipios o Gobiernos Locales de su jurisdicción, respecto a la influencia de las programas sociales como ONG la mayoría de emprendedoras manifestaron no haber recibido ayuda directa o indirecta; sólo 3 de los 20 casos presentados manifestaron conocer alguna ONG, tal es el caso de Julia de Shiran, María de Platanar y Norma de Trigopampa, *¿Usted conoce alguna ONG o alguna organización que ayude o apoye a iniciativas, negocios?* Conocía una ONG, donde yo quise entrar ahí para que nos apoyen para criar cuyes, pero no sé qué paso, después no regresaron, vinieron a diferentes personas a la plantación, yo quería cuyes *¿Recuerda el nombre, como se llamaba la ONG?* No. (María de Platanar)

¿Realizan un tipo de promociones? Antes nos hizo la promoción cuando recién estábamos con el complejo arqueológico el Brujo. Estaba Prodelica, es una ONG de Cajamarca que nos ayudó en promocionarnos, llevaban publicidad [...] *Comentó que*

tuvo el apoyo de una ONG ¿Cómo fue el apoyo? Solo nos ayudó en hacer publicidad, en dinero no nos dio nada.

En relación a la influencia del emprendimiento en la vida familiar (Tabla 34) los resultados evidencian que 8 casos presentados de emprendedoras rurales consideran que el negocio no afecta la vida familiar, si administras adecuadamente el tiempo, como es el caso de Norma de Trigopampa; En 7 de los casos presentados las emprendedoras manifiestan que les quita tiempo para el emprendimiento, como indica Susana de Casa Grande; mientras que en 5 de los casos presentados las emprendedoras indican que se genera una Influencia positiva en el hogar, como es el caso de María de Platanar:

¿Ud. cree que la vida de empresaria afecta la relación con sus hijos y esposo?

No, hay que saberlo manejar. Yo me organizo muy bien con mis hijos. Y puedo pasar tiempo con ellos y también con mi esposo que siempre me ayuda y apoya. (Norma de Trigopampa)

¿Y cómo afecta tu vida familia, el hecho de tener este negocio? Ay! Te quita el tiempo, si te quita el tiempo, pero a veces que estas o quieres hacer otras cosas, vienen a comprar. Ahorita porque han tumbado la casa no ves tanto movimiento, pero cuando estaba así, venían a comprar. (Susana de Casa Grande)

¿Y usted cree que su vida familiar influye a su negocio positiva o negativamente?

Bueno es positiva, porque mis hijos mayores ven que es un poquito trabajoso para mí, pero si ellos me apoyan me dicen que van a tener que estudiar y trabajar, para que me ayuden, bueno eso es lo que espero, que terminen de estudiar para ellos, es el bien para ellos, lo que quiero es que tengan para solventar sus gastos, su vida y su familia.

(María de Platanar)

En relación al apoyo emocional recibido para el desarrollo del emprendimiento (Tabla 35), en 19 de los casos presentados las emprendedoras indicaron que recibieron apoyo de sus

esposos/parejas, padres, hijos u otros familiares; solo en 1 caso presentado la entrevistada Miriam de Chocope indicó no haber ningún recibido apoyo:

¿Recibe apoyo emocional de parte de sus familiares? Ah ya, por ejemplo mi esposo, él casi no para aquí en la casa, él sale con taxi y ya regresa en la tarde y me dice ojalá que te vaya bien hoy día, claro eso es importante también, ¿no es cierto?, porque, que te diga que te vaya bien en tu negocio hoy día, y para que, me va bien, en ese aspecto sí. (Jimena de Quilmaná)

¿Recibe apoyo emocional por parte de sus familiares o contactos más cercanos que le permitan mantener y desarrollar su negocio? Sí, tengo el apoyo de mi esposo y mis hijos. (Martha de Otuzco)

¿Recibe apoyo emocional de sus familiares que le permitan desarrollar su negocio? No. ¿Cómo reaccionan los miembros de su familia antes esta iniciativa empresarial? Bueno, dijeron como ha puesto su bodega, seguro como ella trabajó, después de tener ayuda ¿no?, al principio algunos familiares que vivieron acá y luego se mudaron. (Miriam de Chocope)

Tabla 33

Influencia de Asociaciones Vinculadas a Mujeres Emprendedoras

Influencia	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Asociaciones familiares	Susana, Ángela, Miriam, Guiliana Elena, Rosa, Martha, Claudia , Jimena Maruja, Milagros, Sonia, Rocío, Patricia Roxana, Ofelia, Bárbara, Julia, María, Norma	20	100%
Asociaciones Públicas (Municipio / Gobierno Local)		0	0%
Social (ONGs, Fondos de Cooperación, otros)		0	0%
Total de informantes		20	100%

Tabla 34

Influencia del Emprendimiento en la Vida Familiar

Influencia	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Contribuye a la unión familiar (positiva)	Maruja, Rocio, Martha, Roxana, María	5	25%
Quita tiempo para la familia (negativa)	Rosa, Jimena, Sonia, Claudia, Ángela, Miriam, Susana	7	35%
No afecta, si administras el tiempo (neutra)	Elena, Patricia, Giuliana, Milagros, Bárbara, Ofelia, Norma, Julia	8	40%
Total de informantes		20	100%

Tabla 35

Apoyo Emocional para el Desarrollo del Emprendimiento

Informante / Variable	Esposo/ pareja	Hijos	Padres	Otros familiares	Sin apoyo
Julia de Shiran	x	x		x	
María de Platanar	x	x			
Susana de Casa Grande	x				
Roxana de Chicamita		x			
Norma de Trigopampa	x	x			
Ofelia de Ascope		x			
Ángela de Farias			x		
Bárbara de la Maestría	x			x	
Martha de Otuzco	x	x			
Miriam de Chocope					x
Rocio de Alcalde		x			
Sonia de Chavín				x	
Patricia de El Tigre	x				
Milagros de Roldán		x			
Maruja de San Vicente				x	
Jimena de Quilmaná		x			
Giuliana de Angola	x	x			
Elena de Yauyos	x	x			
Claudia de Fundo Angola	x	x		x	
Rosa de Roldán Alto	x				
Total (N = 20)	11	12	1	5	1

Nota: Más de una variable aplica a cada informante, N = 20

4.5 Naturaleza de los Emprendimientos de Mujeres Rurales

El estudio ha abordado diferentes variables relacionados a la naturaleza de los emprendimientos de las mujeres rurales: (a) años transcurridos desde el inicio del emprendimiento hasta la fecha en que fueron entrevistadas; (b) formalidad de las empresas; (c) fuentes de capital; y (d) horas dedicadas al día.

En relación a los años transcurridos desde el inicio del emprendimiento hasta la fecha en que fueron entrevistadas, se evidencia que 5 de 20 casos presentados cuentan con menos de un año, como es el de Elena de Yauyos. De acuerdo al GEM (2012) aún se encuentran dentro de la etapa de potencial mortalidad de las empresas. Por otro lado, en 15 de los 20 casos restantes tienen más de 3.5 años, llegando inclusive a tener hasta 44 años de funcionamiento (Tabla 36), como es el caso de Milagros de Roldán, quien luego del fallecimiento de su madre se dedicó al negocio:

¿En qué año inicio su empresa? Menos de un años, 5 meses; empecé con recargas a celulares *¿Y se gana en recargas?* Si, ganas 50 céntimos por cada recarga de teléfono [...] Después me decían que venda gaseosas y poco a poco fui surtiendo la tienda.
(Elena de Yauyos)

¿Qué edad tiene? 64 años, [...] mi mamá también falleció hace más de 30 años, ella me dejó desde chica, a los 20 años me dejó *¿A qué se dedicaba su mamá?* También a la ganadería, ella me dejó su herencia, para criar y yo sigo la misma carrera que mi mamá. (Milagros de Roldán)

Respecto a formalidad del emprendimiento, esta debe iniciar a modo registral en la Oficina de Registros Públicos (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos-SUNARP); luego con la obtención del registro de contribuyente, en sus diferentes modalidades aplicables, a través de SUNAT; para finalmente formalizar su funcionamiento con la Licencia o Autorización Municipal (Autoridades Locales). En los casos presentados, se

evidencia emprendimientos en diferentes estadios de formalización. En 13 de los 20 casos presentados indicaron que sus emprendimientos no se encuentran inscritos formalmente en la oficina de registros públicos (SUNARP), por ejemplo, el caso de Ofelia de Ascope; mientras que en 5 de los 20 casos presentados los emprendimientos se encuentran registrados en SUNARP, como es el caso de Julia de Shiran; en tanto que, 2 de los casos presentados indicaron que si bien no están registradas en SUNARP, tramitaron algún permiso con sus autoridades locales como lo hizo Susana de Casa Grande (Tabla 37).

¿Cuál es la razón social de su empresa? No tiene, es una tienda muy pequeña. Más adelante cuando crezca regularizare. (Ofelia de Ascope)

¿Qué cree usted que otros tipos de factores complementarían su negocio? Para que suban más ya pues los sábados y domingos, ósea fines de semana viernes, sábado y domingo son entradas para mí, *¿Y la gente que se va de paseo?* Claro vienen los turistas [...] *Osea vienen los turistas.* Claro y vienen e incrementan más mi venta *¿Y qué otra cosa más?* Los turistas, los ingenieros que suben a las minas a la sierra, ellos ya saben ya que yo acá tengo mis boletas, porque yo trabajo con mis boletas para no tener problemas con la SUNAT, yo trabajo con todo en regla [...] con todo en regla con mi SUNAT para que no me cierren nada *¿Entonces usted tiene RUC?* Claro yo tengo mi RUC *Ah que bueno, para poder vender* Claro para poder vender a los ingenieros, porque el ingeniero que pasa me pregunta ceñito tiene boletas, y yo, si claro pase no más, porque por allá arriba no hay boletas, es que allá en otros negocios no tienen sus boletas. (Julia de Shiran)

Ahora quisiera hacerte unas consultas sobre tu negocio ¿tiene nombre tu empresa? No, *¿Razón social o RUC?* No acá sacan un permiso del Consejo, nada más, porque una vez evaluaron, vinieron de la SUNAT y dijeron que no era dable, no equivalía los ingresos, o sea los ingresos que daban, no eran dables como para pagar impuestos. La

SUNAT entra a negocios donde hay entrada, donde puedas pagar las ventas, por ejemplo yo a veces no vendo. O a veces las bodegas de por ahí cierran y se van.

(Susana de Casa Grande)

En relación a las horas dedicadas al emprendimiento, en 14 de los 20 casos presentados dedican más de 8 horas al emprendimiento, llegando en algunos casos a sobrepasar las 12 horas de dedicación, como lo indica María de Platanar, quien labora desde las 4am hasta 10pm; mientras que en 6 de los casos presentados las emprendedoras manifestaron que dedican menos de 8 horas al negocio, como lo manifiesta Ángela de Farías, quien labora de cuatro a cinco horas diarias (Tabla 38). Sin embargo, las horas dedicadas al emprendimiento parecerían no tener un correlato en la productividad, sino que resultaría de mujeres rurales que no cuentan con apoyo familiar para sostener el emprendimiento, siendo además mujeres quienes tienen la responsabilidad económica a su cargo.

¿Cuántas horas le dedica a su negocio? Desde las 4 de la mañana hasta las 10 de la noche [...] Desde las 4 a 5 de la mañana, porque empiezo a prepararme para cocinar a las 4 de la mañana. (María de Platanar)

¿Y cuántas horas al día le dedica a su negocio? Mayormente en las tardes, desde las 2 hasta las 5 o 6 de la tarde. (Ángela de Farías)

Con respecto a las fuentes de financiamiento o capital para el emprendimiento, 11 de los 20 casos indicaron que los emprendimientos fueron financiados en parte a sus ahorros propios, como lo indica Ofelia de Ascope; mientras que en 2 de los casos presentados, las emprendedoras indican que accedieron a préstamos bancarios, una de ellas fue Claudia de Fundo Angola y una a financiamiento comercial, como el caso de Jimena de Quilmaná (Tabla 39).

¿Cuáles fueron sus principales fuentes de capital para iniciar el negocio? Fue el ahorro que tuve a lo largo de varios años, trabajando en diferentes trabajos y lavando ropa en la madrugada. (Ofelia de Ascope)

¿Y cuáles fueron sus recursos para iniciar el negocio, o capital? Préstamos con el Banco, para iniciar mi pequeño negocio, pago al banco. (Claudia de Fundo Angola)

¿Cuáles fueron sus principales fuentes de capital para iniciar el negocio? El crédito que me garantizó mi tío, gracias a ese crédito pude iniciar y comprar. (Jimena de Quilmaná)

Tabla 36

Años desde el Inicio del Emprendimiento

Años de experiencia	Casos	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 5 años	Julia, Jimena, Susana, Rosa, Miriam	5	25%
De 6 a 10 años	Maruja, Norma, Ofelia, Bárbara, Patricia, Rocio	6	30%
De 11 a 15 años	Roxana	1	5%
De 16 a 20 años	Roxana, Elena, Giuliana, Maria, Milagros	4	20%
De 21 a 25 años	Sonia	1	5%
Más de 25 años	Ángela, Claudia, Martha	3	15%
Total de informantes		20	100%

Tabla 37

Formalidad de los Emprendimientos

Formalidad	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Si inscrito en SUNARP	Bárbara, Jimena, Maruja, Miriam, Julia	5	25%
No inscrito en SUNARP	Ángela, Claudia, Elena, Giuliana, Maria, Martha, Milagros, Norma, Ofelia, Rocio, Rosa, Roxana, Sonia	13	65%
No inscrito en SUNARP / Si consejo(*)	Patricia, Susana	2	10%
Total de informantes		20	100%

(*) El consejo hace referencia a las autoridades del pueblo.

Tabla 38

Horas Dedicadas al Emprendimiento

Horas dedicadas	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Más de 8 horas	Julia, María, Susana, Miriam, Roxana, Ofelia, Martha, Rocio, Claudia, Sonia, Patricia, Maruja, Elena, Rosa	14	70%
Menos de 8	Norma, Ángela, Bárbara, Milagros, Giuliana, Jimena	6	30%
Total de informantes		20	100%

Tabla 39

Fuentes de Capital para el Emprendimiento.

Informante / Variable	Ahorro propio	Ahorro esposo	Ahorro padres	Heredó el negocio	Otros familiares	Crédito comercial	Préstamo bancario
Julia de Shiran				X			
María de Platanar	X						
Susana de Casa Grande				X			
Roxana de Chicamita				X			
Norma de Trigopampa	X	X			X		
Ofelia de Ascope	X						
Ángela de Farias				X			
Bárbara de la Maestría	X	X					X
Martha de Otuzco	X	X	X				
Miriam de Chocope	X						
Rocio de Alcalde		X	X				
Sonia de Chavín	X						
Patricia de El Tigre	X						
Milagros de Roldán				X			
Maruja de San Vicente					X		
Jimena de Quilmaná						X	
Giuliana de Angola	X						
Elena de Yauyos					X		
Claudia de Fundo Angola	X						X
Rosa de Roldán Alto		X					
Total (N = 20)	10	5	2	5	3	1	2

Nota: Más de una variable aplica a cada informante, N = 20

4.6 Factores para Optar por la Actividad Emprendedora en el Ámbito Rural

Los emprendimientos femeninos poseen una serie de factores que conllevan a la decisión de emprender un negocio, estos factores han sido identificados en la investigación a partir de las entrevistas a profundidad y comparados posteriormente con la revisión de la literatura.

De acuerdo a Avolio (2008), la motivación de la mujer para emprender un negocio responde a la interacción de circunstancias (factores extrínsecos) y motivaciones (factores intrínsecos) que se desarrollan dentro del entorno de la mujer. Conocer las motivaciones es una tarea abstracta pero este marco nos brinda un mayor entendimiento para explicar los factores que están detrás de la decisión de emprender el negocio, así como las circunstancias, retos y responsabilidades como las tareas del hogar y cuidado familiar, que tiene que afrontar la mujer para iniciar su emprendimiento. Avolio indicó que las circunstancias pueden ser entendidas como eventos coyunturales que impulsan a la mujer a iniciar un nuevo emprendimiento, o a continuar con el negocio que ya existe. Las circunstancias pueden ser sucesos ocurridos como, el nacimiento de un hijo, insatisfacción con el ingreso familiar, perspectivas de desarrollo profesional de los hijos, separación con el esposo/pareja o el fallecimiento de los padres dentro del marco de una empresa familiar constituida. Los motivos, por su parte, se definirán bajo el marco teórico desarrollado por McClelland (1974) y complementado por Steers y Braunstein (1976) quienes categorizan la motivación en las dimensiones de logro, poder, afiliación y autonomía, ello para hacer referencia a los factores que estimularon a las mujeres emprender un negocio.

Para el estudio de casos presentados, los factores que han estimulado a las mujeres optar por el emprendimiento se han estructurado de acuerdo a definiciones de circunstancias y motivación, cuyas definiciones se detallan en la Tabla 40.

Tabla 40

Circunstancias y Motivos Identificados en las Mujeres Emprendedoras Rurales

Circunstancia	Variable	Descripción
Laboral	Capacitación previa al inicio de la actividad	La capacitación recibida debe estar relacionada a la actividad que desempeña como emprendedora
Laboral	Identificación de oportunidades de negocio en la zona	Las oportunidades refieren a fuentes para generar ingresos (fiestas, actividades, turismo, etc.).
Laboral	Escases de iniciativas de autoridades locales	Las actividades laborales promovidas por autoridades son (se perciben así) un canal para iniciar empresa. Este es un factor circunstancial que obliga a la mujer emprendedora a iniciar empresa.
Familiar	Continuidad del negocio familiar	El emprendimiento es "heredado" de la familia (madre, padre, hermanos, etc.)
Económica	Disponibilidad de recursos	Recursos a disposición inmediata. Los recursos pueden ser mobiliario, inmuebles o bienes de consumo.
Económica	Financiamiento económico del esposo	El financiamiento del esposo puede ser directo e indirecto hacia a la actividad (indirecto: significa que la mujer aprovecha el excedente de dinero para el emprendimiento).
Motivación	Variable	Descripción
Autonomía	Experiencia previa no vinculada al emprendimiento	Experiencia laboral no vinculada directamente a la actividad desempeñada en el emprendimiento.
Logro	Inestabilidad laboral del esposo	Falta de apoyo económico del esposo en la canasta familiar. La mujer se muestra incentivada a compartir la responsabilidad en el hogar.
Logro	Deseo de superación de su familia	Mejoras en la educación de su familia y en su calidad de vida (ligeramente mayor al nivel de subsistencia).
Logro	Mejora en la expectativa económica	La mujer declara explícitamente razones sobre mejoras en el nivel de ingreso (el emprendimiento genera excedente mayor al nivel de subsistencia).
Autonomía	Deseo de superación personal	Necesidad de desarrollo personal, deseos de independencia, autoconfianza o rasgos propios de la personalidad o de género.
Autonomía	Experiencia previa vinculada al emprendimiento	Experiencia laboral vinculada directamente a la actividad desempeñada en el emprendimiento
Afiliación	Influencia de la madre	La madre impulsa, incentiva y/o apoyó en el emprendimiento.
Afiliación	Influencia del padre	El padre impulsa, incentiva y/o apoyó en el emprendimiento
Afiliación	Influencia del esposo	El esposo impulsa, incentiva y/o apoya el emprendimiento.
Afiliación	Influencia de amistades o referentes cercanos	La mujer declara la influencia de un modelo empresario o referente que la impulsa, incentiva. El modelo empresario cumple con el rol de referente para la mujer, es una fuente de conocimiento sobre la actividad empresarial y un ejemplo para las mujeres.

De esta manera, en los casos presentados se evidencia que las mujeres rurales que optaron por el emprendimiento lo hicieron mayormente estimuladas por factores motivacionales de logro, afiliación y autonomía, como se muestra en la Tabla 41. Así mismo, se muestra que el principal factor circunstancial es el laboral y económico

Es importante resaltar que el análisis de los casos no evidencia una única circunstancia o motivo que estimule a las mujeres rurales optar por el emprendimiento, en la mayoría de los casos esto responde a una combinación de motivos y circunstancias. La Tabla 42, revela esta relación de circunstancias y motivos en las mujeres emprendedoras rurales.

Tabla 41

Factores que han Estimulado a las Mujeres Rurales Optar por la Actividad Emprendedora

Factor	Dimensión	Casos	Frecuencia	Porcentaje
CIRCUNSTANCIA	Económica	Ángela, Bárbara, Claudia, Giuliana, Maria, Martha, Milagros, Miriam, Norma, Patricia, Rocio, Rosa, Susana	13	65%
	Familiar	Ángela, Julia, Maruja, Milagros, Roxana, Susana	6	30%
MOTIVACIÓN	Laboral	Ángela, Bárbara, Claudia, Giuliana, Maria, Martha, Milagros, Miriam, Norma, Patricia, Rocio, Rosa, Susana, Julia, Maruja, Roxana, Elena, Jimena, Ofelia, Sonia	20	100%
	Afiliación	Ángela, Bárbara, Claudia, Giuliana, Maria, Martha, Milagros, Miriam, Norma, Patricia, Rocio, Rosa, Susana, Julia, Maruja, Roxana, Elena, Jimena, Ofelia, Sonia	20	100%
	Autonomía	Bárbara, Claudia, Giuliana, Maria, Martha, Milagros, Miriam, Norma, Patricia, Rocio, Rosa, Susana, Julia, Maruja, Roxana, Elena, Jimena, Ofelia, Sonia	19	95%
	Logro	Ángela, Bárbara, Claudia, Giuliana, Maria, Martha, Milagros, Miriam, Norma, Patricia, Rocio, Rosa, Susana, Julia, Maruja, Roxana, Elena, Jimena, Ofelia, Sonia	20	100%
	Total (N = 20)			98

Tabla 42

Matriz de Circunstancias y Motivos Identificados en las Mujeres Emprendedoras Rurales

Casos	Circunstancia						Motivación									
	Capacitación previa al inicio de la actividad	Identificación de oportunidades de negocio en la zona	Escasos de Iniciativas de autoridades locales	Continuidad del negocio familiar	Disponibilidad de recursos	Financiamiento económico del esposo	Experiencia previa no vinculada al emprendimiento	Inestabilidad laboral del esposo	Deseo de superación de su familia	Mejora en la expectativa económica	Deseo de superación personal	Experiencia previa vinculada al emprendimiento	Influencia de la madre	Influencia del padre	Influencia del esposo	Influencia de amistades o referentes cercanos
Julia de Chiran		x	x	x			x		x	x	x	x	x			
Maria de El Platanal		x				x			x		x	x				
Susana de Casa Grande			x	x		x			x		x	x	x		x	
Roxana de Chicamita			x	x			x		x					x		
Norma de Trigopampa		x	x		x	x			x		x					x
Ofelia de Ascope			x					x	x		x	x				
Angela de Fariás			x	x		x							x			
Barbara de la Maestria	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Martha de Otuzco			x			x			x		x	x			x	
Miriam de Chocope		x				x			x		x				x	
Rocio del Alcalde			x			x	x		x		x		x			
Sonia de Chavin		x	x				x	x	x							x
Patricia de El Tigre			x			x			x		x				x	x
Milagros de Roldan		x	x	x	x			x	x		x	x				
Maruja de San Vicente			x	x				x	x		x	x				x
Jimena de Quilmaná			x				x		x		x				x	x
Giuliana de Angola			x		x			x	x		x	x				x
Elena de Yauyos			x						x		x				x	x
Claudia de Fundo Angola			x			x	x		x					x	x	
Rosa de Roldan Alto			x			x	x		x				x	x		
Total (N = 20)	1	7	18	6	4	11	8	6	19	1	11	10	11	4	6	8
<i>Porcentaje</i>	<i>5%</i>	<i>35%</i>	<i>90%</i>	<i>30%</i>	<i>20%</i>	<i>55%</i>	<i>40%</i>	<i>30%</i>	<i>95%</i>	<i>5%</i>	<i>55%</i>	<i>50%</i>	<i>55%</i>	<i>20%</i>	<i>30%</i>	<i>40%</i>

De los casos presentados, en 19 de ellos se observa que las emprendedoras rurales identifican como el principal motivo para el inicio y desarrollo de su emprendimiento el deseo de superación de su familia, el cual está relacionado directamente con la educación de sus hijos, como por ejemplo lo manifiesta María de Platanar, Roxana de Chicamita y Ángela de Farías:

¿Digamos y la experiencia que ha tenido usted en el pasado, le ha ayudado a usted para tener este negocio? Claro que sí, pero ahorita estoy un poquito bajo, porque tengo hijos en otra ciudad y a veces uno gana y hay que invertir ¿Ósea hoy está invirtiendo en la educación de sus hijos y no puede invertir en el negocio? Claro, me gustaría tener más surtido, tener más, pero por la educación que tengo que ayudarlos. (María del El Platanar)

¿Cuáles fueron los motivos principales para abandonar su empleo formal?

El motivo principal fue el cuidado de mis hijos pequeños. Me dedique a atenderlos a tiempo completo hasta que terminen su secundaria, o sea por 15 años. Durante todo ese tiempo atendí el negocio y ahora que ellos ya están grandes he regresado a trabajar en un colegio, pero como auxiliar. (Roxana de Chicamita)

¿Señora, y cómo afecta su vida familiar el hecho de usted tener este tipo de actividad o negocio? Mucho, porque es que imagínate, tener que dejar a mis hijas solas y venir a trabajar, pero no es para bien mío, sino para poder sacar adelante a mis hijas, pero en realidad a mi si me afecta porque abandono a mis hijas, pero también ellas tienen que ponerse a pensar que yo no las abandono, porque yo quiero, sino que es para apoyarlas a ellas. (Ángela de Farías)

Otro de los motivos que se ha identificado en las emprendedoras para el inicio del emprendimiento, es el deseo de superación personal, el cual está relacionado con la

necesidad de crecer, buscar la independencia y autoconfianza. De acuerdo a las personas entrevistadas; en 11 de los 20 casos presentados manifiestan que este factor ha sido determinante para emprender, como por ejemplo lo manifestaron María de Chocope, Patricia de El Tigre y Julia de Shiran:

¿Qué la motivo para dejar ese empleo y formar este negocio? Bueno, como yo ya tenía conocimiento de cómo se vendían los abarrotes, entonces yo decía que no tenía horario de salida y tenía que quedarme ayudar hasta más tarde.

Entonces yo decía, algún día tengo que tener mi negocio para depender de mi sola *¿Cuál cree que fue el factor determinante para iniciar su negocio?* Ser independiente, ser mi propia jefa. Yo decía: Un día tengo que tener mi negocio, así aunque me tenga que quedar hasta tarde en la noche, pero nadie me va a ordenar así y eso me inicio en poner mi negocio pues. (Miriam de Chocope)

¿Y piensa que la experiencia la ha ayudado a generar, a crear su negocio que ha tenido? Ajá. *¿De qué forma?* O sea mi propia empresa me dedica la felicidad de que yo misma la domino, yo misma la pongo mi precio. (Patricia de El Tigre)

Señó ya para ir redondeando ¿Cuál ha sido el factor decisivo digamos para iniciar su negocio? Bueno pues yo lo inicie por el derecho de una mujer de tener que trabajar seguir para adelante y todo lo demás uno cuando se inicia tiene que ir para adelante seguir, seguir, seguir si tenemos ese poquito, continuar siguiendo para tener otro poquito más y así sucesivamente. (Julia de Shiran)

El tercer motivo principal que se ha identificado en las emprendedoras rurales para el iniciar el negocio es la influencia de la madre, el cual indica que la madre influenció, impulsó y apoyó en el inicio y desarrollo del emprendimiento. De acuerdo a las personas abordadas, en 11 de los 20 casos presentados manifiestan que la influencia

de la madre ha sido un factor determinante para emprender, como lo manifestaron María de Platanar, Ángela de Farías y Martha de Otuzco:

Ok su mama tenía su negocio, ¿qué tipo de emprendimiento hizo ella me decía?

Una pequeña tienda de ropa y zapatos [...] *¿Usted le ayudo en su negocio a su mama en algún momento?* Sí cuando yo estudiaba, hacia mis tareas estaba con ella si mi mama, siempre nos incentivaba para apoyarla ahí en el negocio, cocinando *¿Cómo la ayudaba?* Tenía que ir a comprar el pan porque la gente busca pan y también vender la ropa zapatos, en época de colegio hay más ingreso, porque el que menos va a comprar uniforme, va a comprar zapatos y siempre mi madre nos ha enseñado a que apoyemos en la casa. (María de Platanar)

Seño ¿Cómo o qué personas la ayudaron a tomar la decisión de poner un negocio propio? Por mi mamá, porque ella siempre ha trabajado desde jovencita, siempre ha trabajado. Llevamos una herencia que viene de mi abuela, de mi mama e imagino que también a mis hijas. (Ángela de Farías)

¿Qué personas la ayudaron a decidir dedicarse al negocio? Mi mama, me ayudó y enseñó cómo trabajar y hacer negocio. Le conté que desde niña la ayudaba por necesidad. Aprendí de mi madre la forma de negociar en la venta de verduras. (Martha de Otuzco)

Es importante resaltar que existe un grupo de mujeres que identificaron que el motivo principal para iniciar su emprendimiento fue la inestabilidad laboral del esposo o pareja; es decir, el esposo no apoyó económicamente en la mantención familiar. Esto derivó a que las mujeres se separen de su pareja e inicien el emprendimiento. En 6 de los 6 casos de mujeres separadas, indican que la inestabilidad de las parejas las motivo

para emprender, como lo manifestaron Ofelia de Ascope, Milagros de Roldán y Giuliana de Angola:

¿Cuál es su estado civil? Soy separada. Era casada, pero me separé porque mi esposo me maltrataba y tomaba mucho y no apoyaba en nada con la mantención de la casa. Bueno yo he trabajado desde muy joven porque mi esposo no me apoyaba, así como le había contado. *¿Su pareja le proveyó recursos económicos para empezar su negocio?* No, nada nunca me apoyo. (Ofelia de Ascope)

¿Su pareja le proveyó recursos económicos para empezar su negocio? ¿Le dio dinero? No, nada. Él nunca nos ha apoyado para nada, solo ahora que ya está de edad me llama, hija cómo estás y eso. No, nunca se preocupó por nosotros, nos dejó desde chiquitos se fue y ya nunca se preocupó. (Milagros de Roldan)

Respecto a su esposo ¿Ud., vive con su esposo? Actualmente si, esta acá, pero antes en los peores momentos no estaba, por eso mis hijos siempre dicen la que lucho por nosotros, eres tú. Porque en un principio, cuando mis hijos eran niños para ser adolescentes, no estaba con mi esposo; se fue a Ica a hacer cosas diciendo que iba a progresar y yo con todos mis hijos, tuve que salir al campo a trabajar. (Giuliana de Angola)

4.7 Perspectivas de Desarrollo de las Mujeres Emprendedoras Rurales

De los casos analizados se observa que en 14 de los casos presentados (70% del grupo de estudio), las emprendedoras rurales aspiran tener una perspectiva de continuidad de su negocio, ya sea mediante el crecimiento o la diversificación de productos (Tabla 43), como en los casos de Ofelia de Ascope, Bárbara de la Maestría y Martha de Otuzco:

¿Cómo ve su negocio en los próximos 5 años? Veo que mi negocio seguirá creciendo *¿Ha pensado en diversificar su negocio?* Sí, quiero vender más

variedad de jugos que acompañen a mis kekes y empanadas. Más adelante volver a tener un restaurante *¿Ha considerado realizar alguna otra alianza con otras emprendedoras?* Por el momento no lo he pensado. (Ofelia de Ascope)

¿Cómo ves tu negocio en los próximos 5 años? Que ha aumentado, que he crecido bastante. Hemos doblado nuestras ventas, ha mejorado. Me veo más contenta ahora, me veo no se diferente, bueno. De repente con expansión más grande de tu negocio *¿Tú has pensado diversificar tu negocio?* Otra alternativa es ¿no? Diversos; claro, ¡sí!, si ya estoy construyendo otro ambiente por allá, donde va a ser, otro tipo, otra orientación, se le va a dar otro sentido al negocio diferente. (Bárbara de la Maestría)

¿Cómo ve su negocio en los próximos 5 años? Voy a seguir ampliando mi negocio, necesito más espacio para poder almacenar más producto *¿Ha pensado en diversificar su negocio?* Sí, quiero también incluir venta de verduras y llevarlos a lugares de difícil acceso *¿En qué otros productos o servicios estaría interesada en incursionar?* Por ahora solo en venta de menestras al por mayor y verduras. (Martha de Otuzco)

En la Tabla 43 se muestra además que en 6 de los casos presentados (30% del grupo de estudio) las mujeres rurales que indicaron que el desarrollo de su negocio está condicionado a la disponibilidad de recursos, ya sean económicos, de materiales o relacionados a personas que la ayuden en la operación, como en los casos de Julia de Shiran, María de Platanar y Giuliana de Angola:

¿En cinco años como se ve? o ¿cómo ve su negocio?, ¿con cambios? o ¿va hacer lo mismo? ¿Cómo vería su negocio? Bueno pues igual acá no hay otra manera salvo que acá yo lo venda esto y lo deje y me vaya más a Trujillo, pero lo que pasa es que no tengo ayuda, no tengo ayuda por mi pareja no tengo

ayuda casi mucha. Mi hermana se dedica más a su esposo y sus hijitos. Yo quiero salir más, puedo salir y yo quiero, y no puedo por la ayuda que no tengo, no me abastezco sola. (Julia de Shiran)

¿Usted cómo ve su negocio en los próximos años? Quisiera verlo crecer más, tener más capital económico y capital humano, si por lo menos por esa parte soy bien estricta, me gusta que trabajen conscientemente, que vayan a la cocina pero me gusta que sean responsables. Honesta y ahorita casi no hay en eso. (María de Platanar)

¿Cómo ve su negocio en los próximos cinco años? Que va crecer. Me gustaría tener dinero hacerlo en bungalós. He pensado irme a Lima e invitar a los colegios para que vengan en vacaciones, pero debo invertir. (Giuliana de Angola)

Respecto a los casos de abandono de los actuales emprendimientos o a la falta de perspectivas para desarrollarlos, se muestran solo en 2 de los casos presentados para ambas variables, respectivamente, como en los siguientes casos:

¿Cómo ve su negocio en los próximos cinco años? Poquito no tanto, o sea peor, más claro. *No tiene mucha expectativa, ¿por qué piensa eso?* Porque mucha competencia acá no se puede. (Milagros de Roldan)

¿Y cómo ve su negocio en los próximos cinco años? No. Estamos de mal en peor cada día, las cosas están más caras, cada día la competencia vende más barato *¿Y ha pensado en diversificar su negocio, vender otras cosas?* No, ya no. (Claudia de Fundo Angola)

¿Usted ha pensado en diversificar su negocio? ¿En ampliar su negocio? No, así a lo que vamos, así nada más. Pero usted es conocida *¿Y por qué no piensa en ampliar su negocio?* Porque el trabajo es cansado, es cansado esto, imagínate

cuando hacemos una tamalada de 200 quedamos muertas y por eso es mejor así poquito a poquito nada más. Porque trabajamos con leña. No trabajamos ni a gas ni a nada, puro leña nada más. (Ángela de Farias)

¿Cómo ves tu negocio en los próximos cinco años? Bueno, tal vez crezca un poquito más, pero ya solo para ayudar a la educación de mi hermano porque ya se siente cansada *¿Has considerado realizar alguna alianza con otra vecina?*

No, nada. Estoy contenta así. (Maruja de San Vicente)

Se ha identificado solo en 3 casos (15 % del grupo de estudio) en que las mujeres rurales consideran asociarse con otra emprendedora para que su negocio siga desarrollándose, como en los casos de María de Platanar y Sonia de Chavín:

¿Y ha considerado hacer una asociación con alguna empresaria como usted? Si me gustaría pero, que sea bien activa que le guste, que sea bien activa. (María de Platanar)

¿Usted ha considerado realizar alguna alianza con alguna otra emprendedora o algún producto complementario al suyo? *¿Socios?* Sí, podría, quisiera asociarme con otros *¿Por qué?* Porque dicen que así asociados podremos crecer también más rápido dicen, pero hay que tener mucho cuidado dicen también pues, como soy mujer y como otros son varones pues, ya saben. Hay que tener un poco de cuidado también con esa parte me dicen, sí, yo quisiera asociarme. (Sonia de Chavín)

Tabla 43

Perspectivas de Desarrollo en los Emprendimientos de Mujeres Rurales

Casos	Expectativa de abandono de negocio	Expectativa de traslado de negocio	Crecimiento condicionado a más recursos	Expectativa de asociación colectiva	Expectativa de continuidad de negocio	Falta de perspectiva de desarrollo a corto plazo
Julia de Chiran		X	X			
Maria de El Platanal			X	X		
Susana de Casa Grande			X		X	
Roxana de Chicamita			X		X	
Norma de Trigopampa					X	
Ofelia de Ascope					X	
Angela de Farias						X
Barbara de la Maestria					X	
Martha de Otuzco					X	
Miriam de Chocope					X	
Rocio del Alcalde			X		X	
Sonia de Chavin				X	X	
Patricia de El Tigre					X	
Milagros de Roldan	X					
Maruja de San Vicente						X
Jimena de Quilmaná					X	
Giuliana de Angola			X	X	X	
Elena de Yauyos					X	
Claudia de Fundo Angola	X					
Rosa de Roldan Alto					X	
Total (N =20)	2	1	6	3	14	2
<i>Porcentaje</i>	<i>10%</i>	<i>5%</i>	<i>30%</i>	<i>15%</i>	<i>70%</i>	<i>10%</i>



En relación a la diversificación del negocio (Tabla 44), para el grupo de emprendedoras que ha planificado este tipo de acciones, se evidencia que en 14 de los casos presentados de las mujeres rurales consideran realizar algún emprendimiento dentro del sector servicios siendo la implementación de un restaurante la de mayor recurrencia, como en el caso de Roxana de Chicamita:

¿Ha pensado en diversificar su negocio? Sí, quiero también invertir en computadoras para poner internet Aquí la gente viaja hasta media hora para conseguir una cabina, pero eso sería para el próximo año, *¿En qué otros productos o servicios estaría interesada en incursionar?* Luego de mis cabinas quiero poner un restaurante, pero aún está en proyecto. Uno de mis hijos quiere estudiar para ser Chef y si él se decide podemos invertir en un pequeño restaurant. (Roxana de Chicamita)

Los resultados analizados desde la variable capacitación para el desarrollo de sus negocios (Tabla 45) se evidencian que en 14 de los casos presentados las emprendedoras estarían dispuestas a recibir capacitación; mientras que en 3 de los casos presentados no presentan interés en la capacitación; en otros 3 casos no entregó información al respecto. Esta evidencia se puede apreciar en los siguientes casos:

¿A usted le gustaría tener alguna capacitación o entidad del gobierno? Me gustaría bastante, no solo para mí, para varias personas ósea o a veces no hay que hacer y se incentiven para hacer algo más por la vida. (María de Platanar)

¿Y a usted le gustaría recibir capacitación de una entidad o del gobierno regional? No, porque no dispongo de tiempo. Para irme para que nos den capacitación, ya dejaría mi negocio y no puedo, somos mujeres ocupadísimas

¿Y si vienen hasta aquí a hacer la capacitación? Mira qué te digo, de qué constaría la capacitación *¿De qué? Sobre cómo ayudar a su negocio a crecer*

Tabla 44

Diversificación en el Emprendimiento Actual

Informante / Diversificación	Emprendimiento actual	Bar	Bodega	cabinas de internet	Restaurante	Distribución	Local campestre	Casa de citas	Venta de ropa	No	S/I
Julia de Shiran	venta de comida, golosinas			x							
María de Platanar	venta de abarrotes, comida				x						
Susana de Casa Grande(*)	venta de abarrotes, alquiler de cabinas de internet		x						x		
Roxana de Chicamita	venta de abarrotes, golosinas			x	x						
Norma de Trigopampa	venta de artesanías y frutas				x						
Ofelia de Ascope	venta de abarrotes, dulces				x						
Ángela de Farias	venta de comida, dulces									x	
Bárbara de la Maestría	Restaurante campestre							x			
Martha de Otuzco	Venta de menestras					x					
Miriam de Chocope	venta de abarrotes, golosinas									x	
Rocio de Alcalde	venta de abarrotes, golosinas								x		
Sonia de Chavín	venta de leche				x						
Patricia de El Tigre	venta de abarrotes, golosinas									x	
Milagros de Roldán	Ganadería, venta de leche		x								
Maruja de San Vicente	venta de abarrotes, golosinas										x
Jimena de Quilmaná	venta de abarrotes, golosinas									x	
Giuliana de Angola	venta de comida, dulces, vinos						x				
Elena de Yauyos	venta de abarrotes	x									
Claudia de Fundo Angola	venta de abarrotes, golosinas, pensión, costura									x	
Rosa de Roldán Alto	venta de abarrotes, golosinas	x									
Frecuencia		2	2	2	5	1	1	1	2	5	1

Nota: Más de una variable aplica a cada informante, N = 20; S/I = sin información

(*) ya posee una bodega pero quisiera implementar un minimarket

Puede ser, pero como te digo me quitaría tiempo. Porque nosotros la pasamos mayormente acá en la cocina, los días que descansamos sería un día, el día que descansamos nos encargamos de ir a ver la leña. Ves, No tenemos tiempo disponible.

(Ángela de Farias)

En relación a la disposición para generar alianzas con otras emprendedoras (Tabla 46), en 12 casos presentados las emprendedoras manifestaron rechazo para vincularse con otras emprendedoras, siendo el principal motivo la desconfianza; en 4 casos presentaron las emprendedoras indicaron que sí estarían dispuestas; mientras que solo en 1 caso indicó sostener alianzas con otros emprendedores de la zona.

Tabla 45

Capacitación para el Desarrollo de sus Negocios

Capacitación	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Sí, me gustaría recibir capacitación	Julia, Maria, Martha, Norma, Ofelia, Patricia, Rocio, Rosa, Roxana, Sonia, Susana	14	70%
No, me gustaría recibir capacitación	Ángela, Miriam, Claudia	3	15%
S/I	Jimena, Maruja, Milagros	3	15%
Total de informantes		20	100%
S/I sin información			

Tabla 46

Disposición para Generar Alianzas con otras Emprendedoras

Generación de Alianzas	Casos	Frecuencia	Porcentaje
Actualmente con aliado	Bárbara	1	5%
Si, aceptaría aliarme	Maria, Susana, Giuliana, Sonia	4	20%
No, aceptaría aliarme	Julia, Miriam, Ofelia, Ángela, Rocio, Claudia, Milagros, Patricia, Maruja, Elena, Jimena, Rosa	12	60%
S/I	Roxana, Norma, Martha	3	15%
Total de informantes		20	100%
S/I sin información			

4.8 Barreras y Oportunidades para Iniciar sus Emprendimientos en el Ámbito Rural

4.8.1 Barreras

La barrera principal que se ha evidenciado en 20 de los casos presentados (100% del grupo de estudio), es que no existe apoyo para incentivar e impulsar los emprendimiento por parte de sus autoridades, esta barrera esta codificada como escasas de promoción del empleo de autoridades locales (Tabla 47), como lo manifestaron, por ejemplo, Norma de Trigopampa, Ofelia de Ascope, Susana de Casa Grande y Martha de Otuzco:

¿Piensa que existe apoyo de las autoridades de su región para impulsar nuevos emprendimientos? No nos apoyan. El alcalde una vez vino y nos dijo que quería que “Molino Cajanleque” iba a convertirlo en una zona turística y lo iba a promocionar para que vengan más turistas, pero hasta el momento nada. Nosotros mismos tenemos que ir a ferias para que nos conozcan. (Norma de Trigopampa)

¿Ud. cree que existe apoyo de las autoridades de su región para impulsar nuevos emprendimientos? Creo que no existe el apoyo, solo vienen cuando hay elecciones y prometen que te van ayudar pero finalmente no hacen nada. (Ofelia de Ascope)

¿Tú crees que existen autoridades de tu región que impulsen nuevos emprendimientos? No. Yo he escuchado que hay talleres, lo que es aeróbicos, talleres para danza, talleres para aprender a coser algo así como un CEO, pero para un negocio o una empresa no ¿O podría ser no? O que lo llaman por acá para aprender a coser. No hay para un negocio. (Susana de Casagrande)

¿Cree que existe apoyo de las autoridades de su región para impulsar nuevos emprendimientos? No hay ningún apoyo. Aquí solo viene cada vez que va haber elecciones, el último alcalde nos dijo que iba ayudarnos a mejorar la carretera para poder salir con nuestra mercadería, pero no hizo nada. (Martha de Otuzco)

El estudio muestra que en 12 de los casos presentados, las entrevistadas indicaron que tienen como barrera para el crecimiento de sus emprendimiento a la falta de capacitación (Tabla 47); por lo general, la mayoría de casos se revela que si existiera capacitación en temas relacionados a ventas, podrían hacer crecer su negocio, como en el siguiente caso:

¿Usted cree que le hubiera sido útil una capacitación previa? Claro cómo no. ¿Qué tipo de capacitación le hubiera gustado? Una capacitación como salir más de lo que yo cocino hacer otros platos más típicos eso es. (Julia de Shiran)

Otras barreras que impiden el crecimiento de los emprendimientos de las mujeres rurales se relacionan con la falta de capital para iniciar el emprendimiento (presente en 9 de los casos abordados); así como, la falta de accesibilidad en la zona o a servicios básicos disponibles (Tabla 47). Esto último fue común para las mujeres que viven en caseríos donde no existen carreteras asfaltadas solo caminos de trocha teniendo un sobrecosto para poder provisionarse de mercadería.

¿Qué otro tipo de problemas haz encontrado? Que los obstáculos que cuando yo vine aquí, no había luz, no había agua, no había nada y eso hemos tenido que poco a poco ir gestionando, viendo que se yo. Otro es la lluvia, por ejemplo yo veo a unos locales en la costa solamente en los diseños del carrizo de sus esteras y levantan bien bonitos e ingresan un monto de dinero, pero acá no, mira las construcciones tienes que estar pendiente de todo y no se cae y que esto que el otro. (Bárbara de la Maestría)

Adicionalmente, se identificaron en 5 casos presentados como una barrera la desconfianza al acceso al crédito, pero básicamente por un tema de desconocimiento. Mientras que en 5 casos presentados las mujeres emprendedoras rurales indicaron que tenían dificultades para acceder al crédito (Tabla 47). En este punto, se debe resaltar que la dificultad de acceso está referido a los trámites engorrosos y documentación que se les solicita, lo cual no indica que no obtuvieron el crédito.

¿Trabaja con préstamos? La verdad te soy sincera no trabajo con préstamos *¿Por qué?* Porque los prestamistas que vienen acá muchos me visitan se van a Trujillo de cuantos Bancos, entonces me dicen señora hacemos préstamos y yo veo hasta donde dan, y yo los hago pasar [...] me dicen la casa es de usted, bueno por ahí y nombre de que está a nombre mío, allá tiene refrigeradores si [...] que tipos de televisores 5, 6, 7 televisores [...] *¿Por qué no trabaja con Bancos?* Es que yo me encuentro suficiente para ir trabajando con el dinero que yo tengo. (Julia de Shiran)

También solo 1 de los casos presentados indicó que la restricción de género fue una de las barreras para iniciar su emprendimiento, como el caso de Bárbara de la Maestría:

¿Cuáles crees que han sido tus mayores obstáculos, que has tenido para superar e iniciar tu emprendimiento? Uno de los obstáculos, económicos, no se ha tenido porque yo qué no hubiera querido, pero poco a poco se ha ido avanzando. Otro que yo soy mujer, y muchas veces tu encuentras, ¡asu! los hombres no quieren trabajar para ti, dicen que una mujer me va a mandar, que no seque. Gente que de repente, no sé, son ignorantes. (Bárbara de la Maestría)

Solo en 4 de los casos presentados las mujeres emprendedoras identificaron que compartir las responsabilidades familiares como el cuidado y atención de los hijos fue un limitante para iniciar y crecer su emprendimiento, como en los casos de Ángela de Farías y Susana de Casa Grande:

Señora, ¿Y cómo afecta su vida familiar el hecho de usted tener este tipo de actividad o negocio? Mucho, porque es que, imagínate tener que dejar a mis hijas solas y venir a trabajar, pero no es para bien mío sino para poder sacar adelante a mis hijas, pero en realidad a mi si me afecta porque abandono a mis hijas, pero también ellas tienen que ponerse a pensar que yo no las abandono, porque yo quiero, sino que es para apoyarlas a ellas. (Ángela de Farías)

¿Y tú mientras trabajas, tú eres la que cuida a tu hija o hay otra persona que te ayuda cuidar? Por el momento yo la estoy cuidando, pero de acá ya vendrá alguien a cuidarla *¿Y cómo afecta tu vida familia, el hecho de tener este negocio?* Ay! te quita el tiempo, si te quita el tiempo, pero a veces que estas o quieres hacer otras cosas, vienen a comprar. Ahorita porque han tumbado la casa no ves tanto movimiento, pero cuando estaba así, venían a comprar. (Susana de Casagrande)

La mayoría de las mujeres entrevistadas tienen esposo y/o pareja que la apoyan económicamente, para los seis casos en que las mujeres eran separadas y no recibían ningún apoyo del esposo, se identificó como una barrera la ausencia del mismo. En ese sentido, la falta de apoyo del esposo/pareja (barrera) se convierte en una motivación para salir adelante por su familia o realización personal.

¿Cuál es su estado civil? Soy separada. Era casada, pero me separe porque mi esposo me maltrataba y tomaba mucho y no apoyaba en nada con la mantención de la casa. Bueno yo he trabajado desde muy joven porque mi esposo no me apoyaba, así como le había contado. Trabaje en un restaurante también. *¿Su pareja le proveyó recursos económicos para empezar su negocio?* No, nada nunca me apoyo. (Ofelia de Ascope)

Los resultados del presente estudio no son consistentes con la literatura, debido a que las mujeres emprendedoras rurales, inician y desarrollan su negocio como un medio de superación familiar y sustento para que sus hijos puedan acceder a una mejor educación, con la finalidad de que culminen por lo menos la educación secundaria y en algunos casos lleguen a ser profesionales para que puedan formar sus propias familias y no continúen el emprendimiento inicial. Vildoso (2000) encontró que, para las mujeres, la motivación de crear empresas no surge solamente por necesidad económica, sino por una proyección con respecto al futuro familiar, con la intención de crear una empresa como fuente de trabajo para hijos/as y hermanos/as.

Tabla 47

Barreras para el Inicio del Emprendimiento

Casos	Escases de personas de confianza	Competencia no productiva con otras emprendedoras	Falta de accesibilidad a la zona o a servicios básicos disponibles	Falta de capital inicial	Desconfianza del acceso al crédito	Dificultades para el acceso al crédito	Escases de promoción del empleo de autoridades locales	Problema de propiedad del terreno del negocio	Obstáculos de género	Falta de capacitación	Ausencia de la pareja o esposo	Falta de tiempo / organización para el negocio
Julia de Chiran	x		x	x	x		x	x		x		
Maria de El Platanal	x		x	x			x					
Susana de Casa Grande				x			x			x		x
Roxana de Chicamita		x		x		x	x					
Norma de Trigopampa	x			x		x	x			x		
Ofelia de Ascope			x			x	x			x	x	
Angela de Farias							x			x		x
Barbara de la Maestria			x	x			x		x		x	
Martha de Otuzco			x			x	x			x		
Miriam de Chocope							x					
Rocio del Alcalde							x			x		
Sonia de Chavin			x			x	x			x	x	x
Patricia de El Tigre					x		x					
Milagros de Roldan					x		x			x	x	
Maruja de San Vicente							x				x	
Jimena de Quilmaná					x		x			x		
Giuliana de Angola			x	x			x			x	x	x
Elena de Yauyos				x			x					
Claudia de Fundo Angola				x			x			x		
Rosa de Roldan Alto					x		x					
Total (N = 20)	3	1	7	9	5	5	20	1	1	12	6	4
<i>Porcentaje</i>	<i>15%</i>	<i>5%</i>	<i>35%</i>	<i>45%</i>	<i>25%</i>	<i>25%</i>	<i>100%</i>	<i>5%</i>	<i>5%</i>	<i>60%</i>	<i>30%</i>	<i>20%</i>

4.8.2 Oportunidades

De los casos estudiados observamos que las emprendedoras rurales destacan como principal oportunidad para convertirse en empresarias la facilidad de obtener un préstamo mediante un Banco o una Caja Municipal para iniciar, mejorar o hacer crecer su negocio (Tabla 48). Esta evidencia indica que en 16 de los 20 casos presentados las emprendedoras manifiestan que en algún momento tuvieron la facilidad de acceder a un préstamo, aunque no necesariamente lo hayan hecho efectivo. Podemos citar los siguientes casos:

Usted tenía me dice un crédito bancario. Sí. ¿Qué entidad le proporciona? Nor Perú, que ahorita es la Caja Trujillo, creo que sí, pero eso fue cuando inicie en Trujillo.

En años atrás saque un préstamo de la Caja Nor Perú, y con eso invertí, pero me dieron poco 5,000 soles. (María de Platanar)

¿Cuáles fueron las fuentes de dinero de capital para iniciar tu negocio? Préstamos.

¿Préstamos de entidades bancarias, financieras, bancos? Banco y Cajas, correcto.

¿Cuál fue tu capital inicial de negocio? Ah, cuanto habrá sido en esa época pues, no sé pues, algo será S/. 1,000 soles, S/ 2,000 habrá sido. (Bárbara de la Maestría)

¿Accedió a un crédito bancario? Sí, cuando construí el almacén. Tuve que hipotecar mi casa. ¿Ha recibido algún préstamo bancario? Si, una vez ¿Su esposo fue aval de algún préstamo bancario? Sí, me avalo cuando la Caja Municipal nos dio el préstamo.

(Martha de Otuzco)

Otra oportunidad que se ha identificado del estudio, es que en 12 de los casos presentados las emprendedoras rurales indican que para el crecimiento de su emprendimiento, es necesario el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en la zona, las cuales incluyen la elaboración de productos propios diferenciados y nuevos servicios a lugares de difícil acceso (Tabla 48), como los señalan en los siguientes casos:

¿Y cómo cree que ha ido las ventas han subido o bajado? [...] Estoy con la fiesta de agosto ahora. Para que suban más ya pues los sábados y domingos o sea fines de semana, viernes, sábado y domingo son entradas para mí. Y la gente que se va de paseo, claro vienen los turistas al menos los turistas O sea vienen los turistas. Claro y viene e incrementan más mi venta. (Julia de Shiran)

¿O sea usted vende refrigerio para todos? Sí. ¿Qué es menú o es golosina galletas? No es como un pequeño menú, así de dos soles o de a sol para los niños ¿Ese es el negocio que está al costado? No ellos estudian, como el colegio que está abajo está en construcción, como yo tengo espacio acá, el espacio les alquile ahí, acá esta todo lo que es secundaria y más catorce profesores, y los de primaria si están dividido en diferentes casitas así no había más espacio, por tiempo de construcción no más, porque en el mes de junio ya culmina la construcción y ya se va de nuevo. (María de Platanar)

El estudio también muestra que 14 de las 20 mujeres emprendedoras (70% del grupo de estudio) cuentan con el apoyo del esposo y/o pareja de manera directa o indirecta. Es importante indicar que el apoyo indirecto se considera cuando el esposo colabora económicamente con la manutención y/o pensión de los hijos y que la mujer emprendedora toma parte del dinero y lo invierte en el negocio. Esta oportunidad ha sido considerada como financiamiento del esposo. Lo indicado se evidencia en los siguientes casos:

¿Tú tienes apoyo de tus parientes, tu familia? Mi esposo, él es el que mantiene la casa. Y él actualmente trabaja en una empresa ManPower ¿Qué educación ha recibido él me decías? Él ha estudiado superior también SENATI es una carrera técnica estudio para mecánica automotriz de motores Diesel. ¿Y tu esposo te proveyó de recursos económicos para iniciar el negocio que tienes? Como el negocio ha sido de mis papas

a principios, no, después que ha nacido mi hija si me apoya porque me da a veces para todo lo que compras me dice. (Susana de Casa Grande)

Y cuando dejo de trabajar ¿cómo hacía para mantener a su familia? Bueno, su papa siempre les ha dado su pensión y yo con lo que sacaba de la tienda. No me puedo quejar, su papá siempre se ha preocupado por sus hijos, así sea poco pero mandaba. Luego con lo que vendía en la tienda así tuve que sacar adelante a mis hijos. (Roxana de Chicamita)

Otro hallazgo es que en 5 de los casos presentados las emprendedoras rurales tuvieron la oportunidad de acceder de manera completa o incompleta a la educación superior. En dichos casos, los emprendimientos tienen una visión distinta respecto al crecimiento, operación y organización como oportunidad para el desarrollo, como lo evidencian los siguientes casos:

Te voy hacer algunas preguntas sobre tu educación. ¿Cuál es el grado máximo de educación que has obtenido? Tengo maestría en educación. (Bárbara de la Maestría)

¿Qué tipo de educación has recibido? Estatal primaria y secundaria estatal.

Universidad, sí privada, por ejemplo, la nacional no encuentro la carrera. Tienes que buscar en una privada. En una privada, *¿Qué universidad?* La Cesar Vallejo *¿La Cesar Vallejo, que bueno y el nivel máximo de educación que has alcanzado?* [...]

¿Terminaste la universidad? Sí. Ahorita estoy en la tesis, en el último ciclo se podría decir. (Susana de Casa Grande)

Señora, vamos a ver la parte de formación educativa. ¿Cuál es su grado de instrucción? Superior [...]*¿Qué estudio?* Relaciones públicas *¿En dónde estudio?* En el Instituto Carlos Uceda Meza, en Trujillo *¿Y qué paso?* *¿Por qué no siguió trabajando en lo que estudio?* Sí trabaje pero luego lo tuve que dejar cuando nació mi hijo. Bueno, yo también estudie docencia y por eso trabajé en el sector educación

como docente. Tuve que estudiar hasta el sexto ciclo. Trabaje por Otuzco y lo deje cuando tuve mis niños hasta el año pasado, que me han llamado. Y ahora estoy trabajando como auxiliar. O sea que ahora ha retomado su trabajo en el sector educación. (Roxana de Chicamita)

Se identificaron 5 casos de mujeres quienes continuaron el negocio por sucesión familiar y lo mantuvieron, desarrollaron y mejoraron. Por lo general, los negocios que heredaron fueron tiendas de artículos de primera necesidad y las emprendedoras lo utilizaron como un medio para mantenerse y compartir tiempo con sus responsabilidades familiares. Esta evidencia se puede mostrar en los siguientes casos:

Señora y cómo o ¿qué personas la ayudaron a tomar la decisión de poner un negocio propio? Por mi mamá, porque ella siempre ha trabajado desde jovencita, siempre ha trabajado. Llevamos una herencia que viene de mi abuela, de mi mamá e imagino que también a mis hijas. (Ángela de Farías)

Es decir cuando fallece su mamá prácticamente se vio de una manera involucrada a continuar en el negocio. Claro continuar, las dos vendemos nos turnamos le digo ven hermana trabaja tu así de vacaciones me dedico con mi hija me voy con mi hija a divertirme a pasearme. (Julia de Shiran)

¿Este negocio, cuando lo empezó? Bueno el negocio lo empezó mi papá y él lo heredo de mi abuelo. Cuando falleció mi papá, mi mamá lo atendía pero ahora como ella esta delicada yo estoy a cargo. Pero al inicio solo apoyaba en mantenerlo, luego decidí dedicarme más y tuve que invertir en mejorar y surtirlo más. (Roxana de Chicamita)

Tabla 48

Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento

Casos	Financiamiento de la familia	Financiamiento del esposo	Nuevas oportunidades de negocio en la zona	Disponibilidad de recursos	Elaboración de productos propios	Apoyo del esposo en la diversificación del negocio	Generación de iniciativas de autoridades locales	Acceso a la educación	Sucesión Familiar	Facilidad para obtener prestamos
Julia de Chiran		x	x						x	x
Maria de El Platanal		x	x	x						x
Susana de Casa Grande		x				x		x	x	x
Roxana de Chicamita		x	x					x	x	x
Norma de Trigopampa		x	x		x					x
Ofelia de Ascope			x							x
Angela de Farias		x	x						x	x
Barbara de la Maestria			x					x		x
Martha de Otuzco		x								x
Miriam de Chocope		x								x
Rocio del Alcalde		x	x							x
Sonia de Chavin			x							
Patricia de El Tigre		x								x
Milagros de Roldan					x				x	x
Maruja de San Vicente					x					
Jimena de Quilmaná	x									
Giuliana de Angola			x		x					x
Elena de Yauyos	x	x	x					x		x
Claudia de Fundo Angola		x	x							x
Rosa de Roldan Alto								x		
Total (N = 20)	2	12	12	1	4	1	0	5	5	16
<i>Porcentaje</i>	<i>10%</i>	<i>60%</i>	<i>60%</i>	<i>5%</i>	<i>20%</i>	<i>5%</i>	<i>0%</i>	<i>25%</i>	<i>25%</i>	<i>80%</i>

4.9 Análisis Transversal de los Casos

El análisis transversal de los casos ha relacionado las características socioculturales (demografía y antecedentes educativos, laborales y familiares) de las mujeres emprendedoras rurales con los factores que las han influido en la decisión de optar por el emprendimiento (Tabla 49); con la influencia de las asociaciones vinculadas a las mujeres rurales (Tabla 50); y, con las barreras y oportunidades para iniciar el emprendimiento (Tabla 51 y Tabla 52). Se formularon relaciones entre este grupo de variables y se determinaron correlaciones cualitativas que han permitido identificar las siguientes relaciones de variables y objetivos de investigación. La relación gráfica de estas relaciones se muestra en la Apéndice I

Este análisis ha permitido elaborar relaciones que aportarán a la explicación de los objetivos de la investigación. A continuación la discusión de resultados.

Respecto a los factores que han influenciado a las mujeres rurales a optar por el emprendimiento se evidencian como principales: (i) la escasas iniciativas de autoridades locales; y (ii) el deseo superación de la familia. En el primer caso, corresponde a un factor circunstancial (en 18 casos presentados), mientras que en el segundo caso, corresponde a un factor motivacional (en 19 casos presentados). En la literatura revisada, respecto a los factores que han influenciado a mujeres a optar por el emprendimiento, León y Huari (2010) revelaron que la probabilidad de que una mujer adulta responsable de hogar emprenda un negocio es mayor en la medida que tenga mayor edad, aumente el número de miembros de su hogar y participe de alguna organización social. Los dos primeros factores revelados por León y Huari son consistentes, en el presente estudio, con el deseo de superación de la mujer en su entorno familiar.

Respecto a la influencia de las asociaciones vinculadas a mujeres en el emprendimiento rural, se muestran como principales asociaciones, el vínculo emocional en el emprendimiento con los hijos (en 12 casos presentados); así como la relacionada con la pareja

o esposo (en 11 casos presentados). Así mismo, se observa que las mujeres rurales mantienen una asociación propia a sus emprendimientos por la capacidad de generar ahorro para iniciar sus emprendimientos (en 10 casos presentados).

No existe evidencia de asociaciones que vinculen el emprendimiento de mujeres rurales con organizaciones privadas, públicas (autoridades locales y/o regionales) o sociales (ONGs).

La principal barrera para el inicio del emprendimiento que identifican las mujeres rurales, es la falta de promoción del empleo por parte de sus autoridades, es decir; las mujeres perciben que no existen las condiciones favorables en temas de fomento de créditos y capacitación para poder iniciar sus emprendimientos. En el estudio se identificó que el total de informantes coincidieron con esta afirmación (en 20 casos presentados).

La principal oportunidad para el inicio del emprendimiento que identifican las mujeres rurales es la facilidad para obtener préstamos mediante un banco o una caja municipal para iniciar, mejorar o hacer crecer su negocio. Se identificó que el 80 % de los casos indicaron que en algún momento tuvieron la facilidad de acceder a un préstamo, aunque no necesariamente lo hayan hecho efectivo (en 16 casos presentados).

4.9.1 Relación entre Características Demográficas y Factores que Influenciaron Optar por el Emprendimiento

Respecto a las características demográficas (Tabla 49), los resultados muestran que las mujeres jóvenes (entre 19 y 29 años), evidencian además, una marcada motivación relacionada con la influencia de la madre (presente en 5 de 7 casos). Mientras que en mujeres de mediana edad (entre 30 y 40 años) se ve además una marcada tendencia al financiamiento económico de la pareja o esposo (presente en 4 de 6 casos) como factor para optar por el emprendimiento. Finalmente, en mujeres mayores a 40 años la motivación principal es el deseo de superación personal (presente 5 de 7 casos).

Tabla 49

Relaciones del Análisis Transversal de Casos sobre Factores que Influenciaron Optar por el Emprendimiento

Emprendedora	Edad Inicio emprendimiento actual	Situación familiar inicio emprendimiento actual	Educación	Relación experiencia y trabajo 1/	Actividad laboral madre	Responsabilidad económica 2/	Capacitación previa al inicio de la actividad	Identificación de oportunidades de negocio en la zona	Escases de Iniciativas de autoridades locales	Continuidad del negocio familiar	Disponibilidad de recursos	Financiamiento económico del esposo	Experiencia previa no vinculada al emprendimiento	Inestabilidad laboral del esposo	Desco de superación de su familia	Mejora en la expectativa económica	Desco de superación personal	Experiencia previa vinculada al emprendimiento	Influencia de la madre	Influencia del padre	Influencia del esposo	Influencia de amistades o referentes cercanos
Julia de Shiran	48	Conviviente	ninguno	ELDR	Independiente	Compartida	X	X	X				X	X			X	X	X			
María de Platanar	40	Conviviente	técnico completo	ELDR	Independiente	Compartida	X					X			X			X	X			
Susana de Casa Grande	29	Casada	universitario completo	ELDR	Independiente	Compartida		X	X			X			X			X	X	X		X
Roxana de Chicamita	32	Separada	universitario incompleto	ELNR	Independiente	Compartida				X		X	X		X		X		X			
Norma de Trigopampa	35	Conviviente	ninguno	ELDR	Ama de casa	Compartida	X	X			X	X			X			X				X
Ofelia de Ascope	56	Separada	ninguno	ELDR	Independiente	Mujer		X					X		X		X	X	X			
Ángela de Farias	25	Conviviente	técnico incompleto	S/E	Ama de casa	Compartida		X	X			X			X			X				
Bárbara de la Maestría	30	Separada	maestría completa	ELNR	Dependiente	Mujer	X	X	X		X	X	X	X	X		X		X			
Martha de Otuzco	41	Casada	ninguno	ELDR	Independiente	Compartida				X		X			X		X	X	X			X
Miriam de Chocope	29	Casada	técnico completo	ELDR	Ama de casa	Compartida		X				X			X		X	X				X
Rocío de Alcalde	42	Casada	ninguno	ELNR	Independiente	Compartida				X		X	X		X		X		X			
Sonia de Chavín	42	Separada	ninguno	ELNR	Independiente	Mujer		X	X			X	X	X	X							X
Patricia de El Tigre	36	Conviviente	técnico incompleto	S/E	Dependiente	Compartida						X			X		X					X
Milagros de Roldán	20	Soltera	ninguno	ELDR	Independiente	Mujer	X	X	X		X			X	X			X	X			
Maruja de San Vicente	19	Casada	técnico completo	S/E	Independiente	Mujer		X	X					X	X		X	X	X			X
Jimena de Quilmaná	25	Casada	ninguno	ELNR	Dependiente	Compartida				X		X			X		X					X
Giuliana de Angola	52	Casada	ninguno	ELDR	Dependiente	Mujer					X			X	X		X	X				X
Elena de Yauyos	31	Conviviente	técnico incompleto	ELDR	Independiente	Compartida				X				X	X			X				X
Claudia de Fundo Angola	42	Casada	técnico completo	ELNR	Ama de casa	Compartida				X		X	X		X					X		X
Rosa de Roldán Alto	26	Conviviente	técnico incompleto	ELNR	Dependiente	Compartida				X		X	X		X				X	X		

Nota:

1/ Nomenclatura

ELDR: Experiencia Laboral directamente relacionada

ELNR: Experiencia Laboral no relacionada

S/E : Sin experiencia

2/ Nomenclatura

Compartida: Compartida con la pareja/ esposo

Mujer : A cargo de la mujer

Respecto a la situación familiar previa al inicio del emprendimiento (Tabla 49), se observa además que en las mujeres casadas y convivientes el principal factor que ha impulsado el emprendimiento es el financiamiento económico del esposo (presente en 10 de 15 casos). Mientras que en el caso de mujeres separadas se evidencian como principales factores la inestabilidad laboral del esposo y de su deseo de superación personal (presente en 3 de 4 casos).

4.9.2 Relación entre Antecedentes Educativos y Factores que Influenciaron Optar por el Emprendimiento

Respecto a las mujeres rurales que no cuentan con nivel educativo adicional al básico (primaria y/o secundaria) (Tabla 49), se muestra que los principales factores que las han influenciado a optar por el emprendimiento son el deseo de superación personal (presente en 6 de 9 casos) y la experiencia vinculada al emprendimiento (presente en 6 de 9 casos).

Para el grupo de mujeres con educación adicional a la básica (técnico, universitaria y/o maestría) se evidencia que el factor que las ha influenciado optar por el emprendimiento es el financiamiento de la pareja o esposo, principalmente (presente en 8 de 11 casos). Esta evidencia revela que la mayor educación en las mujeres rurales y su influencia al emprendimiento se encontrarían explicadas por factores circunstanciales; es decir por factores externos al individuo. Este resultado contradice lo encontrado por León y Huari (2010), que indican que si la mujer alcanza los niveles de educación primaria, secundaria o superior su probabilidad de emprender un negocio disminuye, porque estaría reflejando el hecho que una mujer con mayor nivel de educación tiene mayores oportunidades laborales o de encontrar un empleo adecuado. En el caso de las mujeres rurales las oportunidades laborales se encuentran vinculadas, además, a las circunstancias.

4.9.3 Relación entre Antecedentes Laborales y Factores que influenciaron optar por el emprendimiento

Respecto a experiencia laboral relacionada al emprendimiento actual (Tabla 49), se evidencia que en aquellos casos de mujeres rurales que cuentan con experiencia laboral directamente relacionada, uno de los factores que las han influenciado optar por el emprendimiento es la influencia de la madre (presente en 6 de 10 casos). En estos casos, se observa además una correlación en que la influencia se da principalmente sobre madres que han desarrollado una actividad laboral como independientes.

En aquellos casos de mujeres rurales que cuentan con experiencia laboral no relacionada al emprendimiento actual o sin experiencia (Tabla 49), se evidencia que uno de los principales factores que influenciaron en el inicio del emprendimiento se da por el deseo de superación personal (presentes en 6 de 10 casos).

4.9.4 Relación entre Antecedentes Familiares y Factores que Influenciaron Optar por el Emprendimiento

En relación a la experiencia laboral de los padres y sus antecedentes como dependiente o independiente, se observa que uno de los factores que explicarían la opción de las mujeres rurales por el emprendimiento es la influencia de madre, esto se evidencia en 10 de 16 casos presentados.

Respecto a la responsabilidad familiar en el hogar (Tabla 49), en aquellos casos en que la responsabilidad económica la asume íntegramente la mujer, se evidencia que uno de los factores que ha influenciado optar por el emprendimiento es la inestabilidad laboral del esposo (presente en 6 de 6 casos).

4.9.5 Relación entre Características Demográficas e Influencia de las Asociaciones Vinculadas a Mujeres Rurales

Tabla 50

Relaciones del Análisis Transversal de Casos sobre la Influencia de Asociaciones de Mujeres Rurales Vinculada al Emprendimiento

Casos	Edad inicio emprendimiento actual	situación familiar inicio emprendimiento actual	Apoyo Económico en el Emprendimiento							Apoyo Emocional en el Emprendimiento				
			Ahorro propio	Ahorro esposo	Ahorro padres	Heredó el negocio	Otros familiares	Crédito comercial	Préstamo bancario	Padres	Esposo / pareja	Hijos	Otros familiares	Sin apoyo
Julia de Shiran	48	Conviviente				x					x	x	x	
María de Platanar	40	Conviviente	x								x	x		
Susana de Casa Grande	29	Casada				x					x			
Roxana de Chicamita	32	Separada				x						x		x
Norma de Trigopampa	35	Conviviente	x	x			x				x	x		
Ofelia de Ascope	56	Separada	x									x		
Ángela de Farias	25	Conviviente				x					x			
Bárbara de la Maestría	30	Separada	x	x						x			x	
Martha de Otuzco	41	Casada	x	x	x						x	x		
Miriam de Chocope	29	Casada	x											
Rocio de Alcalde	42	Casada		x	x								x	
Sonia de Chavín	42	Separada	x											x
Patricia de El Tigre	36	Conviviente	x								x			
Milagros de Roldán	20	soltera				x							x	
Maruja de San Vicente	19	Casada					x							x
Jimena de Quilmaná	25	casada						x					x	
Giuliana de Angola	52	casada	x									x	x	
Elena de Yauyos	31	Conviviente					x					x	x	
Claudia de Fundo Angola	42	casada	x							x		x	x	
Rosa de Roldán Alto	26	Conviviente		x								x		

Respecto al grupo de edades (Tabla 50), en mujeres rurales mayores de 40 años, se observa un mayor vínculo emocional con el hijo sobre el emprendimiento (en 7 de 8 casos); mientras que en mujeres rurales de mediana edad entre 30 y 40 años, esta relación se muestra más débil (presente en 3 de 5 casos), o inclusive al grupo de mujeres más jóvenes (presente en 2 de 7 casos).

Así mismo se evidencia que en mujeres rurales entre 30 y 40 años (Tabla 50), el vínculo emocional en el emprendimiento con la pareja o esposo es mayor (presente en 4 de 5 casos) que respecto a los otros grupos etarios.

Respecto a la situación familiar (Tabla 50), se evidencia que en casos de mujeres casadas o convivientes la principal asociación en el emprendimiento viene dada por un vínculo emocional de los hijos (presente en 9 de 15 casos) y además, de la pareja o esposo (presente en 10 de 15 casos).

4.9.6 Relación entre Características Demográficas y Barreras para el Inicio del Emprendimiento

Mujeres jóvenes en el rango de (19 -29 años), se observa que la principal barrera para iniciar el emprendimiento es la falta de capacitación, que se evidencia en 4 de los 7 casos (Tabla 51), como se muestra en los siguientes casos:

¿Qué nivel de educación alcanzó usted? Tercero de secundaria ¿Estudio alguna carrera técnica, capacitaciones adicionales? No, nada ¿Qué clase de apoyo cree que debería haber? Siempre he tratado de ver eso de charlas para emprendedores, lo veo por internet pero siempre que quiero ingresar me pide clave y no puedo acceder a esas charlas. (Jimena de Quilmaná)

Ahora quisiera hacerle unas preguntas respecto a su educación. ¿Cuál es el máximo nivel que usted estudió? Secundaria completa, y también estuve estudiando secretariado, pero no lo termine ¿Y usted cuenta con entrenamiento para hacer su

negocio? No, no cuento con entrenamiento *¿Y usted qué tipo de entrenamiento considera que le hubiera sido útil para iniciar su negocio?* *¿Qué tipo de capacitación, de entrenamiento?* Ah bueno, como te digo mi mamá es la que se encarga de preparar todo, de cocinar, todo, y yo la ayudo pues, pero ella se encarga de cocinar todo *¿Y usted cree que hubiera sido útil tener algún tipo de entrenamiento?* Claro. (Ángela de Farías)

Mientras que en el caos de mujeres de mediana edad (30-40 años) una de las principales barreras para iniciar el emprendimiento es la falta de capital inicial, lo cual se evidencia en los 5 de 5 casos abordados (Tabla 51):

¿Cuál ha sido el factor determinante para iniciar su negocio? Ah que no alcanzaba. Estábamos al mínimo, su sueldo ya no alcanzaba teníamos que sacar préstamo *¿Cuál ha sido los problemas para iniciar su negocio?* Dinero, para iniciar. (Elena de Yauyos)

¿Cuáles han sido los mayores problemas que ha tenido que superar para iniciar este emprendimiento? Creo que la falta de capital al inicio. Es difícil para una persona de esta zona acceder a un préstamo, te piden muchos requisitos y si no tienes una propiedad no te dan nada. (Roxana de Chicamita)

Finalmente, para mujeres mayores a 40, una de las principales barreras para el inicio del emprendimiento es la falta de accesibilidad a la zona, el cual está referido a las restricciones en acceso, falta de servicios básicos, condiciones climatológicas (Tabla 51). Se evidencia en 5 de 7 casos, como por ejemplo, los siguientes casos:

Dígame señora. ¿Cuáles han sido los mayores problemas que ha tenido que superar para iniciar este emprendimiento? La falta de apoyo de las autoridades. Uno solo tiene que ir a pedir préstamos hipotecando su casa, no tenemos buenas carreteras para poder trasladar nuestros productos. (Martha de Otuzco)

¿Cómo hace para llevar y traer sus productos o las cosas que necesita usted? Yo salgo en la combi de acá de mi casa, tomo y tomo una carrera para que me traiga y pagando más de la cuenta, porque la combi te trae hasta tu casa, pero te cobra dos pasajes más para que te lleve tu recadito, o eso es más pasaje, o sea, que pagas dos pasajes. (Sonia de Chavín)

Respecto a las mujeres separadas, las principales barreras para iniciar el emprendimiento son: la dificultad de acceso al crédito y la ausencia de la pareja que se evidencia en tres de cuatro casos. Esta ausencia no solo es física sino también por la actitud del esposo como obstáculo (Tabla 51). Se evidencia en 03 de los 4 casos analizados:

¿Usted ha tenido préstamos bancarios? Sí, saqué préstamos porque quería comprarme este terreno y no tenía dinero y entonces, ¿qué hacía?, y los señores no me quisieron dar porque no tenía garantía, entonces, me dijo señora, usted no tiene garantía, entonces, de lo contrario me tendrá que buscar un aval me dijo, ya pues me busqué un aval, me garantizó y con eso me tuve que comprar este terreno. (Sonia de Chavín)

¿Cuál es su estado civil? Soy separada. Era casada, pero me separe porque mi esposo me maltrataba y tomaba mucho y no apoyaba en nada con la mantención de la casa.

Bueno yo he trabajado desde muy joven porque mi esposo no me apoyaba, así como le había contado ¿Su pareja le proveyó recursos económicos para empezar su negocio?

No, nada nunca me apoyo. (Ofelia de Ascope)

Respecto a las mujeres en situación familiar casadas o convivientes se evidencia que una de las barreras para iniciar el emprendimiento es la falta de capacitación, principalmente (presentados en 9 de 15 casos) que se muestran en la Tabla 51. Sin embargo, al abordar los casos se evidencia que no existe una especificación clara sobre el tipo de capacitación que requieren las emprendedoras rurales:

Tabla 51

Relaciones del Análisis Transversal de Casos sobre Barreras para el Inicio del Emprendimiento

Emprendedora	Edad Inicio emprendimiento actual	Situación familiar inicio emprendimiento actual	Educación	Relación experiencia y trabajo 1/	Actividad laboral madre	Responsabilidad económica 2/	Escases de personas de confianza	Competencia no productiva con otras emprendedoras	Falta de accesibilidad a la zona o a servicios básicos disponibles	Falta de capital inicial	Desconfianza del acceso al crédito	Dificultades para el acceso al crédito	Escases de promoción del empleo de autoridades locales	Problema de propiedad del terreno del negocio	Obstáculos de género	Falta de capacitación	Ausencia de la pareja o esposo	Falta de tiempo / organización para el negocio
Julia de Shiran	48	Conviviente	ninguno	ELDR	Independiente	Compartida	X		X	X	X		X	X		X		
María de Platanar	40	Conviviente	técnico	ELDR	Independiente	Compartida	X		X	X			X					
Susana de Casa Grande	29	Casada	completo universitario	ELDR	Independiente	Compartida				X			X			X		X
RoXana de Chicamita	32	Separada	completo universitario	ELNR	Independiente	Compartida		X		X		X	X					
Norma de Trigopampa	35	Conviviente	ninguno	ELDR	Ama de casa	Compartida	X			X		X	X			X		
Ofelia de Ascope	56	Separada	ninguno	ELDR	Independiente	Mujer			X			X	X			X	X	
Ángela de Farias	25	Conviviente	técnico	S/E	Ama de casa	Compartida							X			X		X
Bárbara de la Maestría	30	Separada	incompleto maestría	ELNR	Dependiente	Mujer			X	X			X		X		X	
Martha de Otuzco	41	Casada	ninguno	ELDR	Independiente	Compartida			X			X	X			X		
Miriam de Chocope	29	Casada	técnico	ELDR	Ama de casa	Compartida							X					
Rocio de Alcalde	42	Casada	ninguno	ELNR	Independiente	Compartida							X			X		
Sonia de Chavin	42	Separada	ninguno	ELNR	Independiente	Mujer			X			X	X			X	X	X
Patricia de El Tigre	36	Conviviente	técnico	S/E	Dependiente	Compartida					X		X					
Milagros de Roldán	20	Soltera	incompleto	ELDR	Independiente	Mujer					X		X			X	X	
Maruja de San Vicente	19	Casada	técnico	S/E	Independiente	Mujer							X				X	
Jimena de Quilmaná	25	Casada	ninguno	ELNR	Dependiente	Compartida					X		X			X		
Giuliana de Angola	52	Casada	ninguno	ELDR	Dependiente	Mujer			X	X			X			X	X	X
Elena de Yauyos	31	Conviviente	técnico	ELDR	Independiente	Compartida				X			X					
Claudia de Fundo Angola	42	Casada	incompleto	ELNR	Ama de casa	Compartida				X			X			X		
Rosa de Roldán Alto	26	Conviviente	completo técnico	ELNR	Dependiente	Compartida					X		X					
			incompleto															

Nota:
 1/ Nomenclatura
 ELDR: Experiencia Laboral directamente relacionada
 ELNR: Experiencia Laboral no relacionada
 S/E : Sin experiencia
 2/ Nomenclatura
 Compartida: Compartida con la pareja/ esposo
 Mujer : A cargo de la mujer

Ahora vamos a ver antecedentes educativos. ¿Ud. tuvo educación? Bueno, hasta segundo de secundaria ¿Qué tipo de apoyo le gustaría que hubiera de parte de sus autoridades? Que haya un tipo de escuelas para aprender hacer vinos y una vez que se haga el producto que también ayude a vender y promocionar. Que nos busque mercados. (Giuliana de Angola)

¿Y qué clases de apoyo crees que debería haber? Cursos, que el alcalde ponga cursos para lo que es, como mantener tu negocio, como surgir en tu negocio, como tal vez en un futuro exportar algo ¿no?. Que haya eso, que ponga esa faceta. Dime, de recibir capacitación o esos cursos que tú me dices que te permiten a ti, poder tener una visión más amplia en tu negocio, ¿haría que te quedaras? Me serviría de poder por ejemplo como organizar mi negocio, como superar mi negocio, ahí al menos pondría a otras personas para que me apoyen como trabajadores para que así ellos puedan vender, pero yo al menos les daría la idea, de cómo van a manejar, como van a ser, como pueden atender. (Susana de Casagrande)

¿Usted cree q le hubiera sido útil una capacitación previa? Claro cómo no ¿Qué tipo de capacitación le hubiera gustado? Una capacitación como salir más de lo que yo cocino hacer otros platos más típicos. (Julia de Shiran)

4.9.7 Relación entre Antecedentes Educativos y Barreras para el Inicio del Emprendimiento

Respecto al grupo de mujeres que no cuentan con nivel educativo adicional al básico, una de las principales barreras para iniciar el emprendimiento ha sido la Falta de Capacitación, lo cual se evidencia en 9 de 9 casos.

Para el grupo de mujeres con educación adicional a la básica (técnico, universitaria, maestría) se evidencia que una de las barreras para el inicio del emprendimiento la Falta de Capital.

4.9.8 Relación entre Antecedentes Laborales y Barreras para el Inicio del Emprendimiento

Respecto a la relación experiencia laboral y emprendimiento actual, se evidencia que en aquellos casos de mujeres que cuentan con experiencia directamente relacionada la principal barrera es la falta de capacitación (presente en 7 de 10 casos); es decir, a pesar que las mujeres emprendedoras rurales cuentan con experiencia laboral previa en la misma actividad, el potencial no se ha desarrollado debido a esta barrera. En aquellos casos de mujeres rurales que cuentan con experiencia laboral no relacionada al emprendimiento y sin experiencia previa, identifican que la principal barrera es la escases de promoción de empleo por parte de sus autoridades.

4.9.9 Relación entre Antecedentes Familiares y Barreras para el Inicio del Emprendimiento

Respecto a la responsabilidad económica en el hogar, en aquellos casos en que la responsabilidad lo asume íntegramente la mujer, se evidencia que uno de las barreras para iniciar el emprendimiento es la ausencia de la pareja o esposo principalmente presente en 6 de 6 casos abordados (Tabla 51):

¿Cuál es su estado civil? Soy separada. Era casada, pero me separe porque mi esposo me maltrataba y tomaba mucho y no apoyaba en nada con la mantención de la casa.

¿Cuál fue su primer empleo? Bueno yo he trabajado desde muy joven porque mi esposo no me apoyaba, así como le había contado. *¿Su pareja le proveyó recursos económicos para empezar su negocio?* No, nada nunca me apoyo. (Ofelia de Ascope)

¿Su pareja le proveyó recursos económicos para empezar su negocio? *¿Le dio dinero?* No, nada. Él nunca nos ha apoyado para nada, solo ahora que ya está de edad me llama, hija como estas y eso. No, nunca se preocupó por nosotros, nos dejó desde chiquitos se fue y ya nunca se preocupó. (Milagros de Roldan)

Respecto a su esposo. ¿Ud., vive con su esposo? Actualmente si, esta acá, pero antes en los peores momentos no estaba, por eso mis hijos siempre dicen la que lucho por nosotros eres tú. Porque en un principio cuando mis hijos eran niños para ser adolescentes, no estaba con mi esposo; se fue a Ica a hacer cosas diciendo que iba a progresar y yo con todos mis hijos, tuve que salir al campo a trabajar. (Giuliana de Angola)

En aquellos casos en que la responsabilidad económica es compartida con el esposo se evidencia que una de las principales barreras es la falta de capital inicial, en 7 de 14 casos presentados (Tabla 51) ello se debe principalmente a que las responsabilidades en el hogar son una necesidad prioritaria respecto a otras actividades complementarias.

4.9.10 Relación entre Características Demográficas y Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento

Mujeres jóvenes en los rangos de 19 -29 años (Tabla 52), se observa que una de las principales oportunidades para iniciar el emprendimiento es la sucesión familiar, que se evidencia en 3 de los 7 casos teniendo en consideración que las mujeres más jóvenes heredan el negocio familiar.

¿Cómo y qué personas la ayudaron en la decisión de formar este negocio? ¿Qué personas le impulsaron a formar este negocio? Ah, este ya es herencia de mi madre, desde ahí yo he aprendido a criar mis animales. Y bueno yo vendo esto para las negociantes, los cabritos ese es mi negocio. (Milagros de Roldan)

Señora y cómo o ¿qué personas la ayudaron a tomar la decisión de poner un negocio propio? Por mi mamá, porque ella siempre ha trabajado desde jovencita, siempre ha trabajado. Llevamos una herencia que viene de mi abuela, de mi mamá e imagino que también a mis hijas. (Ángela de Farías)

¿Y porque dejaste tu anterior empleo? Era temporal, porque ya vino la chica, y la reemplace. A mí me ofreció trabajo, lo que pasaba aquí es que mis papas son de edad ya y como que tuve un papá de cáncer y estaba ahí y mi mamá es de edad tampoco podía verlo y mis hermanos no estaban acá, como que la última asume más la responsabilidad, ellos están por Chile y ellos se encargaban de mandar acá y yo tenía que quedarme. (Susana de Casagrande)

Mientras que en mujeres mayores de 30 años, una de las principales oportunidades para iniciar el emprendimiento es el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio, que se evidencian en 11 de los 13 casos presentados (Tabla 52).

Respecto a las mujeres en situación familiar casada o convivientes se evidencia que una de las principales oportunidades para iniciar el emprendimiento es el financiamiento del esposo, el cual se ha definido como el aporte del esposo directo o indirectamente en el emprendimiento, se presentan 12 de 15 casos (Tabla 52).

¿Cómo afecta su vida familiar el hecho de ser empresaria? No afecta, porque mi esposo también trabaja para el negocio. Nos turnamos en las tareas y apoyamos bastante. , trabaja conmigo en el negocio de menestras. Él es chofer y se encarga de repartir la mercadería a los diferentes puntos. (Martha de Otuzco)

Respecto a las mujeres separadas la principal oportunidades para iniciar el emprendimiento es nuevas oportunidades de negocios en la zona, presente en 4 de los 5 casos abordados (Tabla 52).

4.9.11 Relación entre Antecedentes Educativos y Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento

Respecto al grupo de mujeres que no cuentan con nivel educativo adicional al básico, una de las principales oportunidades para iniciar el emprendimiento es el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio, en 6 de 9 casos presentados (Tabla 52).

Tabla 52

Relaciones del Análisis Transversal de Casos sobre Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento

Emprendedora	Edad Inicio emprendimiento actual	Situación familiar inicio emprendimiento actual	Educación	Relación experiencia y trabajo 1/	Actividad laboral madre	Responsabilidad económica 2/	Financiamiento de la familia	Financiamiento del esposo	Nuevas oportunidades de negocio en la zona	Disponibilidad de recursos	Elaboración de productos propios	Apoyo del esposo en la diversificación del negocio	Generación de iniciativas de autoridades locales	Acceso a la educación	Sucesión Familiar	Facilidad para obtener préstamos
Julia de Shiran	48	Conviviente	ninguno	ELDR	Independiente	Compartida		X	X						X	X
María de Platanar	40	Conviviente	técnico completo	ELDR	Independiente	Compartida		X	X	X						X
Susana de Casa Grande	29	Casada	universitario completo	ELDR	Independiente	Compartida		X			X		X	X	X	X
Roxana de Chicamita	32	Separada	universitario incompleto	ELNR	Independiente	Compartida		X	X				X	X	X	X
Norma de Trigopampa	35	Conviviente	ninguno	ELDR	Ama de casa	Compartida		X	X		X					X
Oflia de Ascope	56	Separada	ninguno	ELDR	Independiente	Mujer			X							X
Ángela de Farias	25	Conviviente	técnico incompleto	S/E	Ama de casa	Compartida		X	X					X	X	X
Bárbara de la Maestría	30	Separada	maestría completa	ELNR	Dependiente	Mujer			X				X			X
Martha de Otuzco	41	Casada	ninguno	ELDR	Independiente	Compartida		X								X
Miriam de Chocope	29	Casada	técnico completo	ELDR	Ama de casa	Compartida		X								X
Rocio de Alcalde	42	Casada	ninguno	ELNR	Independiente	Compartida		X	X							X
Sonia de Chavín	42	Separada	ninguno	ELNR	Independiente	Mujer			X							
Patricia de El Tigre	36	Conviviente	técnico incompleto	S/E	Dependiente	Compartida		X								X
Milagros de Roldán	20	Soltera	ninguno	ELDR	Independiente	Mujer				X				X		X
Maruja de San Vicente	19	Casada	técnico completo	S/E	Independiente	Mujer				X						
Jimena de Quilmaná	25	Casada	ninguno	ELNR	Dependiente	Compartida	X									
Giuliana de Angola	52	Casada	ninguno	ELDR	Dependiente	Mujer			X		X					X
Elena de Yauyos	31	Conviviente	técnico incompleto	ELDR	Independiente	Compartida	X	X	X				X			X
Claudia de Fundo Angola	42	Casada	técnico completo	ELNR	Ama de casa	Compartida		X	X							X
Rosa de Roldán Alto	26	Conviviente	técnico incompleto	ELNR	Dependiente	Compartida							X			

Nota:

1/ Nomenclatura

ELDR: Experiencia Laboral directamente relacionada

ELNR: Experiencia Laboral no relacionada

S/E : Sin experiencia

2/ Nomenclatura

Compartida: Compartida con la pareja/ esposo

Mujer : A cargo de la mujer

Para el grupo de mujeres con educación adicional a la básica (técnico, universitaria, maestría) se evidencia que una de las oportunidades para el inicio del emprendimiento es el financiamiento del esposo (8 de 11). Esto obedece a que las mujeres que han tenido mayores oportunidades respecto a educación encuentran en una situación familiar mayor propensión a un presupuesto compartido para el emprendimiento.

4.9.12 Relación entre Antecedentes Laborales y Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento

Respecto a la relación experiencia previa / emprendimiento actual, se evidencia que en aquellos casos de mujeres que cuentan con experiencia actual directamente relacionada la principal oportunidad al financiamiento del esposo (10 de 11 casos). En aquellos casos de mujeres que cuentan con experiencia laboral no relacionada con el emprendimiento y sin experiencia previa, ellas identifican que la principal oportunidad es nuevas oportunidades en la zona (Tabla 52).

4.9.13 Relación entre Antecedentes Familiares y Oportunidades para el Inicio del Emprendimiento

Respecto a la responsabilidad económica en el hogar, en aquellos casos en que la responsabilidad lo asume íntegramente la mujer, se evidencia que uno de las oportunidades para iniciar el emprendimiento es nuevas oportunidades de negocio en la zona principalmente, que se evidencian en 4 de 6 casos abordados (Tabla 52).

En aquellos casos en que la responsabilidad económica es compartida con el esposo se evidencia que una de las principales oportunidades es el financiamiento del esposo (12 de 14).

Los resultados de la investigación han permitido inducir el siguiente marco práctico en el que se apoya en el análisis individual de casos y el análisis transversal de los mismos. El análisis individual realiza una exploración de aquellas variables que permiten identificar el perfil de mujeres emprendedoras rurales a través de un grupo de categorías homogéneas,

según se muestra en la Figura 2, buscando patrones comunes para sostener un perfilamiento típico. Por otro lado, el análisis transversal realiza una exploración de aquellas categorías y subcategorías de variables como grupos homogéneos que explicarían aquellos factores que han estimulado a las mujeres a optar por el emprendimiento. Las subcategorías cuentan con un ordenamiento propio, pero dependiente de la categoría principal; por ejemplo, en la categoría edad, el rango de edades: menores de 30 años, entre 30 y 40 años y mayores de 40 años; en la categoría situación familiar, el estado civil casada, conviviente, separada y soltera.



Variable	Categoría	Análisis Individual		Análisis Transversal														
		Homogéneo (A)	Heterogéneo (B)	Factores que han estimulado a las mujeres optar por el emprendimiento														
		Factores que han estimulado a las mujeres optar por el emprendimiento																
		Capacitación previa al inicio de la actividad	Identificación de oportunidades de negocio en la zona	Escases de Iniciativas de autoridades locales	Continuidad del negocio familiar	Disponibilidad de recursos	Financiamiento económico del esposo	Experiencia previa no vinculada al emprendimiento	Inestabilidad laboral del esposo	Deseo de superación de su familia	Mejora en la expectativa económica	Deseo de superación personal	Experiencia previa vinculada al emprendimiento	Influencia de la madre	Influencia del padre	Influencia del esposo	Influencia de amistades o referentes cercanos	
Demográficos	Edad		X				A			A				A				
	Situación familiar		X				A			A		A						
	Número de hijos		X				A			A								
	Lugar de nacimiento		X				A			A								
Educativos	Nivel educativo (máximo alcanzado)		X				A			A		A						
	Relación educación y giro del emprendimiento		X				A			A								
Laborales	Tipo de experiencia previa en la actividad		X				A			A								
	Años de experiencia previa al emprendimiento		X				A			A								
	Formalidad trabajo previo (formal / informal)		X				A			A								
	Edad de inicio laboral		X				A			A								
	Relación experiencia y trabajo		X				A			A		A		A				
Familiares	Educación madre, padre, esposo/pareja		X				A			A								
	Antecedentes laborales madre/padre	X					A			A				A				
	Apoyo de la familia		X				A			A								
	Hijos dependiente/independiente	X					A			A								
	Responsabilidad cuidado de los hijos	X					A			A								
	Responsabilidad doméstica (dedicación)	X					A			A								
	Responsabilidad económica en el hogar	X					A			A								

Figura 2. Análisis Individual y Transversal de Casos sobre el Perfil de Mujeres Emprendedoras Rurales

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

El objetivo del presente capítulo es presentar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

5.1 Conclusiones

En base al análisis cualitativo del estudio, la presente investigación ha respondido a las preguntas de investigación: ¿Cuál es el perfil de las mujeres emprendedoras rurales?; ¿Qué factores han estimulado a las mujeres rurales optar por la actividad emprendedora?; ¿Cuál ha sido la influencia de las asociaciones vinculadas a las mujeres sobre los emprendimientos rurales?; ¿Cuáles son las principales barreras y oportunidades para el inicio de los emprendimientos formados por mujeres rurales? En ese sentido, las conclusiones de la investigación son las siguientes:

Perfil de las Mujeres Emprendedoras Rurales

1. Los resultados muestran que las mujeres emprendedoras rurales parecen mostrar un perfil demográfico, educativo y laboral heterogéneo, por lo que no se puede establecer una única categorización. Por otro lado, parecen mostrar un patrón mixto respecto a los antecedentes familiares.
2. El resultado de la investigación parece evidenciar antecedentes educativos heterogéneos en las mujeres emprendedoras rurales, lo cual no permitiría determinar un perfil único que permita categorizarlas; sin embargo, un mayor nivel educativo podría influir en la capacidad de aprovechamiento de oportunidades y superación de obstáculos que las mujeres rurales enfrentan desde el inicio de sus emprendimientos; el tipo de educación previa al emprendimiento y la educación de sus padres y esposo o pareja no parecen ser un factor determinante en la creación de sus emprendimientos.

3. Los antecedentes laborales de las mujeres emprendedoras rurales parecen indicar que su experiencia laboral previa al emprendimiento actual es diversa en tipo, tiempo y sector por lo que no pueden ser factores que las caractericen.
4. En relación a los antecedentes familiares de mujeres rurales, el nivel educativo de sus padres o pareja/esposo y el apoyo de la familia en el emprendimiento parecería ser heterogéneo, lo cual no permite determinar un perfil que las categorice; por otro lado, los antecedentes laborales de los padres parece ser un factor que influye en su opción por el emprendimiento y homogéneo en los casos; esto debido a que las emprendedoras generalmente provienen de familias cuya madre o padre han laborado de manera dependiente o independiente. Así mismo, parecen mostrar un perfil homogéneo respecto a las responsabilidades en el cuidado de los hijos y a la dedicación doméstica en el hogar, así como a la dependencia/independencia de hijos en el hogar.
5. Los resultados muestran que las mujeres emprendedoras rurales presentarían un alto grado de dedicación de tiempo en sus emprendimientos, lo cual se refleja en la cantidad de horas dedicadas diariamente a la actividad. Las horas dedicadas al emprendimiento parecerían no tener un correlato en la productividad del negocio, sino que resultan de mujeres rurales que no cuentan con apoyo familiar y quienes tienen la responsabilidad económica del hogar a su cargo.
6. Las mujeres rurales parecen mostrar un modelo de influencia maternal en grupos de edades jóvenes menores de 30 años y mayores de 40 años. Las mujeres rurales en mediana edad entre 30 y 40 años parecen buscar un “modelo paternal”, presente principalmente en la pareja o esposo.
7. Las mujeres emprendedoras rurales parecen desarrollar habilidades prácticas de gestión administrativa que se circunscriben a un conocimiento intuitivo, referido o adquirido por la oportunidad y la necesidad inmediata (conocimiento empírico), que las limitarían hacia una

visión de corto plazo. Los resultados económicos de las iniciativas emprendidas se observan mediáticamente sobre “la forma en que regresa el dinero”, pero no como oportunidad de generación de excedente para la reinversión de sus negocios.

8. Las mujeres emprendedoras rurales de mayor edad parecen mostrar un sentido de independencia y conservadurismo respecto a la ayuda, entrenamiento y/o capacitación proveniente de organizaciones o autoridades locales. En mujeres rurales más jóvenes se mostraría una mayor apertura a las asociaciones y a nuevas experiencias. El sentido de independencia en mujeres emprendedoras rurales, no parece ser un perfil que las caracterice, sino que además se encuentran influenciadas por circunstancias y de su arraigo en el entorno familiar y a las responsabilidades propias de su rol como madre. Los programas de apoyo y respaldo a la actividad emprendedora de mujeres rurales tienen que empezar con un diagnóstico que permita reconocer estos antecedentes para aprovechar las oportunidades en el desarrollo de sus respectivos negocios.

Factores que han estimulado a las mujeres rurales optar por la actividad emprendedora

1. Los factores que han estimulado a las mujeres rurales a optar por el emprendimiento se muestran como un conjunto de circunstancias y motivaciones. No se evidencia un estímulo único que impulse a las mujeres rurales optar el emprendimiento. Sin embargo, parecería que las mujeres rurales se encuentran mayormente impulsadas al emprendimiento por la motivación que por la circunstancia.

2. Los resultados del análisis transversal parecen mostrar que las mujeres emprendedoras rurales presentan algunas variables demográficas, educativas, laborales y familiares homogéneas respecto a los factores que las han influenciado a optar por el emprendimiento.

3. Respecto a las variables demográficas, en mujeres rurales jóvenes y mujeres mayores con familia constituida y situación económica inestable, la influencia maternal parece ser un patrón homogéneo de motivación hacia el emprendimiento. Así mismo, en mujeres rurales

casadas y convivientes parecen mostrar un patrón homogéneo de circunstancia el financiamiento del esposo para impulsar el emprendimiento; por lo mismo, en mujeres rurales separadas la inestabilidad laboral del esposo y el deseo de superación personal, parecen mostrar un patrón homogéneo de motivación para impulsar el emprendimiento.

4. Respecto a los antecedentes educativos, en mujeres rurales que no cuentan con un nivel educativo superior, parece existir un patrón homogéneo respecto a su deseo de superación personal como motivación para impulsar el emprendimiento. Así mismo, en mujeres que sí cuentan con educación superior, el financiamiento de la pareja o esposo, parece incidir como patrón que caracterice su motivación de optar por el emprendimiento.

5. Respecto a los antecedentes laborales, en mujeres rurales que cuentan con experiencia relacionada al emprendimiento actual, parecería existir un patrón homogéneo en la influencia de la madre y el deseo de superación personal como factores que las han motivado en la decisión de optar por el emprendimiento.

6. Respecto a los antecedentes familiares de mujeres rurales, en madres o padres que cuentan con antecedentes labores como dependientes o independientes, parecería existir un patrón homogéneo en la influencia de la madre y la motivación para impulsar el emprendimiento. Por otro lado, la responsabilidad económica en el hogar de mujeres rurales ante la inestabilidad económica de la pareja o esposo, parece mostrar un patrón homogéneo en su decisión de optar por el emprendimiento.

Influencia de las asociaciones vinculadas a las mujeres rurales sobre sus emprendimientos

1. En relación a la influencia de asociaciones en el emprendimiento, el resultado parece ser homogéneo debido a que todos los casos indicaron haber recibido influencia de tipo familiar. Existe poca evidencia de asociaciones externas que vinculen el emprendimiento de mujeres rurales con organizaciones privadas, públicas (autoridades locales y/o regiones) o sociales (ONGs).

2. Con respecto a la influencia del emprendimiento en la vida familiar, los resultados parecen indicar una diversidad de variables negativas, neutras y positivas, lo cual imposibilita categorizarlas.

3. La asociación en los emprendimientos de mujeres rurales, se relacionaría principalmente sobre un vínculo emocional desarrollado con los hijos o esposo/pareja.

Principales barreras para el inicio de los emprendimientos formados por mujeres rurales

1. La principal barrera que tendrían las mujeres rurales para iniciar sus emprendimiento es la falta de promoción del empleo de sus autoridades locales. Las mujeres rurales perciben que no existe ningún apoyo por parte de sus autoridades que las estimulen, asesoren o apoyen en el inicio de sus emprendimiento. Esta barrera no es una limitante para iniciar el emprendimiento, pero tiene una relación negativa respecto al número de nuevos emprendimientos.

2. Otra barrera que existe para el emprendimiento de las mujeres rurales sería la falta de capacitación, lo cual se ve reflejado en la falta de organización y gestión de los emprendimientos. La mayoría de mujeres rurales inicia el emprendimiento por necesidad como un medio de subsistencia pero no tienen una orientación básica de cómo lo deberían iniciar. Las mujeres rurales son conscientes que requieren capacitación para poder iniciar y desarrollar sus emprendimientos, aunque no todas saben exactamente cuál sería el tipo de capacitación requerida.

3. Existe otra barrera que es común para las mujeres rurales al momento de iniciar su emprendimiento y estaría relacionada con la falta de tiempo para compartir las responsabilidades familiares y laborales. Las mujeres rurales, además deben enfrentar el hecho de que para poder desarrollar su emprendimiento deben sacrificar el tiempo que le dedicarían al cuidado de los hijos o a las relaciones familiares y hasta sienten un grado de culpabilidad el hecho de tener que dejar solos a sus hijos y que en algunos casos limitan el crecimiento del negocio.

Principales oportunidades para el inicio de los emprendimientos formados por mujeres rurales

1. La principal oportunidad que tendrían las mujeres rurales en el Perú para iniciar y desarrollar su emprendimiento es la facilidad para acceder al crédito. Lo obtienen por intermedio de un banco o una caja municipal, ya que para las entidades financieras las mujeres rurales son atractivas debido a que poseen tierras y/o propiedades (por lo general, proveniente de herencia) y lo utilizan como garantía para obtener el crédito financiero.
2. Otra oportunidad que las mujeres rurales explotarían, es la identificación y desarrollo de nuevos negocios en la zona. Las mujeres rurales son conscientes de que viven en lugares de difícil acceso (caseríos, centros poblados, anexos, etc.) y desarrollan sus negocios a través de la venta de artículos de primera necesidad, cargando un costo logístico intuitivo al precio de venta final por abastecer a esos lugares. También fomentan el crédito en su localidad, lo que comúnmente se conoce como “fiar”. Esto permite crear un lazo de confianza con sus clientes y un incremento en ventas de sus artículos.
3. Para el caso de las mujeres rurales que son casadas y/o convivientes la oportunidad para el inicio y/o desarrollo de sus emprendimientos sería que cuentan con el financiamiento del esposo o pareja de manera directa o indirecta. El apoyo directo se refiere a que el esposo contribuye económicamente en el negocio, mientras que el apoyo indirecto se da cuando el esposo colabora económicamente con la manutención y/o pensión de los hijos, generando un ahorro que obtiene la mujer emprendedora y que lo invierte en el negocio. Tener el apoyo de la pareja o esposo permite que ella pueda desarrollar su emprendimiento con menor carga de estrés, sabiendo que él contribuirá con el desarrollo del negocio y/o asumirá los gastos de la canasta básica familiar para que ella pueda concentrarse exclusivamente al negocio.

5.2 Recomendaciones

5.2.1 Recomendaciones Prácticas

1. El desarrollo de programas de apoyo enfocados en los emprendimientos rurales de las mujeres en el Perú debe considerar las variables abordadas en el presente estudio a fin de generar proyectos que permitan suplir las necesidades de dicho grupo considerando la variedad de sus antecedentes demográficos, educativos, laborales y familiares.
2. Se recomienda que las autoridades locales establezcan políticas claras y definidas respecto al fomento de los emprendimientos de las mujeres rurales, con la finalidad de brindar asesoramiento para el inicio y desarrollo del emprendimiento y capacitación necesaria a las mujeres de su comunidad. Asimismo, las autoridades locales deben mejorar los accesos a lugares alejados como caseríos, centros poblados y anexos; de esta manera las mujeres rurales podrán tener más oportunidades para el desarrollo de sus emprendimientos al poder trasladar sus productos a los principales pueblos reduciendo sus costos de transporte y abastecimiento.
3. Se recomienda que las entidades financieras (bancos, cajas rurales, etc.), establezcan procedimientos y/o mecanismos que permitan a las mujeres rurales acceder al crédito de una manera sencilla y práctica, ya que existe un gran número de mujeres que no solicitan créditos debido a la falta de información, desconocimiento o desconfianza, pudiendo limitar el crecimiento de sus negocios.
4. Se recomienda que las instituciones públicas (autoridades locales, municipales y gubernamentales) articulen el apoyo económico a través de instituciones financieras para el financiamiento de emprendimientos de mujeres rurales para fomentar la capitalización de los negocios asegurando su desarrollo sostenible.

5.2.2 Recomendaciones Teóricas

1. No existe información actualizada respecto al perfil del emprendimiento de las mujeres rurales en el Perú, por lo que la investigación al explorar el perfil de las mujeres emprendedoras rurales podría sentar las bases para estudios futuros.
2. El estudio ha permitido explorar variables demográficas, educativas, laborales y familiares para obtener patrones homogéneos que expliquen los factores que han estimulado a las mujeres emprendedoras rurales optar por el emprendimiento. Estos patrones pueden evidenciar un correlato entre las características socioculturales de una mujer rural y la opción por el emprendimiento.
3. Expandir los resultados de la presente investigación a una exploración del perfil de mujeres emprendedoras rurales a otras zonas rurales del país para complementar y actualizar las evidencias obtenidas en el presente estudio.
4. Profundizar en el estudio de los emprendimientos de mujeres rurales en los que existe asociación con otras emprendedoras, para explorar y evaluar el desempeño económico a fin de encontrar oportunidades de asociación colectiva con perspectivas de desarrollo versus aquellos emprendimientos individuales de mujeres rurales.

Referencias

- Agüero A. & Barreto M. (2012) El nuevo Perfil de las mujeres rurales jóvenes en el Perú, Lima- Perú, Instituto de Estudios Peruanos.
- Alcaide, L. (2002). *Estilos de Gestión según género en el Diseño del Proyecto Educativo Institucional en Institutos Superiores*. (Tesis Maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/595/ALCAIDA_ARANDA_LOURDES_IVONNE_ESTILOS%20DE%20GESTI%C3%93N%20SEGUIN%20G%C3%89NERO.pdf?sequence=1
- Amorós, E., & Stiepvoviae, P. (2006). Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio. *Revista Universidad y Empresa*, (11). Recuperado de:
<http://go.galegroup.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/ps/i.do?id=GALE%7CA174195499&v=2.1&u=centrum&it=r&p=IFME&sw=w&asid=bc16290913fb1485c53b338de3165ca8>
- Avolio, B. (2008). *Un Estudio Exploratorio del Perfil de las Mujeres Empresarias en el Perú* (Tesis doctoral, Centro de Negocios – CENTRUM Católica, Lima). Recuperado de
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1601>
- Ballara, M., Parada, S., (2009). El empleo de las mujeres rurales. FAO-CEPAL.
- Banco Central de Reserva del Perú (2013). *Informe Económico y Social Región La Libertad*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2013/la-libertad/ies-la-libertad-2013.pdf>
- Banco Mundial (2014). Doing Business 2014. Banco Mundial. Recuperado de
http://espanol.doingbusiness.org/~/_media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB14-minibook-spanish.pdf

- Cambridge University Press (2008). Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Obtenido el 20 de enero de 2014 de <http://dictionary.cambridge.org>
- Carter, S., & Cannon, T. (1992). *Women as entrepreneurs*. London: Academic Press.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur. An economic theory*. Oxford, England: Martin Robertson.
- CENTRUM Católica – Centro de Negocios (CENTRUM, 2010). Índice de Competitividad Regional del Perú (Primera edición). Recuperado de http://www.centrum.pucp.edu.pe/es/contenido.php?4562/centrum_catolica/indice_competitividad_regional_del_peru.html
- Creswell, J. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dirven, M., (2004). *El empleo rural no agrícola y la diversidad rural en América Latina*. Santiago de Chile, Chile: Publicaciones CEPAL.
- Dirven, M., Echeverry, R., Sabalain, C., Rodríguez, A., Candia, D., Peña, &C., Faiguenbaum, S., (2011). *Hacia una nueva definición de rural con fines estadísticos en América Latina*. Santiago de Chile, Chile: Publicaciones CEPAL.
- Eckhardt, J., &Shane, S., (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(1), 333-349.
- Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Feng, Y. (2005). *Study of societal cultural impact on HRM practices in business organizations: The case of China*. Maastricht, The Netherlands: Maastricht School of Management.
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.

- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- González, R. (2010). *Mujeres y Economía: El problema de género en las estructuras empresariales españolas del siglo XXI*. *Instituto de Ciencias de la Educación. ICE*, 13(2). Recuperado de http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE_852_113126__789011C482551F2A68667ED8F7BBC55F.pdf
- Goss, D. (2005). Schumpeter's Legacy? Interaction and Emotions in the Sociology of Entrepreneurship. *American Journal of Sociology* (1), 205-219, doi: 10.1111/j.1540-6520.2005.00077.x
- Gartner, W. (1988). Who Is An Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business* 12: 11-32.
- Guzmán, J., & Rodríguez, M. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: Una visión global. *Revista De Economía Mundial*. Recuperado de: <http://search.proquest.com/docview/1002600294?accountid=28391>
- Heller, L., (2010). *Mujeres Emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, Obstáculos y Desafíos*. Santiago de Chile: Chile, Publicaciones de la Naciones Unidas.
- Hernández, R., Zarate, P., & Durand, A., (2013). *Políticas y experiencias relevantes para el empoderamiento de mujeres rurales en Perú: Lima-Perú: Instituto de estudios peruanos*.
- Hernández, R. & Durand A. (2013). *Políticas y Experiencias Relevantes para el Empoderamiento de las Mujeres Rurales en Perú. Una Análisis desde el Enfoque Territorial*. Instituto de Estudios Peruanos. Recuperado de: <http://www.rimisp.org/wp->

content/files_mf/1377810073politicasexperienciasterritorialesrelevantesparaempoderamiento mujeres rurales Peru.pdf

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5ta. Ed.), México D.F., México: Mc Graw Hill.

Hofstede, G. (1980). Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Hymer, S., & Resnick, S. (1969). A Model of an Agrarian Economy, American Economic Review, 59(4), 493-506.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2007). Perú: Encuesta Nacional de Hogares. Recuperado de <http://www.inei.gov.pe/estadisticas/encuestas/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2012). Encuesta Demográfica y de Salud Familiar. Recuperado de <http://desa.inei.gov.pe/endes/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2010). Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población Económicamente Activa, Urbana y Rural por Sexo y Grupos de Edad, Según Departamento, 2000 – 2015 (Boletín Especial N°20). Recuperado de <http://proyectos.inei.gov.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0940/libro.pdf>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura & Banco Interamericano de Desarrollo (IICA-BID, 2003). *Mujeres rurales y la brecha entre oferta y demanda de microcréditos: los casos de Costa Rica y Nicaragua*. Recuperado de http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/1144256124055_Mujeres_rurales_y_el_microcredito.pdf

Kantis, H. (2004). Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia internacional. Banco Interamericano de Desarrollo.

- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este del Asia*. Nueva York: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Koenig, V. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Washington, D.C: Banco Interamericano de Desarrollo
- Kantis, H. & Moori, V. (2004) *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Inter-American Development Bank. Recuperado de:
<http://site.ebrary.com/lib/bibpucp/docDetail.action?docID=10104132&p00=Pablo+Virginia+Hugo+Moori&token=17cc3734-4257-4400-ba36-85318a9c9cf4>
- León, J. & Huari, D., (2010). Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú. *Revista Pensamiento Crítico* (13), 57-70. Recuperado de
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/pensa_critico/2010_n13/indice.htm
- Marshall, C. & Rossman, G. (1999). *Designing qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Maxwell, J. (1996). *Qualitative research design: An integrative approach*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- McClelland, D. C. (1961): *The Achieving Society*, D. Van Norstrand Co., Princeton, NJ.
- McClelland, D. (1974). Sources of need for achievement. En McClelland, D., & Steele, R. (Eds.), *Human motivation: A book of readings* (pp. 319-377). New Jersey: General: Learning Press.
- Méndez, C. (2004, febrero). *El Arraigo de las Mujeres Jóvenes Rurales: Construyendo una Nueva Ruralidad*. Documento de trabajo presentado en el VI Congreso Vasco de Sociología, Bilbao, España. Resumen ejecutivo recuperado de
http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c_ponencias/diaz.pdf

- Merlano, S. (2010). Teoría sobre la motivación laboral (Estructural). *Revista Alternativas*, (15), 26. Recuperado de:
<http://go.galegroup.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/ps/i.do?&id=GALE|A323502278&v=2.1&u=centrum&it=r&p=IFME&sw=w>
- Miles, M., & Huberman, M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2008). *La mujer rural en el Perú: Situación y Avance*. Lima-Perú: Cendoc, MIMP.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2009). *La mujer rural y su compromiso con el desarrollo*. Lima-Perú: Cendoc, MIMP.
- Mitchell, B. (2004). Motives of entrepreneurs: A case study of South Africa. *The Journal of Entrepreneurship*, 13(2), 167-193.
- Monares, P. & Monares, A. & Bustamante, W. (2001). *Gestión de nuevos negocios para la microempresa rural*. Programa de Apoyo a la Microempresa Rural de América Latina y el Caribe.
- Naciones Unidas (2000). *Declaración del Milenio 8va Sesión Plenaria*. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/milenio/ares552s.htm>
- Navarro, G. & Gómez, R. (2006). *Mujeres: Factor de cambio*. Ejecutivas y empresarias sinaloenses. Sinaloa. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Navarro, J., Camelo, M. & Coduras, A. (2012). *Mujeres y Desafío emprendedor en España. Características y Determinantes*. *Economía Industrial*. España. 383 (13-22).
Recuperado de:
<http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/PRESENTACION.pdf>

- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2008). Tendencias Mundiales del empleo de las mujeres. Ginebra.
- Organización de las Naciones Unidas, División para el Adelanto de la Mujer (2008). La mujer en el 2000 y después. Recuperado de [http://www.un.org/womenwatch/daw/public/w2000/Rural%20Women%20\(Spanish\).pdf](http://www.un.org/womenwatch/daw/public/w2000/Rural%20Women%20(Spanish).pdf)
- Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: An exploratory model. *Journal of Management Review*, 16(5/6), 232-242.
- Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Pérez J.; Sánchez-Oro, M. (2007). Aproximación a las percepciones y orientaciones de los jóvenes ante el futuro del medio rural en Extremadura. *Política y Sociedad, Universidad Complutense de Madrid*, 44(3), 195-217, 228.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en el Perú (2012). Estrategia de igualdad de género. Recuperado de <http://www.undp.org/content/dam/peru/docs/Empoderamiento/Estrategia%20de%20Igualdad%20de%20Genero%20de%20PNUD%20Peru.pdf>
- Ranis, G., Stewart, F (1993). Rural Nonagricultural Activities in Development: Theory and Application. *Journal of Development Economics*, 40 (4), 75-101.
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española*. 22a edición. Obtenido el 16 de noviembre de 2013 de <http://www.rae.es>
- Reyes, F. (2012). La mujer indígena campesina en Bolivia y su objetivo de igualdad. Propuesta de aplicación de un mapa estratégico basado en valores cooperativos. *Journal of Social Sciences*, 107, 98-128. Recuperado de <http://search.proquest.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/docview/1023285606?accountid=28391>

- Robbis, S & Judge T (2009). *Comportamiento Organizacional* (décimo tercera edición). México: Pearson Education.
- Rubin, H., & Rubin, I. (1995). *Qualitative interviewing: The art of hearing data*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Santillan J. (2008). *La mujer rural en el Perú: Situación y avances*. Documento de trabajo Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.
- Sampedro, R., & Camarero, L. (2007). *Mujeres empresarias en la España rural*. El sujeto pendiente de desarrollo, *Revista Internacional de Sociología*, 65(48), 121-146.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Serida, J., Borda, A., Nakamatsu, K., Morales, O., Yamakama, P. (2011). *Global entrepreneurship monitor: Perú 2010–2011*. Lima, Perú: Ediciones ESAN.
- Serida, J., Borda, A., Nakamatsu, K., Morales, O., Yamakama, P. (2005). *Global entrepreneurship monitor: Perú 2004–2005*. Lima, Perú: Ediciones ESAN.
- Serida, J., Borda, A., Nakamatsu, K. & Morales, O. (2012). *Global entrepreneurship monitor: Peru 2012*. Lima, Perú: Ediciones ESAN.
- Shane, S., & Venkatamaran, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Steers, R., & Braunstein, D. (1976). A behaviorally-based measure of manifest needs in work settings. *Journal of Vocational Behavior*, 9, 251-266.
- Stevenson, H., & Jarillo, J., (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management Strategic Management Journal, 24 (11), 17-27.
- Stevenson, L. (1990). Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 9(4), 439-446.

- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- United Nations International Children's Emergency Fund (1995). Perú: Estado de la niñez, la adolescencia y la mujer en el Perú. Lima, Perú: UNICEF.
- Valenzuela, M (2005). ¿Nuevo Sendero para las mujeres? Microempresa y género en América Latina en el umbral del siglo XXI. Santiago de Chile: Chile, Editorial LOM.
- Varela, R. (2001). Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas. (2da. Ed.). Bogotá, Colombia: Pearson.
- Weeks, J., & Seiler, D., (2001). Actividad empresarial de la mujer en América Latina. Washington, DC: Publicaciones Stop.
- Yin, R. (2003). Case study research: Concepts and methods. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Zabludovski, G., Avelar, S., (2001). Empresarias y Ejecutivas en México y Brasil. México. Miguel Ángel Porrúa.
- Zapata, R. (2009). La Mujer Rural y Políticas Públicas. Conferencia desarrollada en Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Recuperado de http://www.congreso.gob.pe/I_organos/mujeres_parlamentarias2009/imagenes/SISTEMATIZACION_DEL_FORO_MUJER_RURA.pdf

Apéndice A

Ordenamiento de las Investigaciones

Aspectos	Tema / Topico	País	Autor	Año
Motivación	Motivos para iniciar empresa: circunstancias del emprendimiento	South Africa	Mitchell	2004
Motivación	Motivos para iniciar empresa: necesidad de logro	Estados Unidos	McClelland	1961
Motivación	Motivos para iniciar empresa: resultado económico	Estados Unidos	Schumpeter	1934
Motivación	Motivos para iniciar empresa: deseos independencia, autoconfianza	Estados Unidos	Gartner	1985
Motivación	Motivos para iniciar empresa: desarrollo personal	Estados Unidos	Kantis, Ishida & Komori	2002
Motivación	Motivos para iniciar empresa: independencia	Estados Unidos	Hofstede	1980
Motivación	Motivos de Mujeres para iniciar empresa	Reino Unido	Carter & Cannon	1982
Motivación	Motivos de Mujeres para iniciar empresa	Perú	Avolio	2008
Motivación	Motivos de Mujeres para iniciar empresa	España	Méndez	2004
Motivación	Motivos de Mujeres para iniciar empresa	España	Pérez & Sánchez-Oro	2007
Actividades Productivas	Emprendimiento	Estados Unidos	Stevenson & Jarillo	1990
Actividades Productivas	Emprendimiento	Estados Unidos	Schumpeter	1934
Actividades Productivas	Emprendimiento	Colombia	Varela	2001
Actividades Productivas	Emprendimiento	England	Casson	1982
Actividades Productivas	Emprendimiento	Estados Unidos	Shane & Venkatamaran	2000
Actividades Productivas	Emprendimiento	Estados Unidos	Eckhardt & Shane	2003
Actividades Productivas	Emprendimiento	Estados Unidos	Goss	2005
Actividades Productivas	Emprendimiento	Perú	León & Huarí	2010
Actividades Productivas	Características de los emprendimientos	Perú	Serida, Borda, Nakamatsu & Morales	2012
Actividades Productivas	Características de los emprendimientos: Doing Business 2014	Estados Unidos	Banco Mundial	2014
Actividades Productivas	Características de los emprendimientos	Perú	Santillan	2008
Actividades Productivas	Actividad empresarial de la mujer	Estados Unidos	Weeks & Seiler	2001
Actividades Productivas	Actividad empresarial de la mujer	Chile	Valenzuela	2005
Actividades Productivas	Actividad empresarial de la mujer	Peru	Serida, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakama	2011
Actividades Productivas	Actividad empresarial de la mujer	Chile	Heller	2010

Aspectos	Tema / Topico	País	Autor	Año
Rural	Contexto rural en que se desarrollan los negocios	Chile	Dirven	2004
Rural	Contexto rural en que se desarrollan los negocios	Perú	INEI	2010
Rural	Contexto rural en que se desarrollan los negocios	Chile	Dirven, Echeverry, Sabalain, Rodríguez, Candia, Peña & Faiguenbaum	2011
Rural	Emprendimiento rural de la Mujer	España	Sampedro & Camarero	2007
Rural	Emprendimiento rural de la Mujer	Estados Unidos	Hymen & Resnick	1969
Rural	Emprendimiento rural de la Mujer	Estados Unidos	Ranis & Stewart	1993
Rural	Situación de la mujer rural en el Perú	Perú	Hernández, Zarate & Durand	2013
Rural	Situación de la mujer rural en el Perú	Perú	Vildoso	2008
Rural	Situación de la mujer rural en el Perú	Perú	Vilchez	2009
Rural	Situación de la mujer rural en el Perú	Perú	Serida, Borda, Nakamatsu & Morales	2012
Actividades Productivas	Características socioculturales: La Mujer Rural y Políticas Públicas	Perú	Zapata	2009
Actividades Productivas	Características socioculturales	España	Reyes	2012
Actividades Productivas	Características socioculturales: estrategia de igualdad de género	Perú	PNUD	2012
Actividades Productivas	Características socioculturales	Perú	Agüero & Barreto	2012
Entorno	Organizaciones que apoyan emprendimiento de mujeres	Estados Unidos	Kantis, Angelelli & Koenig	2004
Entorno	Organizaciones que apoyan emprendimiento de mujeres	Estados Unidos	Heller	2010
Entorno	Organizaciones que apoyan emprendimiento de mujeres	Estados Unidos	IICA & BID	2003
Entorno	Organizaciones que apoyan emprendimiento de mujeres	Perú	Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social, MINDES	2008
Entorno	Barreras que Enfrentan Mujeres Empresarias	Perú	PNUD	2012
Entorno	Barreras que Enfrentan Mujeres Empresarias	Estados Unidos	Kantis, Angelelli & Koenig	2004
Entorno	Barreras que Enfrentan Mujeres Empresarias	Perú	Avolio	2008
Entorno	Perspectivas femeninas en el proceso de iniciar empresas	España	González	2010
Entorno	Perspectivas femeninas en el proceso de iniciar empresas	Chile	Amorós & Stjepoviae	2006
Proceso	Estilos de administración de los negocios de mujeres	España	Navarro, Camelo & Coduras	2012
Proceso	Estilos de administración de los negocios de mujeres	España	Alcaide	2002
Proceso	Estilos de administración de los negocios de mujeres	España	Guzmán & Rodríguez	2008


Aspectos	Tema / Topico	País	Autor	Año
Proceso	Estrategias desarrolladas por mujeres como clave de éxito en los negocios	Perú	Hernández, Zárate & Durand	2013
Proceso	Prácticas administrativas que permiten el éxito en los negocios	Perú	Hernández, Zárate & Durand	2013
Proceso	Oportunidad y barreras para el crecimiento del negocio	España	Navarro, Camelo & Coduras	2012
Proceso	Oportunidad y barreras para el crecimiento del negocio	España	Kantis, Angelelli & Moori	2004
Proceso	Oportunidad y barreras para el crecimiento del negocio	Perú	Serida, Morales & Nakamatsu	2012



Apéndice B

Formatos de Notas

Formato de Notas de Campo	
Información General:	
Fecha de la observación	
Hora de inicio	
Hora de fin	
Lugar de la entrevista	
Nombre de la mujer	
Nombre de la empresa	
Nombre del investigador	
<u>Notas Descriptivas</u> 1. Registran todo lo que se puede recordar sobre la observación 2. Retrato de la entrevistada 2. Descripción del ambiente físico, estructura del 3. Eventos particulares 4. Secuencia y duración de los acontecimientos y conversaciones	<u>Comentario del Investigador</u> Comentario personal del investigador como ideas, impresiones y prejuicios (Creswell, 2003, p. 189) Registro de sentimientos, interpretaciones, intuiciones, preconceptos y áreas futuras de indagación (Taylor &
Firma del Investigador	

Formato de Notas de la Entrevista	
Información General:	
Fecha	
Hora de inicio	
Hora de fin	
Lugar de la entrevista	
Nombre de la mujer	
Nombre de la empresa	
Nombre del investigador	
<u>Notas Descriptivas</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Retrato de la entrevistada 2. Retrato del ambiente físico 3. Reconstrucción del diálogo 4. Eventos particulares 	<u>Comentario del Investigador</u> Comentario personal del investigador como ideas, impresiones y prejuicios (Creswell, 2003, p. 189) Registro de sentimientos, interpretaciones, intuiciones, preconceptos y áreas futuras de indagación (Taylor & Bogdan, 1984, p. 83) 
Firma del Investigador	

Apéndice C

Consentimiento Informado

Me comprometo a participar en el estudio titulado “Emprendimiento Rural Femenino en el Perú”, el cual es conducido por Ronald Solórzano, Cynthia Aranda, Juan C. Altamirano y Juan F. Quezada bajo la supervisión de su asesora, Dra. Beatrice Avolio. Entiendo que esta participación es enteramente voluntaria; puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento sin ningún perjuicio, y los resultados de dicha participación de 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 conocer las características del emprendimiento femenino en el ámbito rural del Perú, las razones que impulsan a las mujeres a emprender sus negocios y si dichos emprendimientos tienen determinado perfil en las mujeres. Ello con el fin de obtener información que pueda ayudar a mejorar sus esfuerzos empresariales y que promuevan a la mujer como ente de generación de nuevas oportunidades y desarrollo en el ámbito rural.

No se prevé tener ningún estrés o situación incómoda.

No hay ningún riesgo

Estoy de acuerdo con los siguientes procedimientos:

Tener entrevistas, con una duración de aproximadamente 1 hora cada una, en las cuales el investigador me formulará preguntas relativas a mis características demográficas, los motivos que me llevaron a emprender mi negocio y sobre los principales obstáculos que tuve para empezar mi negocio y para hacerlo crecer. Yo entiendo que me puedo negar a contestar dichas preguntas y puedo discontinuar mi participación en cualquier momento.

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

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 D

Protocolo del Caso

- a) Generalidades del estudio
 - A1 Antecedentes del estudio
 - A2 Objetivos del estudio y preguntas de investigación
 - A3 Marco Teórico
 - A4 Rol del protocolo en la investigación
- b) Procedimientos de campo
 - B1 Datos de las mujeres empresarias rurales a entrevistarse
 - B2 Preguntas 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 las entrevistas realizadas
 - D2 Formato de Consentimiento firmado por el entrevistado
 - D3 Documentos y fotografías obtenidos durante la entrevista
 - D4 Formato de notas de campo
 - D5 Transcripción de la entrevista
 - D6 Reporte del investigador
 - D7 Narrativas sobre las respuestas a las preguntas de la guía de entrevista

Apéndice E

Preguntas de Clasificación

Información	Pregunta	Fuentes de evidencia	Alternativas
P1 Ambito de desarrollo	¿El ámbito de estudio pertenece a un entorno rural?	Si pertenece a un territorio con 500 a menos de 2 mil habitantes y sus viviendas generalmente están agrupadas en forma contigua formando manzanas y calles. O con menos de 500 habitantes, una de sus principales características es que tiene sus viviendas dispersas.	Sí, a P2 No, discontinuar
P2 Emprendimiento o actividades laborales	¿Se desarrollan emprendimientos o actividades laborales?	Si existen personas que desarrollan negocios o empresas, con la finalidad de aprovechar oportunidades de mercado o satisfacer necesidades de generación de ingreso propio	Sí, a P3 No, discontinuar
P3 Rol de la mujer en el negocio o la empresa	¿Es una mujer mayor a 14 años de edad quien tiene el rol preponderante en la administración de su negocio o emprendimiento?	Comprobado por observación y consulta directa del investigador del investigador	Sí, terminar evaluación No, discontinuar

Apéndice F

Guía de la Entrevista

La guía de la entrevista ha sido diseñada para obtener información de situación y perfil de la mujer empresaria rural y de sus empresas, así como sus expectativas de desarrollo futuro y los obstáculos que presentan.

Parte I. Información sociocultural (demográfica, antecedentes educativos, laborales y familiares)

Parte I.A Información demográfica

Nos gustaría iniciar con algunas preguntas generales

Información Requerida	Pregunta
Edad	P1 ¿Qué edad tiene?
Lugar de nacimiento	P2 ¿Dónde nació (centro poblado, distrito, provincia, departamento)?
Procedencia	P3 ¿El lugar de donde nació es urbano o rural?
Residencia actual	P4 ¿En qué distrito de la región _____ vive, actualmente?
Número de hijos	P5 ¿Tiene hijos? ¿Cuántos?
Estado civil	P6 ¿Cuál es su estado o situación civil? () Casada () Separada () Soltera () Conviviente () Otro, especifique _____

Parte I.B Antecedentes educativos

Ahora nos gustaría hacerle algunas preguntas sobre su educación

Información Requerida	Pregunta
Grado de instrucción	P7A ¿Usted estudió? ¿Qué nivel educativo alcanzó?
	P7B Si la respuesta P7A es afirmativa indicar si tiene alguna carrera técnica o universitaria, completa o incompleta, ¿cuál es? (la más alta obtenida)

Parte I.C Antecedentes laborales

Ahora nos gustaría hacerle algunas preguntas sobre sus antecedentes laborales

Información Requerida	Pregunta
Historial laboral	P8A ¿A qué edad empezó a trabajar? ¿Dónde?
	P8B ¿Qué otras actividades económicas ha desarrollado hace cinco años previos al inicio de su negocio?
	P8C ¿Alguna vez trabajó en una empresa (formal)? ¿Qué hacía?
Tipo de experiencia laboral	P9 ¿En qué tipo de negocios ha trabajado?
Tiempo de experiencia laboral previa	P10 ¿Cuántos años tuvo de experiencia laboral antes de iniciar el emprendimiento?
Posición laboral antes de ser empresaria	<i>Realizar estas preguntas si P8B no implica continuidad laboral</i>
	P11A ¿Cuál fue su último empleo antes de ser empresaria?
	P11B ¿Por qué dejó su empleo anterior? (explicar las circunstancias)

Información Requerida	Pregunta
Experiencia relacionada con la empresa	P12A ¿Ha tenido experiencia laboral similar a la de su actual negocio?
	P12B ¿Piensa que esa experiencia la ayudó a crear (o comprar) su negocio?
	P12C ¿Cómo y qué personas la ayudaron en la decisión de formar su emprendimiento?
Actividad laboral actual	P13A ¿Tiene otro empleo o actividad que le genera ingresos adicionales además su negocio actual?
	P13B ¿Cuál? (explicar el empleo o actividad realizada)

Parte I.D Antecedentes familiares

Ahora nos gustaría hacerle algunas preguntas sobre sus antecedentes familiares

Información Requerida	Pregunta
Datos del Padre	P14 ¿Sus padres viven? <i>Abordar las preguntas en tiempo presente (o pasado) dependiendo P14</i>
	P14A ¿Cuántos años tiene su padre?
	P14B ¿A qué se dedica su padre?
	P14C ¿Qué actividades ha desempeñado su padre?
	P14D ¿Cuál es el nivel de educación de su padre?
	P14E ¿Qué estudio?
Datos de la Madre	<i>Abordar las preguntas en tiempo presente (o pasado) dependiendo P14</i>
	P15A ¿Cuántos años tiene su madre?
	P15B ¿A qué se dedica su madre?
	P15C ¿Qué actividades ha desempeñado su madre?
	P15D ¿Cuál es el nivel de educación de su madre?
	P15E ¿Qué estudio?
Datos de los hijos	<i>Realizar estas preguntas si tiene hijos</i>
	P16A ¿Qué edades tienen sus hijos?
	P16B ¿Cuál es su nivel de educación?
	P16C ¿Qué estudian?
	P16D ¿Quién cuida a sus hijos mientras trabaja?
Influencia de la vida familiar	P17A ¿Cómo afecta su vida familiar el hecho de ser empresaria?
	P17B ¿Cómo es su rutina doméstica?
	P17C ¿Almuerza fuera de su casa, cuenta con ayuda de parientes?
	P17D ¿Cómo influye su vida familiar en su emprendimiento?
	P17E ¿La vida de empresaria esta afectando sus relaciones personales o familiares
Datos del esposo o pareja	<i>Realizar estas preguntas si cuenta con esposo o pareja</i>
	P18A ¿Su pareja es empresario?
	P18B ¿Él tiene negocio propio?
	P18C ¿Cuál es la edad de su pareja?
	P18D ¿Cuál es la ocupación o empresa de su pareja?
	P18E ¿Cuál es el nivel de educación de su pareja?
	P18F ¿Qué / donde trabajó?
	<i>Realizar estas preguntas si cuenta con esposo o pareja</i>
Apoyo del esposo o pareja en el negocio	P19A ¿Su pareja le proveyó recursos económicos para empezar su negocio?
	P19B ¿Su pareja ha sido aval de algún préstamo de su negocio?
	P19C ¿Su pareja trabaja con usted en su negocio?

Información Requerida	Pregunta
Apoyo del esposo o pareja en el cuidado de los hijos	<i>Realizar estas preguntas si cuenta con esposo o pareja e hijos</i>
	P20A ¿Comparte su pareja el cuidado de los hijos?
	P20B ¿Cuánto las comparte?
Apoyo del esposo o pareja en la responsabilidad doméstica	P20C ¿Qué hace su esposo respecto al cuidado de los hijos?
	<i>Realizar estas preguntas si cuenta con esposo o pareja</i>
	P21A ¿Comparte las responsabilidades domésticas con su pareja?
Responsabilidad económica del hogar	P21B ¿Cuánto las comparte?
	P21C ¿Qué responsabilidades domésticas realiza su pareja?
	P22A ¿Cómo es la responsabilidad económica de su familia?
	P22B ¿Comparte la responsabilidad económica con su pareja?
	P22C ¿Cuánto la comparte?
	P22D ¿Usted es la única responsable económica de su familia?

Parte II. Habilidades Administrativas

Las habilidades administrativas/gerenciales incluyen entrenamiento y/o experiencia relacionada con la gestión de su emprendimiento

Ahora queremos preguntarle sobre sus habilidades para la gestión de su negocio.

Información Requerida	Pregunta
Habilidades Financieras	P23A ¿Cómo obtiene el dinero para su negocio?
	P23B ¿Planifica sus gastos?
	P23C ¿Cómo lleva su contabilidad de ingresos y gastos?
	P23D ¿Todo lo que ha realizado le ha dado buenos resultados?
Habilidades de Marketing	P24A ¿Qué hace para incrementar sus ventas?
	P24B ¿Crea sus propios productos?
	P24C ¿Cómo establece sus precios de venta?
	P24D ¿Cómo realiza sus promociones?
	P24E ¿Cómo hace para llevar y traer sus productos?
	P24F ¿Qué hace para diferenciar su producto?
Habilidades en Operaciones y Logística	P25A ¿Cómo estima la cantidad de productos que debe tener?
	P25B ¿Cuenta con almacenes propios para sus productos e insumos?
	P25C ¿Cómo lleva el control de su inventario de productos?
Habilidades Tecnológicas	P26A ¿Utiliza algún equipo para la elaboración o venta de sus productos?
	P26B ¿Qué utilidad tiene estos equipos o dispositivos?
Habilidades en RRHH	P27A ¿Tiene empleados? ¿Cuántos?
	P27B ¿Cuál es su criterio para contratación de personal?
Entrenamiento y capacitación recibida	P28A ¿Cuenta con experiencia o entrenamiento para ser empresaria?
	P28B ¿Qué tipo de entrenamiento considera que le habría sido útil para iniciar su negocio?

Parte III. Naturaleza de sus emprendimientos

Ahora queremos preguntarle sobre su negocio

Información Requerida	Pregunta
Datos generales de la empresa	P29A ¿Cuál es la razón social / nombre de la empresa?
	P29B ¿Cuál es la dirección?
	P29C ¿En que año inició (fundó) la empresa?
Forma legal	P30 ¿La empresa está inscrita en registros públicos o SUNAT?
Forma de adquisición	P31 ¿Cómo se hizo propietaria de la empresa?
Socios	P32A ¿Comparte la propiedad de su empresa con otra persona?
	P32B ¿Son miembros de la misma familia?
	P32C ¿Qué parentesco tienen?
Actividad principal del negocio	P33A ¿Cuál es la actividad principal de su negocio?
	P33B ¿Qué productos y/o servicios ofrece?
	P33C ¿A qué clase de personas está dirigido el servicio?
Rol de la mujer en la empresa	P34A ¿Qué cargo desempeña en su empresa?
	P34B ¿Cuántas horas al día le dedica a su negocio?
	P34C ¿Considera que tiene competencia?
	P34D ¿Su competencia vende más que usted?
Empleados	<i>Realizar estas preguntas si cuenta con empleados</i>
	P35A ¿Cuántos empleados a tiempo completo, incluyéndose usted y los miembros de su familia, tiene su empresa?
	P35B ¿Cuántos son mujeres?
	P35C ¿Cuántos son niños?
	P35D ¿Cuántos son miembros de su familia?
Tamaño	P36 ¿Cuáles fueron sus ventas promedio mensuales en el último año?
Desempeño del negocio	P37A ¿Cómo han evolucionado sus ventas en los últimos dos años (creciente o decreciente)?
	P37B ¿Qué le ha ayudado a usted a impulsar su negocio?
Fuentes de capital	P38A ¿Cuáles fueron sus recursos para iniciar su negocio?
	P38B ¿Cuál fue su capital (dinero) al inicio del negocio?
	P38C ¿Ha tenido préstamos bancarios?
	P38D ¿Por qué?
Apoyo recibido de familiares o contactos	P39A ¿Qué tipo de apoyo recibe de sus familiares o contactos que le permita desarrollar de mejor manera su negocio?
	P39B ¿Conoce alguna ONG u organización que le pueda brindar apoyo para el desarrollo de su negocio?

Parte IV. Factores que han estimulado optar por la actividad empresarial

Ahora queremos preguntarle sobre sus motivos para convertirse en empresaria

Información Requerida	Pregunta
Factores que estimulan el emprendimiento	P40A ¿Ha tenido algún familiar o conocido quien haya realizado algún tipo de emprendimiento?
	P40B Si la respuesta P40A es "Sí" ¿Podría detallar el tipo de emprendimiento realizado?
	P40C ¿Tuvo usted alguna participación dentro del negocio?
	P40D Si la respuesta P40C es "Sí" ¿Podría detallar las actividades realizadas?
	P40E Si la respuesta P40C es "No" ¿Cuál cree que ha sido el factor determinante para iniciar el emprendimiento?
	P40F ¿Cree que la falta de trabajo formal (dependiente) fue decisivo para iniciar el emprendimiento personal?
	P40G ¿Ud cree que existe apoyo de las autoridades de su región para impulsar nuevos emprendimientos?
	P40H Si la respuesta P40G es "Sí" ¿Podría detallar el tipo de apoyo que existe por parte de su localidad?
	P40I Si la respuesta P40G es "No" ¿Qué clase de apoyo debería haber?
	P40J Si tiene hijos ¿Le gustaría que sus hijos apoyen en el desarrollo del negocio?
	P40K Si la respuesta P40J es "No" ¿Por qué?
	P40L ¿Se siente satisfecha con lo que hace? ¿Cree que es un ejemplo para su familia?
	Perspectivas para el desarrollo
P41B ¿Ha pensado en diversificar su negocio?	
P41C Si la respuesta P41B es "Sí" ¿En qué otros productos o servicios estaría interesada en incursionar?	
P41D ¿Ha considerado realizar alguna alianza con alguna otra emprendedora de algún producto complementario al suyo? ¿Por qué?	
P41E ¿Le gustaría recibir capacitación de alguna entidad del gobierno regional?	

Parte V. Barreras y oportunidades para iniciar y hacer crecer sus emprendimientos

Ahora nos gustaría preguntarle acerca de los obstáculos y oportunidades que enfrenta como empresaria

Información Requerida	Pregunta
Reto afrontado	P42 ¿Cuáles han sido los mayores problemas que ha tenido que superar para iniciar este emprendimiento?
Acceso al financiamiento	P43A ¿Cuales fueron sus principales fuentes de capital para iniciar el negocio?
	P43B ¿Accedió a un crédito bancario?
	P43C Si la respuesta P43B es "Sí" ¿Qué problemas tuvo cuando decidió acceder al crédito?
	P43D Si la respuesta P43B es "No" ¿Qué dificultades halló por parte del banco que restringió el acceso al crédito para iniciar su emprendimiento?
Oportunidades al emprendimiento	P44A ¿Conoce usted de alguna organización u ONG que apoye los emprendimientos rurales?
	P44B ¿Pertenece usted a alguna asociación u ONG que este apoyando su iniciativa?
Apoyo al emprendimiento	P45A ¿Recibe apoyo emocional por parte de sus familiares o contactos más cercanos que le permitan mantener y desarrollar su negocio?
	P45B ¿Cómo reaccionaron los miembros de su familia ante esta iniciativa empresarial?

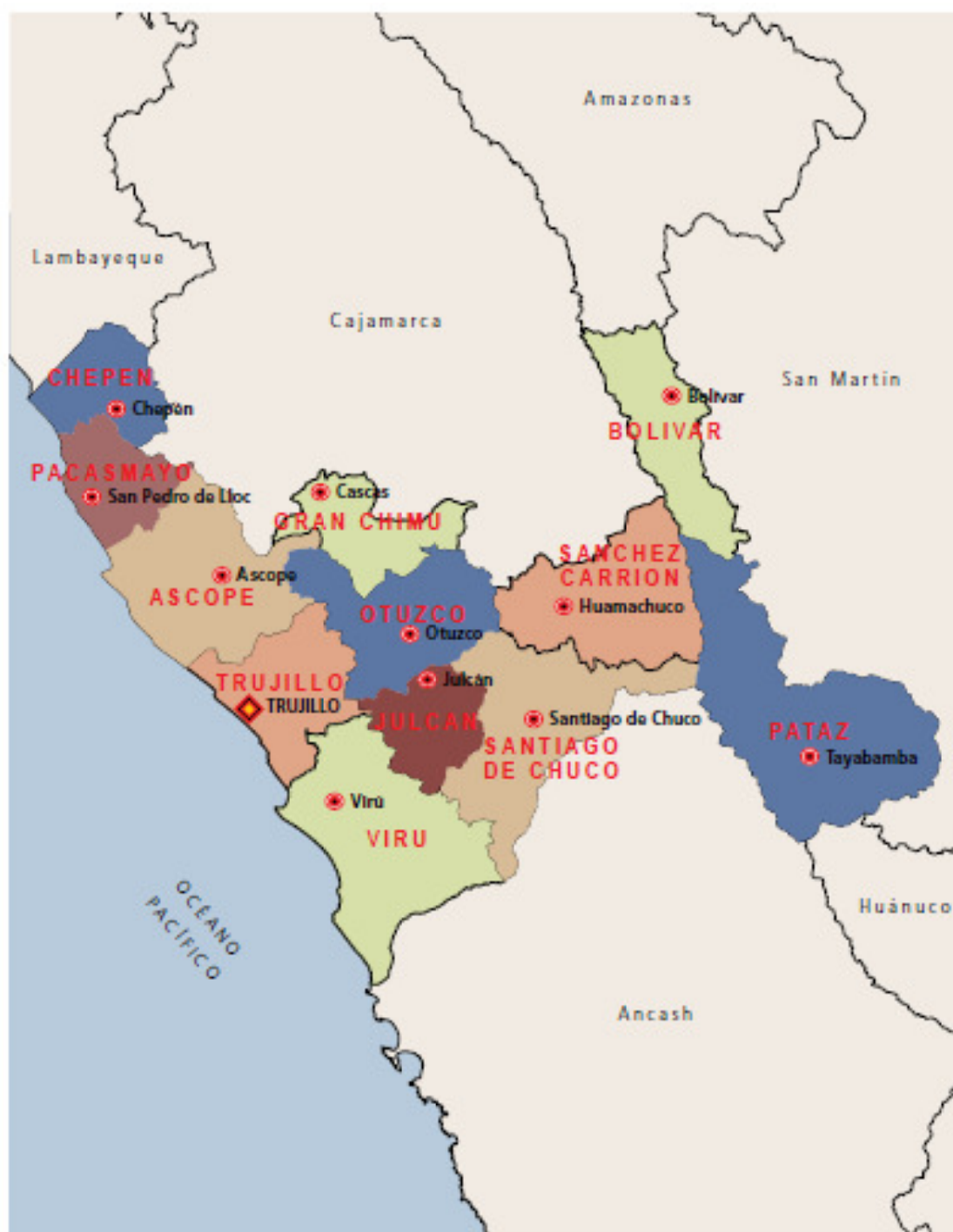
Parte VI. Preguntas de Cierre

Información Requerida	Pregunta
P46	¿Hay algún otro tema que no hemos cubierto que ha sido importante en su experiencia como mujer empresaria?
P47	¿Habría algún problema en volver a contactarla para clarificar algún tema que hemos conversado el día de hoy?
P48	¿Conoce alguna otra mujer empresaria que estaría dispuesta a participar en el estudio? (nombre, negocio)



Apéndice G

Mapa del Departamento de La Libertad



Fuente: Informe Económico y Social Región La Libertad, Banco Central de Reserva del Perú (2013)

Apéndice I

Relación del Análisis Transversal de Casos

Variables	Categorías	Objetivos de investigación
A Características demográficas	a Edad en el inicio del emprendimiento actual	1 Factores que han estimulado a las mujeres a optar por la actividad emprendedora 2 Influencia de las asociaciones vinculadas a mujeres en el emprendimiento rural 3 Barreras para el inicio de la actividad emprendedora 4 Oportunidades para el inicio de la actividad emprendedora
	b Situación familiar (estado civil) en el inicio del emprendimiento	
B Antecedentes educativos	c Nivel educativo (básico o adicional al básico)	
C Antecedentes laborales	d Relación experiencia y trabajo (experiencia laboral previa relacionada al emprendimiento actual)	
D Antecedentes familiares	e Responsabilidad económica en el hogar	
	f Apoyo de la familia (económico/emocional)	
	g Antecedentes laborales madre/padre	

Nota: ejemplo de relación transversal sobre el objetivo de la investigación (1)