

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ  
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN**



Emprendedoras unidas: El componente de una red de apoyo social para el emprendedurismo femenino

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachiller en Ciencias y Artes de la Comunicación con mención en Comunicación para el Desarrollo presentado por:

*Mayra Sofia Cataño Chuqui huaccha*

*Allyson Adriana Coa Rosas*

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachillera en Ciencias y Artes de la Comunicación con mención en Comunicación para el Desarrollo presentado por:

*Rosa Natalia Rodriguez Gomez*

*Mirian Xiomara Nuñez Vargas*

**Asesora:**

*Cecilia Maria Lourdes Benavides Castro*

**Lima, 2023**

## Informe de Similitud

Yo, Cecilia Maria Lourdes Benavides Castro, docente de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesora del trabajo de investigación titulado **Emprendedoras unidas: El componente de una red de apoyo social para el emprendedurismo femenino**, de las autoras:

Mayra Sofía Cataño Chuquiaguaccha

Allyson Adriana Coa Rosas

Rosa Natalia Rodríguez Gómez

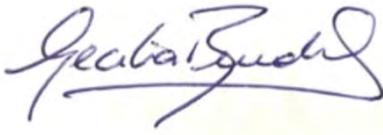
Mirian Xiomara Nuñez Vargas

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de **16%**. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el **8/8/2023**.
- He revisado con detalle dicho reporte y el trabajo de investigación, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha:

Lima, 8 de agosto del 2023

Apellidos y nombres de la asesora: Benavides Castro, Cecilia Maria Lourdes	
DNI: 44251992	Firma 
ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-2687-5019">https://orcid.org/0000-0003-2687-5019</a>	

## Resumen

La presente investigación se enfoca en las madres emprendedoras de la comunidad urbana autogestionaria de Huaycán, quienes crearon sus emprendimientos en el contexto de la pandemia por el Covid-19 en el Perú, pues esta agudizó la situación desigual de las mujeres en el mercado laboral. Así también formaron una red de apoyo para garantizar el éxito de sus emprendimientos. Sin embargo, este estudio sigue la hipótesis de que la red de apoyo actual dificulta el desarrollo de sus emprendimientos, ya que solo se limita a la recomendación de los mismos vía redes sociales. Para ello, se parte del concepto de apoyo social, el cual congrega el apoyo de información, emocional e instrumental. A partir del estudio de caso con enfoque cualitativo se aplican encuestas y entrevistas a las madres emprendedoras. El diagnóstico arroja como resultado principal que no existe una red de apoyo social, ya que las interacciones entre las madres emprendedoras son insuficientes para la conformación de la misma. No obstante, sí consideran importante tener un soporte integral durante el proceso de emprender, lo cual evidencia el deseo de formar parte de un grupo de mujeres similares a ellas. Por lo tanto, se propone realizar un proyecto orientado a sentar las bases para la creación de una red de apoyo social, que se basa en una lógica secuencial de tres pasos que corresponden a los componentes del apoyo social. El diseño del proyecto parte de la teoría del cambio y cuenta con un enfoque de comunicación basado en el edumentrening.

**Palabras clave:** Madres emprendedoras, red de apoyo social, edumentrening, emprendimiento femenino

## **Abstract**

This research focuses on entrepreneurial moms of the urban self-managed community of Huaycán, who created their enterprises in context of the Covid-19 pandemic in Peru, which exacerbated the unequal situation of women in the labor market. They also formed a support network to ensure the success of their enterprises. However, this study follows the hypothesis that the current support network hinders the development of their enterprises, since it is only limited to recommendations via social networks. To this end, we start from the concept of social, which brings together informational, emotional and instrumental support. Based on the case study with a qualitative approach, surveys and interviews were conducted with the entrepreneurial moms. The main result of the diagnosis is that there is no social support network, since the interactions between the entrepreneurial mothers are insufficient for the formation of such a network. However, they do consider it important to have comprehensive support during the process of entrepreneurship, which evidences the desire to be part of a group of women similar to themselves. Therefore, it is proposed to carry out a project aimed at laying the foundations for the creation of a social support network, which is based on a sequential logic of three steps that correspond to the components of social support. The project design is based on the theory of change and has a communication approach based on edutainment.

**Keywords:** Entrepreneurial moms, social support network, edutainment, female entrepreneurship

## Índice:

### Contenido

1. Presentación de la problemática y su justificación.....	1
2. Investigación y Diagnóstico de Comunicación .....	4
2.1. Problema de investigación .....	4
2.2. Objetivo de investigación .....	4
2.3. Variables (ejes) de investigación .....	5
2.4. Definición de la muestra o fuentes de información .....	10
2.5. Definición de la metodología y técnicas de recojo de información.....	12
3. Proceso del recojo de la información .....	13
3.1. Alcance del diagnóstico ejecutado.....	13
3.2. Muestra o fuentes de información.....	15
3.3. Técnicas aplicadas .....	16
3.4. Matriz de coherencia.....	18
4. Conclusiones del Diagnóstico .....	23
5. Problema de comunicación.....	24
6. Público objetivo del Proyecto .....	26
7. Objetivos del Proyecto.....	28
8. Estrategias de Comunicación y Actividades.....	31
9. Ejecución de Actividades.....	37
10. Actividades ejecutadas .....	47

11.	Sostenibilidad.....	57
12.	Lecciones aprendidas .....	60
13.	Referencias bibliográficas .....	63
14.	Anexos.....	72



## **1. Presentación de la problemática y su justificación**

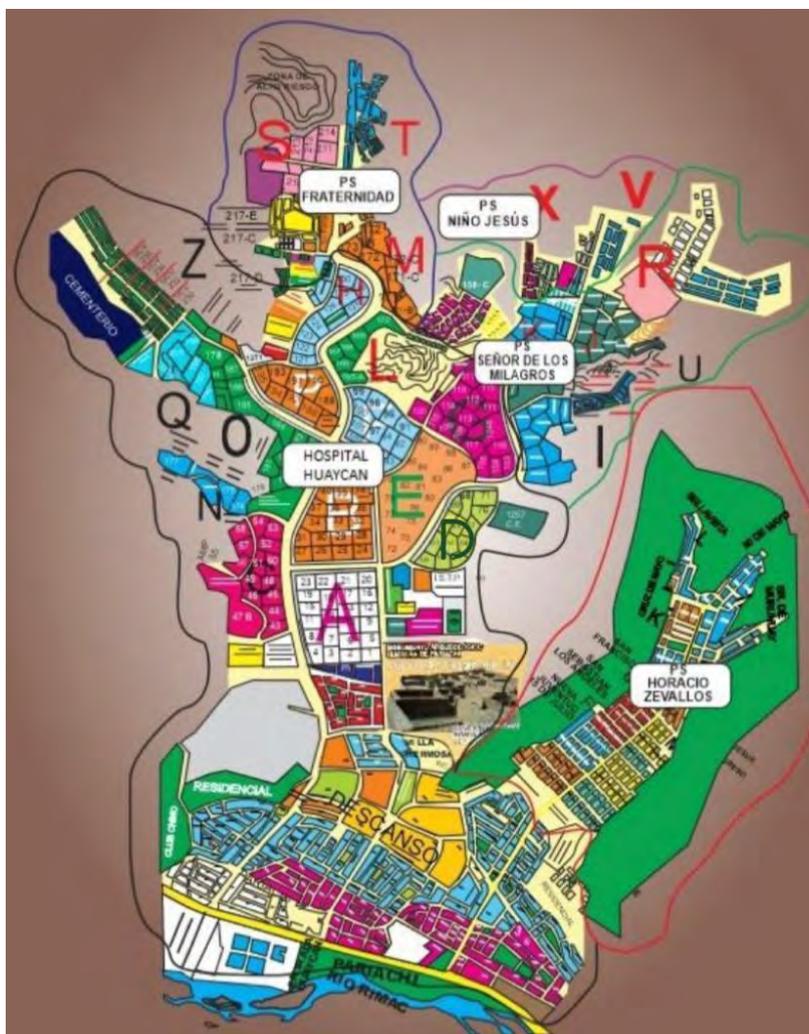
Durante la pandemia, el panorama laboral en el Perú fue devastador. El nivel de ingreso laboral, un año después de haber iniciado el estado de emergencia, mostraba las mismas cifras que se tenían nueve años atrás (Gamero & Pérez, 2020), evidenciando un gran retroceso en la economía. Asimismo, incrementó la cantidad de personas desempleadas y la población con empleo se redujo a solo 6,7 millones de personas (Gamero & Pérez, 2020). Con ello, también aumentó el empleo informal que siempre había constituido una parte importante de la fuerza laboral, debido a la marcada heterogeneidad y escasa diversificación productiva en el país, informalidad que vino acompañada del autoempleo y del deterioro de la calidad del empleo (Gamero & Pérez, 2020). Esta informalidad está conformada tanto por las grandes como las micro y pequeñas empresas (MYPES), siendo las últimas las que presentan mayores obstáculos para formalizarse, lo que se traduce en que 9 de cada 10 MYPES en el Perú son informales (RPP Noticias, 2022).

En este escenario, se observa una situación desigual en cuanto al acceso a oportunidades y recursos para las mujeres. Un estudio elaborado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), señala que la desigualdad entre hombres y mujeres en el mercado laboral se evidencia en el hecho de que las mujeres ganan menos que los varones: las mujeres perciben el equivalente al 72,6% del ingreso laboral que registran los varones (2022). Aunque, en los últimos años, se observa una mayor participación femenina en el ámbito laboral, esta no se traduce en una igualdad de oportunidades, sino que las mujeres se ubican precisamente en sectores de baja productividad que se caracterizan por ser precarios, inestables y mal remunerados (INEI, 2022). Además, el mismo estudio, afirma que gran parte de ellas se dedican a los quehaceres domésticos a los cuales no se les considera trabajo y que, por lo tanto, no son remunerados. De hecho, “el 36,9% de las mujeres ocupadas son asalariadas, mientras los

hombres en esta condición son el 51,8%” (INEI, 2022). En la misma línea, la gran parte de mujeres peruanas trabajadoras se desenvuelven en el ámbito informal, llegando a ser el 78% de ellas para el 2021 (INEI, 2022).

Por otra parte, Huaycán es una localidad ubicada en el distrito de Ate - Lima, a la altura del km 16,5 de la carretera central (La República, 2023). Cuenta con 160.000 habitantes, según el censo realizado en el 2017. Su nombre oficial es “Comunidad urbana autogestionaria de Huaycán”, debido a que su forma de organización socioeconómica se basa en la organización social y la autogestión que tiene como base a las Unidades Comunales de Vivienda (UCV), las cuales son denominadas por letras y son representadas por un presidente y un secretario zonal, quienes se encargan de coordinar con la dirigencia central de la comunidad (Salvador, 2021). La población es mayoritariamente pobre llegando a representar el 60.7% de la comunidad, mientras que el 17% es considerado como extremadamente pobre, lo que se refleja en las altas tasas de desempleo y desocupación (INEI, 2018). Las actividades económicas del lugar están centradas en el comercio y resaltan negocios como restaurantes, boticas, panaderías, mercados, transporte, policlínicos y la población labora principalmente como obreros, empleadas del hogar, artesanas y ambulantes (Salvador, 2021). Además, cerca de la Plaza de Armas de Huaycán se sitúa un local dedicado a “brindar actividades culturales como talleres de arte, baile, canto, etc”, administrado por el Consejo Ejecutivo Central (Salvador, 2021).

## MAPA DE HUAYCÁN



Fuente: Hospital de Huaycán (2020)

En ese marco, el presente trabajo de investigación se desarrolla con las madres emprendedoras de la comunidad de Huaycán que cuentan con escasos recursos económicos, pero quieren crear o mejorar su propio negocio o emprendimiento. Además, son mujeres que participaron en el proyecto Mujeres Emprendedoras que apunta a mejorar la calidad de vida de las mujeres en Huaycán a través de la educación financiera y apuesta por generar mayor autonomía financiera considerando todas las brechas y dificultades que las mujeres atraviesan, debido a las desigualdades de género (The Light and Leadership Initiative, s/f). Este proyecto forma parte del Programa de Mujeres desarrollado por la organización “Light and Leadership Initiative” (LLI) que tiene el compromiso de aportar al desarrollo de Huaycán, una comunidad a 15 km al

este del centro de Lima que pertenece al distrito de Ate (The Light and Leadership Initiative, s/f). De acuerdo con el último censo realizado en el Perú, la comunidad Huaycán registra una población aproximada de 160 mil habitantes, mientras que Ate se posiciona como el tercer distrito que concentra mayor número de habitantes con 702.815 (INEI, 2022).

La principal problemática de desarrollo identificada es que el estancamiento de los emprendimientos creados por las madres emprendedoras de la comunidad autogestionaria de Huaycán limita su libertad económica y obstaculiza el desarrollo de su comunidad. Para ello, se necesita una cooperación social que fomente el ecosistema emprendedor, es decir, el funcionamiento adecuado de un conjunto de elementos que facilitan el accionar de los emprendedores con miras a su progreso y mayor adquisición económica (Guzmán, 2019). En ese sentido, la problemática de comunicación identificada es que la percepción de apoyo limitada a las prácticas de recomendación de emprendimientos entre madres emprendedoras obstaculiza la formación de una red de apoyo social basada en contención y cooperación.

## **2. Investigación y Diagnóstico de Comunicación**

### **2.1. Problema de investigación**

La red de apoyo social actual de las madres emprendedoras participantes del proyecto “Mujeres Emprendedoras” de la edición 2022 de la comunidad de Huaycán obstaculiza el desarrollo de sus emprendimientos, lo que a su vez limita su independencia económica. Esto implica que, si bien las madres emprendedoras habitan en la misma zona y comparten el deseo de desarrollar un emprendimiento, no se ha dado lugar a una red de apoyo en la que puedan ayudarse mutuamente.

### **2.2. Objetivo de investigación**

Con respecto al objetivo de investigación, se planteó analizar los factores por los que la red de apoyo social actual de las madres emprendedoras participantes del proyecto “Mujeres Emprendedoras” de la edición 2022 de la comunidad de Huaycán obstaculiza el desarrollo de

sus emprendimientos. Ello teniendo como premisa que las redes de apoyo en el ámbito de los emprendimientos deberían fomentar la colaboración y unión de esfuerzos para alcanzar niveles de competitividad mayores. Con relación a los objetivos específicos se plantearon los siguientes:

- Demostrar que las competencias en educación financiera hacen que la red de apoyo social de las mujeres emprendedoras participantes del proyecto Mujeres Emprendedoras del 2022 de la comunidad de Huaycán son insuficientes para contribuir al éxito de sus emprendimientos.
- Determinar que la solvencia económica no es suficiente porque limita la participación en la red de apoyo social de las mujeres emprendedoras participantes del proyecto Mujeres Emprendedoras del 2022 de la comunidad de Huaycán.
- Demostrar que la red de apoyo social presenta un modelo de comunicación difusionista, lo que limita la participación activa de las madres emprendedoras participantes del proyecto Mujeres Emprendedoras del 2022 de la comunidad de Huaycán.

### 2.3. Variables (ejes) de investigación

Matriz de variables	
Objetivos específicos	Variables
Obj 1. Demostrar que las competencias en educación financiera hacen que la red de apoyo social de las mujeres emprendedoras participantes del proyecto Mujeres Emprendedoras del 2022 de la comunidad de Huaycán son insuficientes para contribuir al éxito de sus emprendimientos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Red de apoyo</li> <li>- Apoyo social</li> <li>- Mujeres emprendedoras</li> <li>- Comunidad de Huaycán</li> <li>- Emprendimientos exitosos</li> <li>- Competencias en educación financieras</li> </ul>

<p>Obj 2. Determinar que la solvencia económica no es suficiente porque limita la participación en la red de apoyo social de las mujeres emprendedoras participantes del proyecto Mujeres Emprendedoras del 2022 de la comunidad de Huaycán.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Red de apoyo</li> <li>- Apoyo social</li> <li>- Mujeres emprendedoras</li> <li>- Comunidad de Huaycán</li> <li>- Emprendimientos exitosos</li> <li>- Solvencia económica</li> <li>- Participación</li> </ul>
<p>Obj 3. Demostrar que la red de apoyo social presenta un modelo de comunicación difusionista, lo que limita la participación activa de las madres emprendedoras participantes del proyecto Mujeres Emprendedoras del 2022 de la comunidad de Huaycán.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Red de apoyo</li> <li>- Apoyo social</li> <li>- Mujeres emprendedoras</li> <li>- Comunidad de Huaycán</li> <li>- Emprendimientos exitosos</li> <li>- Modelo de comunicación difusionista</li> </ul>

Es así que se han desarrollado nueve variables a analizar. Las primeras cinco variables se engloban en los tres objetivos específicos: red de apoyo, apoyo social, mujeres emprendedoras, comunidad de Huaycán y emprendimientos exitosos. Con respecto a las siguientes variables, pertenecen a cada objetivo en particular. Sobre el primer objetivo, se ha identificado la variable: competencias en la educación financiera. En relación al segundo objetivo, se identificaron las

variables: solvencia económica y participación. Respecto al tercer objetivo, se ha identificado la variable: modelo de comunicación difusionista.

En primer lugar, la red de apoyo se comprende por el conjunto de relaciones que posee una persona con su entorno social, en la cual se cimientan vínculos solidarios y de comunicación para resolver necesidades específicas (CPP et al., 2023). En estas redes se percibe el intercambio como las interconexiones de las personas, cuya extensión puede ser de orden material, físico, emocional u otros, de acuerdo a las necesidades de los integrantes y a la participación activa en fortalecer experiencias colectivas (Gracia, 2011). Asimismo, estas redes de apoyo están en constante movimiento y se integra de personas “que comparten intereses, principios ciudadanos y que asumen principios de reciprocidad, no violencia y acción voluntaria” (CPP et al., 2023, p. 85).

En segundo lugar, el apoyo social lo define Lin (1986) como “el conjunto de provisiones expresivas o instrumentales, percibida o recibida, proporcionadas por la comunidad, las redes sociales y las relaciones íntimas y de confianza, y que pueden producirse en situaciones tanto cotidianas como de crisis a lo largo del ciclo vital” (como se citó en Gracia, 2011, p. 8).

Con ello, se manifiesta como la transacción interpersonal de tres aspectos: el apoyo emocional que refiere al área afectiva donde se expresan las emociones, sentimientos y se genera confianza e intimidad; el apoyo de información expresa la ayuda cognitiva hacia un determinado problema, por ello se valora la compañía y el consejo; y, el apoyo instrumental que se define como la ayuda material o tangible, es decir, a un apoyo práctico y concreto que genera bienestar (Gracia et al., 2002, como se citó en Gracia, 2011). De esa manera, el apoyo social en el ámbito comunitario exhibe relaciones que derivan de un sentimiento de pertinencia y de integración, por lo que presenta una amplia implicancia para el bienestar individual y social (Gracia & Herrero, 2006).

En tercer lugar, la variable mujeres emprendedoras toma acción en el ámbito laboral y

financiero en consecuencia de la creciente incorporación de las mujeres en la tasa de emprendimientos; no obstante, muchas mujeres emprendedoras de Lima desarrollan su emprendimiento por necesidad. Es decir, que son aquellos que nacen a partir de situaciones de desempleo o de insatisfacción del empleo actual (León, 2018). Debido a ello, las mujeres emprendedoras se basan en un espíritu empresarial, pero por su condición menos favorable poseen menos tiempo, capital, conocimientos y recursos para desarrollar su negocio (Almanza & Del Alcazar, 2020).

En cuarto lugar, la variable comunidad de Huaycán es percibida por su historia. También conocida como “La Comunidad Urbana Autogestionaria Huaycán” nace de las invasiones de terrenos que se ubicaban en la periferia de la ciudad de Lima hace 20 años atrás. De ese modo, mediante la canalización de grupos organizados en conjunto con familias de bajos ingresos con limitación para acceder a viviendas del mercado inmobiliario formal, deciden ‘invadir’ un espacio para vivir. Con ello, ocuparon estos terrenos asumiendo el rol de actores y gestores de sus iniciativas. Además, lograron relacionarse con el gobierno municipal para la gestión y gobierno de su propia comunidad (PNUD, 2005). Actualmente, la comunidad presenta enormes problemas económicos, sociales, de salud y urbanos, entre ellos se destacan los problemas políticos, debido a la ineficacia y a la mala orientación de la política por parte del gobierno local (Carranza, 2021).

En quinto lugar, la variable de emprendimientos exitosos se manifiesta mediante tres factores: los factores internos que se relacionan con las características del negocio; factores del emprendedor, referido a habilidades y rasgos; y, factores de entorno, los cuales se relacionan con el ecosistema en el que el emprendimiento interactúa (Gutiérrez, Sepúlveda & González, 2018).

En relación al primer objetivo, la variable competencias en educación financiera se entiende bajo tres aspectos claves: 1) conocimientos suficientes y adecuados en el ámbito financiero; 2)

las habilidades que facilitan el uso de los conocimientos en situaciones específicas y para resolver problemas; y, 3) los aspectos éticos y necesarios para ejercer las finanzas personales con responsabilidad (Villada, López & Muñoz, 2017, p. 15). Con ello, se defiende la enseñanza y el aprendizaje en torno a las habilidades generales o blandas y específicas de manera que permita enfrentar diversos escenarios con suficiente destreza. Por lo tanto, se comprende que los conocimientos financieros y las habilidades blandas te conducen a la toma de decisiones necesarias en el ámbito financiero (Avendaño, Rueda & Velasco, 2021).

Con respecto al segundo objetivo específico, la primera variable solvencia económica se define como la capacidad de una persona o empresa para responder obligaciones financieras adquiridas como las deudas que contrae. Además, es esencial para el éxito financiero, ya que se presenta como el respaldo en el cual los bancos evalúan para brindar financiamientos al sujeto económico de manera que atienda sus necesidades hacia mejores condiciones (BBVA, 2023). De ese modo, si no se percibe una buena solvencia económica en una empresa es posible que sufra de conflictos laborales, falta de competitividad, impago a proveedores e insolvencia (Conexión ESAN, 2020).

En el mismo objetivo, la segunda variable es participación que significa “tomar parte de algo con otros, repartir o entrar activamente en la distribución” (Robirosa et al., 1990, p.18). En ese sentido, la participación integra tres aspectos: “a) *formar parte*, en el sentido de pertenecer, ser integrante; b) *tener parte* en el desempeño de las acciones determinadas; c) *tomar parte*, entendida como influir a partir de la acción” (Robirosa et al., 1990, p. 19). Respectivamente este concepto hace referencia a la pertenencia, la cooperación y la pertinencia (Barrientos, 2005).

También, se exhiben cinco niveles de participación: Información, donde el acceso se da sobre decisiones que afectan a las personas; Consulta, donde se expresan sobre un determinado asunto; Decisión, donde existe la capacidad de participar activamente en la decisión escogida

en función a sus intereses; Control, donde los interesados ejecutan las decisiones tomadas mediante el abastecimiento de instrumentos; y, Gestión; donde “los miembros poseen las competencias y los recursos para el manejo autónomo de ciertas esferas de la vida colectiva” (Montero, 1993, como se citó en Sousa et al., 2012).

En relación al tercer objetivo, la variable modelo de comunicación difusionista hace referencia a los modelos de información en el paradigma de la modernización, en el cual se incorporan “mecanismo de persuasión y estrategias de transferencia de información y difusión de innovaciones tecnológicas” con enfoque vertical (Gumucio, 2011, p.28). El objetivo principal es la modificación de conducta desde una perspectiva que ignora las necesidades específicas y el contexto de las comunidades en las que se pretende intervenir. “Se partía de la idea de que el modelo vertical del difusionismo, lejos de generar las condiciones para el desarrollo, profundiza las condiciones de la dependencia (Larsen, 2019, p.165). De esa manera, se cuestiona este modelo y se comienza a elaborar un modelo alternativo, el paradigma participativo de la comunicación para el desarrollo. En este, el proceso de comunicación se basa en el intercambio a través del diálogo y el reconocimiento mutuo, ya que “los sujetos son participantes activos y conscientes de la construcción de su propio devenir” (Larsen, 2019).

En tal sentido, se presenta un modelo horizontal basado en el diálogo y la participación. Asimismo, este paradigma introduce la idea de la Comunicación para el Cambio Social, cuya definición se encapsula en el “proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos” (Como se citó en Communication for Social Change Consortium, 2003). Por ende, por un lado, la difusión del mensaje es estandarizada y universal, ya que el público es homogéneo e inerte; por otro lado, es necesario un modelo dialógico, donde se respeta la cultura, los valores y las tradiciones de cada receptor (Larsen, 2019).

#### **2.4. Definición de la muestra o fuentes de información**

Previo al proceso de diagnóstico, se realizó una investigación exploratoria respecto a la historia comunitaria de la comunidad autogestionaria de Huaycán a través de la revisión de distintos estudios realizados por especialistas que buscan exponer el proceso de formación y asentamiento de la misma. En esa línea, se desarrolló un proceso de inmersión mediante la recepción y lectura de documentación respecto a diagnóstico, mapeo de actores, objetivos y actividades, y el registro de los emprendimientos creados por las participantes con sus respectivos contactos. Además, se revisó la justificación del proyecto, la metodología empleada y el cronograma de temas impartidos. Cabe precisar que esta información fue facilitada por la organización LLI.

Luego de esta fase exploratoria con lo que respecta al proyecto elegido, se realizó una visita de inmersión a Huaycán para un primer acercamiento con las mujeres ex participantes del mismo. Dentro de esta se logró observar la apertura y receptividad que había de parte de algunas de ellas. En ese sentido, se decidió que las fuentes de información escogidas para el presente trabajo serían las mujeres ex beneficiarias del proyecto Mujeres Emprendedoras edición 2022. De esta manera, luego de la primera visita, se identificaron algunas de las limitaciones que representaban nuestras fuentes de información. Una de ellas, se concreta en el tiempo de las madres para realizar las entrevistas, teniendo en cuenta las múltiples tareas que se nos describieron como dentro de su rutina y la cantidad de hijos a su cargo. Adicionalmente se pudo constatar que un relevante grupo de estas mujeres se encuentra bajo la condición de migrante de otras provincias del país. Por lo cual, dependiendo de su situación económica u otro contexto, existe la posibilidad latente de que algunas retornen por temporadas con sus familias a otros departamentos.

Para este caso el universo está conformado por todas las mujeres que podrían en un futuro ser beneficiarias del proyecto Mujeres Emprendedoras de LLI, es decir, las 29,058 (Municipalidad distrital de Ate, 2021) mujeres que residen en Huaycán. Partiendo de este universo, se define

la muestra aplicando como criterio de inclusión aquellas mujeres ex participantes de la edición 2022 del programa Mujeres Emprendedoras que hayan recibido el certificado de culminación exitosa de los talleres. Además de haber culminado los talleres participando de la actividad final del mismo con la creación, planeamiento y desarrollo de un emprendimiento. Al mismo tiempo, el criterio de exclusión de la muestra fueron aquellas ex participantes que se encuentren en un rango de edad mayor a 40 años. Esta decisión se dio tomando en cuenta la notoria diferencia entre experiencias y rutinas diarias, mayormente debido a las personas que estas mujeres tienen a su cuidado. Que en la mayoría de casos, se extiende más allá de los propios hijos hacia los familiares de segunda generación. Como hermanos mayores o padres. Como resultado se obtuvieron 15 mujeres.

### **2.5. Definición de la metodología y técnicas de recojo de información**

Para la presente investigación, se elige realizar un estudio de caso, ya que se busca comprender un fenómeno enmarcado en un contexto específico (Yin, 1994, como se citó en Yacuzzi, 2005). En ese sentido, el entorno y las características de las mujeres emprendedoras del proyecto serán cruciales para comprender de qué forma se desarrolla y funciona la red de apoyo social de la que forman parte. Se opta por emplear una metodología cualitativa, pues se profundizará en el problema de investigación a partir de la perspectiva de las personas que lo experimentan (Hernández et al., 2014). En esa línea, el estudio se enfocará en las percepciones, creencias y significados que las madres emprendedoras tienen sobre la red de apoyo social.

Cabe precisar que la investigación será de tipo empírica y transversal, debido a que la información será recogida mediante labor de campo en un determinado periodo de tiempo (Núñez et al., 2017). En cuanto a las técnicas de recojo de información, se plantea realizar entrevistas a profundidad semiestructuradas, ya que si bien se cuenta con una guía de preguntas el entrevistador cuenta con la posibilidad de realizar nuevas preguntas de acuerdo a la dinámica de la entrevista (Hernández et al., 2014). Esto facilitará ahondar en ciertos asuntos que ya se

tenían previstos, como también los nuevos que surjan.

La entrevista tiene un carácter anecdótico y dinámico (Hernández et al., 2014), por lo que facilita crear lazos de confianza y obtener puntos de vista que no suelen ser comentados abiertamente, debido a su complejidad. En vista de la dificultad que representa el contactar a 15 madres emprendedoras —quienes cuentan con poco tiempo libre—, se plantea realizar entrevistas bajo el criterio de conveniencia. Esto significa aplicar la técnica solo a aquellas personas disponibles a las que el investigador tiene acceso (Battaglia, 2008, como se citó en Hernández et al., 2014).

En concordancia con ello, se aplicarán las entrevistas a las madres emprendedoras que respondan positivamente al contacto de las investigadoras del presente proyecto y que cuenten con el tiempo requerido para ello. Cabe mencionar que las entrevistas serán presenciales y tomarán lugar en el local del LLI. Con esta técnica se recogerá información sobre la experiencia de las mujeres en el proyecto, las fortalezas y oportunidades de mejora que identificaron, el status y la dinámica de la red de apoyo social que mantienen con el resto de participantes.

Después de ello, se propone aplicar una encuesta a las mujeres emprendedoras sobre sus conocimientos para emprender, percepciones sobre el apoyo entre ellas, y sus hábitos de uso y consumo de la información. Se eligió la técnica de la encuesta, ya que permite validar información específica sobre diversas variables del problema de investigación (Hernández et al., 2014). Cabe resaltar que la encuesta será enviada por Google Forms y contará con preguntas abiertas y cerradas dependiendo de la suficiencia de información recogida por cada variable en las entrevistas. De esa forma, la encuesta complementa la recolección de data de las entrevistas, lo que permite obtener un panorama más amplio sobre el punto de vista de la muestra de investigación.

### **3. Proceso del recojo de la información**

#### **3.1. Alcance del diagnóstico ejecutado**

Para realizar el diagnóstico, se planeó utilizar entrevistas, para la primera etapa, y encuestas, para la segunda. El proceso de entrevistas duró una semana y contó con la participación de 4 madres emprendedoras que formaron parte de la última edición del programa Mujeres Emprendedoras de la organización LLI. Las entrevistas se realizaron de manera presencial y virtual, dependiendo de la preferencia de las entrevistadas llegando a ser dos entrevistas de forma virtual, a través de la plataforma zoom, una entrevista telefónica y una presencial. En ese momento, se presentaron algunas limitaciones, debido a que las entrevistas se planificaron para la semana del 3 al 9 de abril del 2023 y los días coincidían con los feriados y actividades familiares de semana santa, por lo que algunas de las madres emprendedoras contactadas se encontraban ocupadas y modificaron las fechas a último momento. Al culminar con estas entrevistas, se recopiló la información que prioriza las prácticas, percepciones, dificultades y aprendizajes en el proceso de emprendimiento de cada una.

Una vez culminadas las entrevistas, se realizaron las encuestas, las cuales estaban centradas en el uso de medios, y formas de apoyo e integración. Se hizo uso de la plataforma "Google Forms" debido a que las participantes ya estaban familiarizadas con su uso. Posteriormente, se difundió a través del grupo de Whatsapp que la organización creó para la comunicación con sus participantes, llegando a ser completada por la totalidad de mujeres en dos días.

En este proceso, se presentaron ciertos imprevistos al recibir las respuestas, ya que se había programado que las encuestas serían respondidas en veinticuatro horas; sin embargo, al tratar de difundir la encuesta, la organización solicitó revisar cualquier documento antes de ser difundido, lo que demoró veinticuatro horas y, una vez revisado, las encuestadas demoraron aproximadamente cuarenta y ocho horas en responder. Cabe mencionar que las encuestas se realizaron en dos etapas debido a su larga extensión, para promover la respuesta de todas las integrantes que usualmente solo cuentan con rangos ininterrumpidos de diez a quince minutos libres.

### 3.2. Muestra o fuentes de información

De aquella muestra planeada para el recojo de información, donde se esperaba tener a quince mujeres emprendedoras, se logró entrevistar a profundidad a sólo cinco de ellas.

Esto se debió a que durante el contacto planeado, primero por mensaje de WhatsApp y luego por contacto telefónico, la comunicación fue complicada con algunas de ellas. Por otro lado, es que durante las entrevistas se consiguió una postura positiva para dialogar con confianza sobre su vida personal y sus acciones luego de haber culminado el proyecto. De ese modo, dentro de estas se encontró un patrón en sus respuestas respecto a sus procesos de emprendimiento, las dificultades identificadas en estos y su experiencia dentro del proyecto Mujeres Emprendedoras de LLI. En otras palabras, se encontró saturación, por lo que no se consideró necesario entrevistar a las otras 11, además de economizar el tiempo para fines metodológicos enmarcados en el cronograma del curso.

Esta disposición activa especificó que las mujeres están bajo la condición de madres de familia por dos principales razones. La primera es por haber sido quienes, según los registros de asistencia y docentes a cargo de los talleres, poseían un mayor empeño en continuar con el programa hasta el final. La segunda es porque se constató que existe una dinámica de interés relacionada a la dualidad de roles, en donde persiste la noción de emprender; así como también, la del cuidado de los hijos, pues su principal prioridad es ser un ejemplo a seguir para ellos. Es decir, garantizarles tiempo, dedicación y espacios seguros para su crecimiento debido a que son niños de la primera infancia.

Cabe resaltar que son madres jóvenes entre 30 a 40 años y buscan emprender porque desean ser independientes financieramente, lo que significa para ellas, tener flexibilidad de tiempo para dedicarse a su rol de madre y porque desean aportar económicamente en la canasta familiar. Del mismo modo, son personas migrantes de la Sierra. Las cuales presentan un interés significativo en continuar aprendiendo sobre sus emprendimientos y la forma de emprender.

De esa manera, se produjo que la muestra se modifique a cinco jóvenes madres emprendedoras de Huaycán con un interés significativo en continuar su emprendimiento, pero con tiempo limitado para desarrollarlo íntegramente; además, son ex beneficiarias del proyecto Mujeres emprendedoras edición 2022 de la organización LLI.

### **3.3. Técnicas aplicadas**

Durante el recojo de información, surgieron modificaciones necesarias en las técnicas aplicadas, debido a escenarios no previstos y con la finalidad de establecer un acercamiento que coloque como protagonistas a nuestras fuentes de información.

En un principio se tenía planeado realizar entrevistas en modalidad presencial, sin embargo, 2 de estas fueron en modalidad virtual mediante la plataforma Zoom, y otra mediante vía telefónica. Esto respondiendo a la disponibilidad de instrumentos tecnológicos como laptop y el acceso a internet. En ambas modalidades de entrevista, la apertura recibida por parte de las madres generó el surgimiento de nuevos temas de conversación que no estaban mapeados, por no ser de relevancia para la investigación, pero que requerían nuestra atención en el sentido de representar una escucha activa perceptible por las entrevistadas.

Por otro lado, al inicio de la investigación, se planteó una encuesta como parte de las técnicas aplicadas para el recojo de información puntual y que suponga un posible deseo de anonimato para la veracidad de las respuestas. Sin embargo, una vez inmersas en el proceso de las entrevistas, se pudo identificar que las beneficiarias, en línea con su condición de madre, contaban con limitados periodos continuados de tiempo. Es decir, a pesar de contar aproximadamente entre una a dos horas al día, estas no se daban de manera corrida sino en rangos de 10 a 15 minutos en los que suscitaban interrupciones por atención a sus hijos, quienes se encuentran en edades de cuidado y atención constante. En ese sentido, las encuestas enviadas serían respondidas no en un solo ingreso, sino probablemente de forma interrumpida. Lo cual

significaba una posible pérdida de sus respuestas por el cierre de la aplicación, que podría traducirse en un aumento de tiempo dedicado a las mismas o reducción de motivación por terminarlas. Frente a esto, se decidió dividir la encuesta para disminuir el tiempo de término de cada una, teniendo como resultado dos encuestas que continuaron recolectando la información necesaria. Es decir, tuvimos 9 encuestadas, las cuales respondieron 2 encuestas cada una.

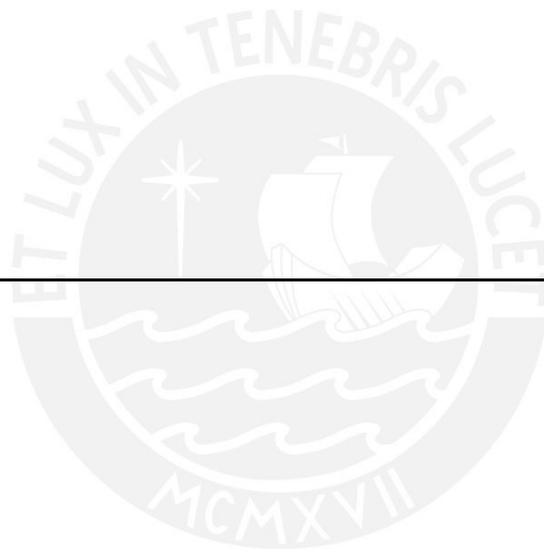
Es preciso resaltar que la totalidad de las modificaciones realizadas obtuvieron una satisfactoria respuesta, debido a la ampliación de opciones que les permitió a las madres emprendedoras una experiencia más adaptable a su rutina diaria. Y al mismo tiempo fomentó una recolección de información mayor por la reducción de un posible agotamiento, traducido en desinterés.



### 3.4. Matriz de coherencia

Variables	Fuentes de información	Técnicas	Preguntas principales
Red de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista a las madres emprendedoras</li> <li>● Encuesta a las madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué entiendes por “red de apoyo”?</li> <li>- ¿De qué manera apoyas a las otras madres emprendedoras del proyecto?</li> <li>- ¿Con qué frecuencia se reúnen con las otras madres emprendedoras?</li> </ul>
Apoyo social	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista a las madres emprendedoras</li> <li>● Encuesta a las madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Crees que las madres emprendedoras deben apoyarse entre sí? ¿Por qué?</li> <li>- ¿Cómo crees que debería darse un apoyo óptimo entre madres emprendedoras?</li> <li>- ¿De qué manera apoyas a las otras madres emprendedoras del proyecto?</li> </ul>

<p>Madres emprendedoras</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista a las madres emprendedoras</li> <li>● Encuesta a las madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué factores te motivaron a emprender?</li> <li>- ¿Cómo combinas el rol de madre con ser emprendedoras? ¿Cuentas con apoyo para lograrlo?</li> <li>- ¿Qué medios de comunicación usas más para informarte?</li> <li>- ¿Qué redes sociales usas para comunicarte con tu familia, amistades y clientes?</li> </ul>
-----------------------------	--	--	--



<p>Emprendimientos exitosos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta a las madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿En qué situación actual se encuentra tu emprendimiento?</li> <li>- ¿Con qué redes sociales cuenta tu emprendimiento?</li> <li>- ¿Cómo realizas las ventas de tu emprendimiento?</li> <li>- ¿Qué requieres para poder llevar tu emprendimiento a un siguiente nivel?</li> </ul>
<p>Competencias en educación financiera</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta a las madres emprendedoras</li> <li>• Entrevista a las madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Consideras que has aplicado lo aprendido en el proyecto en tu emprendimiento? ¿Qué resultados obtuviste?</li> <li>- ¿Has complementado el aprendizaje que obtuviste en el proyecto con otros cursos o talleres? ¿Sobre qué temas?</li> </ul>

Participación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista a las madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Mantienes el contacto con las otras madres emprendedoras del proyecto?</li> <li>- ¿Consideras haber entablado relaciones de confianza con otras madres emprendedoras del proyecto? ¿Por qué?</li> <li>- ¿Qué actividades grupales realizas con otras madres emprendedoras del proyecto?</li> </ul>
Solvencia económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista a las madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Te consideras un soporte económico para tu familia? ¿Por qué?</li> <li>- ¿A qué te dedicas en el campo laboral?</li> <li>- ¿Cuáles son tus fuentes de ingreso?</li> <li>- ¿Cuáles son las condiciones de tu vivienda?</li> </ul>

<p>Modelo difusionista de comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista a las madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿De qué manera te comunicas e interactúas con las otras madres emprendedoras del proyecto?</li> <li>- ¿Consideras haberte integrado con las otras madres emprendedoras del proyecto? ¿Por qué?</li> <li>- ¿Mantuviste el contacto con las madres emprendedoras del proyecto? ¿Por qué?</li> </ul>
<p>Comunidad de Huaycán</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Madres emprendedoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista a las madres emprendedoras</li> <li>● Entrevista a las responsables del proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿En qué zona de Huaycán vives?</li> <li>- ¿Cómo describirías a la comunidad de Huaycán?</li> <li>- ¿Qué dificultades observaste en la comunidad de Huaycán?</li> <li>- ¿Cuáles son los principales espacios en los que la comunidad de Huaycán se interrelaciona?</li> </ul>

#### 4. Conclusiones del Diagnóstico

Respecto a la primera variable red de apoyo, se puede concluir que no existe actualmente una red de apoyo debido a que las interacciones encontradas entre las madres emprendedoras son insuficientes para la conformación de una. Sin embargo, las madres emprendedoras consideran que es importante el acompañamiento en el momento de emprender, lo que se evidencia en su deseo de pertenecer a un grupo de mujeres similares a ellas.

Siguiendo con su percepción respecto al apoyo social con el que cuentan las madres emprendedoras de Huaycán, el proyecto Mujeres emprendedoras es considerado como una “gran ayuda”, en palabras de las mismas beneficiarias. Sin embargo, las entrevistadas no logran denominar otras prácticas de apoyo social y expresan el desconocimiento del término debido al término “social”. Lo cual expone una percepción limitada. Sin embargo, las madres emprendedoras consideran que se apoyan entre sí comprando los productos de otra, dando like a las publicaciones y compartiendo los emprendimientos por sus redes sociales

En torno a las conclusiones respecto a las madres emprendedoras, se identifica un perfil basado en confianza, autodeterminación y deseo de superación como los tres componentes que comparten y se expresan a través de sus objetivos, dolores y rutinas. Así como el entendimiento de su contexto e historia. Tal como lo demuestran los hallazgos, no cuentan con educación superior y valoran mucho proyectos que les brinden herramientas para su superación en su labor emprendedora. Por lo cual concluimos un ánimo movilizador en ellas que las vuelve receptivas de intervenciones. Al mismo tiempo se identifica un autoconocimiento al ser capaces de reconocer el doble rol que tienen como agotador pero necesario frente a su deseo de salir adelante. En esa línea, respecto a solvencia económica, las madres emprendedoras entienden independencia económica como el no trabajar para una empresa con horarios fijos.

Por otro lado, respecto de la situación de sus emprendimientos, se concluye que se mantiene el carácter emprendedor luego de haber culminado el proyecto Mujeres emprendedoras. Sin

embargo, la mayoría de las madres atribuye la detención de sus emprendimientos a “no saber cuál era el siguiente paso” y la falta de financiamiento. Cabe resaltar que todas las madres emprendedoras finalizaron el proyecto Mujeres Emprendedoras con un emprendimiento planteado.

Al mismo tiempo, sobre la labor realizada por la organización, se puede concluir que sus competencias en educación financiera han sido potenciadas por el proyecto de la organización LLI. Cumpliendo sus expectativas, obteniendo una valoración positiva por parte de las madres emprendedoras que afirman sentirse capaces de emprender por los conocimientos obtenidos.

Continuando con la variable del modelo difusionista de comunicación, la organización mantiene canales de comunicación vertical y difusionista como grupos de WhatsApp donde se informa de las actividades siguientes en el marco del proyecto. En dichos grupos la comunicación se da de forma unidireccional puesto que no hay una respuesta activa de parte de las beneficiarias más allá de una confirmación de asistencia. De esta manera, una conclusión brindada por el diagnóstico respecto a su participación, entendido como su relación con las otras beneficiarias, es que es insuficiente partiendo del hecho que no se mantiene comunicación entre las madres emprendedoras ex participantes.

Por último, respecto a la Comunidad de Huaycán y lo que entienden sus miembros por ella es la de un imaginario colectivo que cuenta con una historia comunitaria autogestionada que enorgullece a sus miembros que la conocen y sorprende a los que no. Sin embargo, no es homogénea debido a la gran expansión que tiene, contando con zonas que no tienen satisfechas sus servicios básicos.

## **5. Problema de comunicación**

En concordancia con lo encontrado en el diagnóstico, se ha identificado el siguiente problema de comunicación: La percepción de apoyo limitada a las prácticas de recomendación de emprendimientos entre madres emprendedoras obstaculiza la formación de una red de apoyo

social basada en contención y cooperación. Este problema debe ser entendido dentro del espacio geográfico de la comunidad de Huaycán, de forma específica a la zona D, el cual viene siendo el centro de operaciones de la organización LLI y sede de las actividades del proyecto Mujeres emprendedoras.

El tiempo en el que se encuentra contextualizado el problema es desde la finalización del proyecto Mujeres Emprendedoras, edición 2022, hasta la actualidad (mayo 2023). En este periodo se identificó la existencia de un colectivo imaginario que iguala la idea de apoyo con la compra directa de los productos y su posterior difusión entre sus redes de contactos.

Adicionalmente, se expone la ausencia de dos componentes claves para llevar a cabo el apoyo social entre madres emprendedoras: la contención y la cooperación.

Por un lado, la contención es entendida como el acompañamiento frente a las preocupaciones acuñadas en el proceso de emprender que superan emocionalmente al sujeto de la acción. En otras palabras, “contención emocional se refiere a la implementación de medidas para restablecer el equilibrio emocional y la confianza a la persona que se encuentra afectada emocionalmente” (Instituto de Investigaciones jurídicas, 2011). Por otro lado, se hace referencia al término de cooperación como el conjunto de acciones colectivas direccionadas a objetivos compartidos que generen beneficios de la misma índole. De esta manera se traduce en “el valor de la asociación voluntaria bajo la permanente búsqueda de vincular el ‘yo’ y el ‘nosotros’ a través de relaciones asociativas para un intercambio fructífero entre las partes involucradas” (Salazar & Sánchez, 2018). En esta línea, se considera que la suma, no exclusiva, de ambos componentes impulsarían escenarios adecuados para la conformación de una red de apoyo social.

Respecto a los antecedentes, las mujeres de la comunidad de Huaycán cuentan con un sentido colectivo histórico que las ha llevado a conformar vasos de leche, comedores populares y jornadas comunales. Motivo por lo cual, hay un conocimiento del trabajo colectivo. Sin

embargo, se encuentra una ausencia de asociación al trabajo colectivo o al apoyo de la misma índole, cuando se habla del desarrollo de los emprendimientos.

De esta manera, asocian lo colectivo dentro de sus emprendimientos como el encontrarse dentro de grupos de Facebook de compra y venta, donde pueden publicar sus productos e interactuar con las publicaciones de otras. De esta manera, se obtiene como resultado un símil entendido por las emprendedoras entre el apoyo social como prácticas mercantilistas como la promoción de productos. Ello, sin tomar en cuenta la formación de vínculos de soporte emocional y prácticas colaborativas que podrían generar beneficios sostenidos a largo plazo con miras al éxito de sus emprendimientos.

## **6. Público objetivo del Proyecto**

El público objetivo del proyecto son las madres emprendedoras de Huaycán que participaron en la edición 2022 del proyecto “Mujeres Emprendedoras”. Forman parte del rango de edad de 30 a 40 años, son migrantes de la sierra peruana y viven en la zona “D” de Huaycán, que es también donde se ubica el local de LLI. En cuanto a la vivienda, la mayoría vive en la casa de sus padres o suegros y cuentan con los servicios básicos cubiertos (alumbrado público, agua, gas). El máximo nivel educativo que alcanzaron es la secundaria y, en algunos, casos la primaria; y cuentan con al menos un hijo que tiene menos de 10 años. En ese sentido, cumplen dos roles: ser madre y ser emprendedora, lo que requiere de un alto grado de organización para poder cumplir a cabalidad ambos. Esto también deriva en que cuenten con poco tiempo para sí mismas, es decir, hay escasos espacios en los que puedan recrearse y hacer catarsis sobre su día a día.

Si bien las madres emprendedoras viven con sus esposos, estos no las apoyan activamente ni en las labores domésticas ni en la logística de sus emprendimientos. Sin embargo, las mamás de las madres emprendedoras sí las apoyan en el cuidado de sus hijos. Cabe precisar que la principal herramienta de trabajo para ellas es su celular, ya que se relacionan con sus clientes

mediante redes sociales como Facebook y WhatsApp. Si bien algunas cuentan con laptops o computadoras, estas son compartidas con otros miembros de su familia, por lo que les restringe su uso indispensable.

El principal factor que las motivó a crear sus emprendimientos y las moviliza para vivir son sus hijos. En ese sentido, las madres emprendedoras no solo conciben el emprender como una opción para aportar económicamente a su hogar, sino también como una oportunidad para contar con más tiempo de calidad y disfrute con sus hijos, ya que no existe un horario pre-establecido y estricto a cumplir diariamente. Cabe destacar que la mayoría comenzó con sus emprendimientos durante la pandemia del Covid-19, lo que resalta su capacidad de resiliencia, pues supieron actuar frente a la crisis e incertidumbre.

Son mujeres decididas y seguras de que harán crecer sus emprendimientos, ya que la motivación es intrínseca, pues parte del amor hacia sus hijos. Para ellas, emprender es una forma de convertirse en un ejemplo para sus hijos, pues les demuestran que pueden superar los obstáculos y dificultades que se les presenten al asumir dos roles. Son proactivas, ya que no solo están motivadas a continuar aprendiendo sobre emprender, sino también aprovechan las oportunidades que brindan instituciones como la Municipalidad de Lima para aprender sobre oratoria, inglés, liderazgo.

En cuanto a los hábitos de uso y consumo de la información, se resalta que las madres emprendedoras se informan sobre la coyuntura nacional mediante las redes sociales y particularmente por Facebook y WhatsApp. Para comunicarse con sus familiares y amistades optan por usar WhatsApp, ya que consideran que es un canal de comunicación más accesible, intuitivo y sencillo de usar. En esa línea, forman parte de grupos de Facebook y WhatsApp sobre compra y venta de productos y servicios, grupos de empoderamiento a la mujer y de mujeres emprendedoras.

Por otro lado, se identificaron los siguientes *stakeholders* relevantes para el proyecto, ya que forman parte del entorno de las madres emprendedoras y se encuentran activos desarrollando actividades en pro del desarrollo de la mujer de Huaycán: Vecinos y vecinas de Huaycán, Casa de la Mujer y el Centro de Desarrollo de la mujer “Warmi Wasi”. Para mayor detalle, revisar el Mapeo de *Stakeholders* (Ver Anexo 2).

## 7. Objetivos del Proyecto

El presente proyecto ha visto por conveniente trabajar con la herramienta de “Teoría de cambio” que está orientada al análisis de una situación que requiere un cambio para tornarse positiva (Ortiz y Rivero, 2007). Ahí, se presenta la visión de éxito, seguido por el propósito y las precondiciones que, a su vez, deben estar acompañadas de las intervenciones que, en conjunto, guiarán un proyecto determinado. Se escogió esta herramienta debido a la adaptabilidad y dinamismo que facilita, pues el proyecto “Emprendedoras Unidas” está comprendido por una serie de elementos que se entrelazan y que necesitan ser entendidos como transversales. De esta manera, es posible establecer relaciones entre precondiciones de distintos niveles e intervenciones (Ortiz y Rivero, 2007).

El propósito que guía el proyecto es lograr que las madres emprendedoras de la comunidad de Huaycán practiquen el apoyo social entre ellas. Los objetivos específicos que guían las intervenciones son los siguientes:

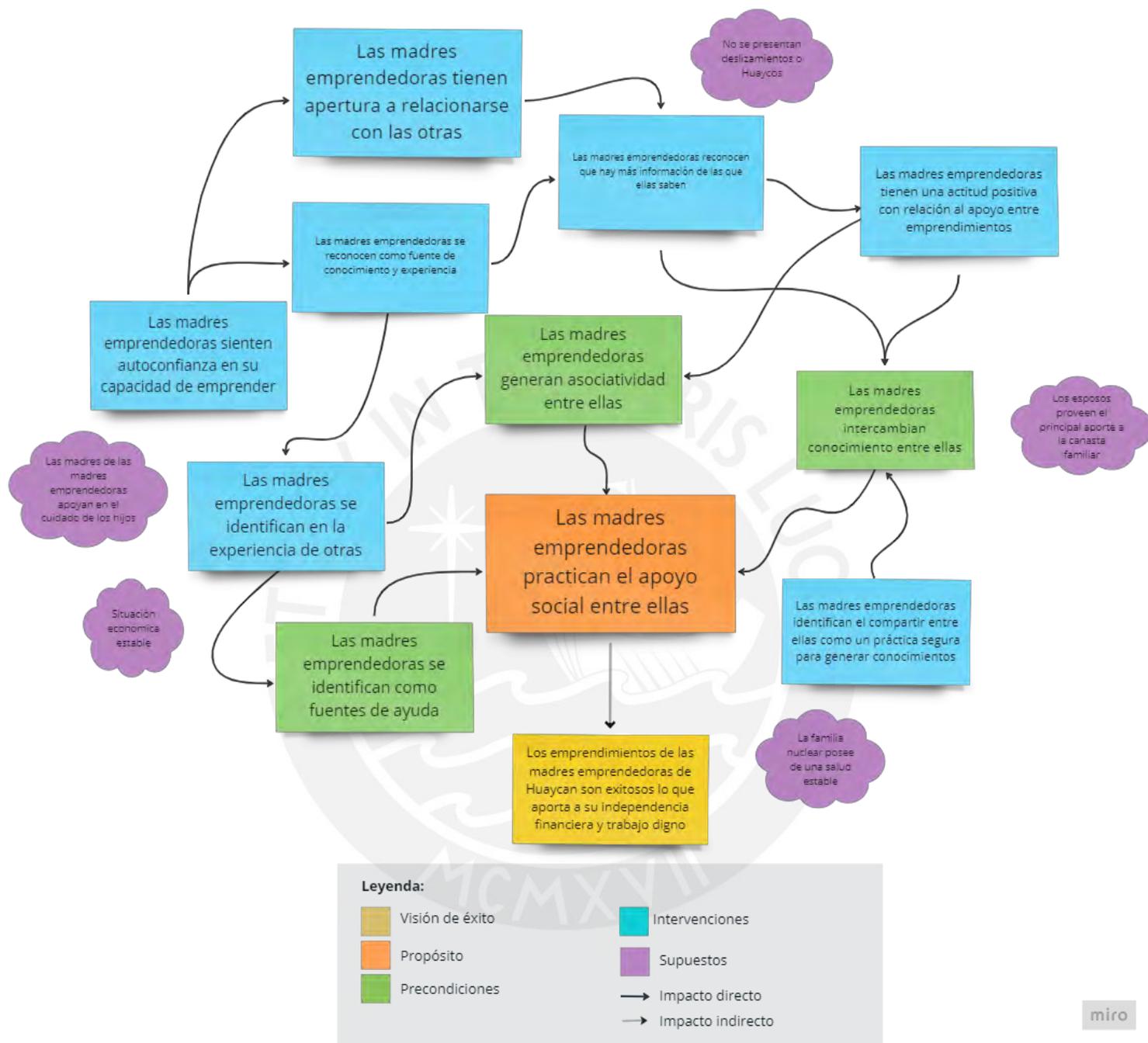
- Generar identificación entre madres emprendedoras como fuentes de ayuda
- Fomentar el intercambio de conocimientos entre madres emprendedoras
- Impulsar la cooperación entre los emprendimientos de las madres emprendedoras

Con todo ello, se espera que las madres emprendedoras puedan ir generando una identificación como red de apoyo que se potencie a través de todas las actividades. Además, cabe mencionar que cada uno de los objetivos señalados están vinculados a las etapas que conforman la estrategia del proyecto. Cabe mencionar que dichos objetivos guían un orden secuencial para

las actividades que conforman el presente proyecto.

En torno a los indicadores:

- Las madres emprendedoras practican el apoyo social a través de la contención y la cooperación entre ellas para generar un impacto positivo en sus emprendimientos:
  - **Indicador:** Porcentaje de madres emprendedoras del Programa que reciben acompañamiento sobre sus emprendimientos por parte de sus compañeras.
    - **Medio de verificación:** Encuesta
  - **Indicador:** Porcentaje de percepción positiva frente a la afirmación “existe una red de apoyo”
    - **Medio de verificación:** Encuesta
  - **Indicador:** Porcentaje de madres emprendedoras que conocen las prácticas de apoyo social para brindar contención y cooperación según las necesidades de otra madre emprendedora.
    - **Medio de verificación:** Prueba de entrada y prueba de salida



- Las madres emprendedoras se reconocen como fuentes de ayuda
  - **Indicador:** Número de madres emprendedoras que fueron consultadas/abordadas por otras en torno a consejo o ayuda para el emprendimiento de otra.
    - **Medio de verificación:** Encuesta

- **Indicador:** Tasa de variación en las intenciones de solicitar ayuda a sus compañeras.
  - **Medio de verificación:** Encuesta al inicio y al final del proyecto
- Las madres emprendedoras intercambian conocimiento entre ellas
  - **Indicador:** Número de recomendaciones sobre el proceso de emprender plasmadas en el “Manual de Emprendedoras”
    - **Medio de verificación:** manual de emprendedoras
  - **Indicador:** Número de mujeres que están dispuestas a aplicar las recomendaciones que figuran en el manual sobre sus emprendimientos
    - **Medio de verificación:** encuestas
- Las madres emprendedoras cooperan entre ellas.
  - **Indicador:** Número de acciones cooperativas realizadas por las madres emprendedoras
    - **Medio de verificación:** ficha de observación

## 8. Estrategias de Comunicación y Actividades

El enfoque de comunicación que se utilizará a lo largo del proyecto es el eduentreñamiento, ya que las madres emprendedoras a partir del proyecto ejecutado por la organización LLI, han desarrollado conceptos teóricos para su emprendimiento. En ese sentido, se tomará en cuenta sus conocimientos y, además, desde este enfoque se plantea el aprendizaje con aspecto lúdico, mediante un proceso donde se construyen sentidos desde la misma audiencia. De esta manera, este enfoque proyecta una metodología que se encuentra en la misma línea del proyecto de LLI, en donde el aspecto educativo es importante y atractivo para las beneficiarias, ya que, permite tener una percepción más tangible cuando se trata del aprendizaje.

Con ello, las madres emprendedoras consideran que aprender es necesario, ya que ellas buscan estas oportunidades e iniciativas con el fin de aumentar su educación tanto como adquirir una posible fuente de ingreso desde sus emprendimientos. Así, es que este proyecto mantiene los talleres y clases educativas para sumar al posicionamiento que ya mantiene el proyecto educativo de la organización. Adicionalmente, con el eduentretenimiento se añade el aspecto de entretenimiento, pues se busca fomentar la integración desde ambientes divertidos y placenteros, el cual permita aprender algo que va más allá de los conceptos teóricos y que se concreta en las actitudes. De este modo, se permite salir de la estructura rígida de lo que se comprende por una clase teoría, que conlleva a la confianza, la contención y la cooperación. En esa línea se busca posicionar el proyecto como una alternativa más interpersonal y lúdica, donde estas madres emprendedoras mantengan el interés por aprender; así como también, adquieran la práctica de apoyo social como herramienta relevante para sus emprendimientos. Por lo que, el mensaje clave de posicionamiento para las madres emprendedoras de Huaycán será que: El proyecto “Emprendedoras unidas” es un espacio de formación de vínculos de apoyo social que logra que los emprendimientos de estas mujeres sean exitosos, así podrán contar con una red de contactos que tengan su misma experiencia porque contará con un filtro de ingreso que asegura que las participantes son madres que cuentan con un emprendimiento. De ese modo, el enfoque elegido logrará que las participantes construyan sentidos a partir de sus realidades, creen, resignifiquen y circulen sentidos, así como actúen y transformen sus entornos sociales y políticos (Tufté & Obregón, 2010). También, se demuestra que, en esencia, “la gente aprende mejor con ‘modelos sociales’ y cuando recibe estímulos emocionales” (Gumucio, 2011, p. 34). De esa manera, con la comunicación interpersonal y participativa combinada con la construcción de relaciones en conjunto se conformará consecuentemente una red de apoyo social que empodera a las madres emprendedoras a generar espacios de interacción y vivencias con un propósito liberador (Tufté, 2008, p.174).

Por lo tanto, es importante el enfoque del eduentreñamiento para alcanzar la práctica del apoyo social desde la contención y la cooperación, ya que este enfoque reúne valores potentes para los procesos de participación; así como, produce espacios donde las relaciones son renovadas. Puesto que, la narración de historias es útil para “manifestar procesos de construcción de confianza y concientización”; también, logra articular las voces de grupos sociales y facilita la respuesta comunitaria (Tufte, 2008, p.161). De esta manera, García (2001) señala que el eduentreñamiento desarrolla ambientes socio-comunicacionales alentadores y potencialmente empoderadoras frente a cualquier desafío social (se citó en Tufte, 2008).

Si bien en la sección anterior se menciona que para obtener nuestro propósito es necesaria la suma de los objetivos, se decidió que la estrategia del proyecto consta de tres pasos escalonados, los cuales son importantes recorrerlos como punto inicial, intermedio y final para lograr el objetivo general de entender y practicar el apoyo social entre las beneficiarias. Esto se debe al proceso del apoyo social en el ámbito comunitario, ya que posee tres aspectos fundamentales: apoyo afectivo, apoyo confidencial y apoyo instrumental (Vega & González, 2009).

Como primer paso, las madres emprendedoras deben identificarse en la experiencia de las otras, ya que es importante reconocerse con otras dentro de su entorno para formar relaciones con empatía y confianza. En función del apoyo afectivo, el componente emocional “provee al individuo sentimientos de estima, afecto, confianza y seguridad” (Vega & González, 2009), las cuales serán la base para esta primera etapa. Desde el enfoque del eduentreñamiento se formarán modelos sociales reales expuestas por las participantes mediante historias y vivencias para coincidir con particularidades similares.

Como segundo paso, las madres emprendedoras intercambian conocimientos. De este modo, en función del apoyo confidencial, se desarrollan los componentes valorativos que representa la sensación de sentirse acompañado socialmente y el informacional que sugiera al otro como

un guía cognitivo para enfrentar problemas. Asimismo, con el enfoque propuesto, el “uso del entretenimiento como una práctica comunicacional específica” será clave para reconocerse como fuentes de información. Así como, para experimentar relaciones cercanas y renovadas donde la información es vista de forma crítica y objetiva para “sus anhelos, sus dudas, sus esperanzas y sus temores” (Freire, 1970, p. 78).

Como tercer paso, las madres emprendedoras cooperan entre ellas. Entendiéndose cooperación como “el acto o proceso de trabajar en conjunto para alcanzar un propósito común o lograr un beneficio mutuo” (UNICEF, 2023). Asimismo, la cooperación tiene efectos cognitivos, pues fomenta mayor productividad y rendimiento; lleva a un razonamiento de mayor calidad; y, la transferencia de lo aprendido es mayor al aprendizaje cooperativo que en el de competición o individualista (Johnson & Johnson, 1990, como se citó en Lara, 2001). Asimismo, la cooperación reposa sus consecuencias en la motivación lo que arguye a mayores expectativas de éxito a futuro y nivel de aspiración, así como, mejores relaciones interpersonales y la reproducción del apoyo social (Lara, 2001).

El objetivo es aprovechar y potenciar las fortalezas de cada uno de los integrantes, en este caso de las madres emprendedoras, para desarrollar proyectos más eficientes, minimizando los riesgos individuales. Con ello, en función del apoyo instrumental se constituye un componente de ayuda práctica, concreta y tangible para la resolución de problemas (Vega & González, 2009). Sin embargo, mediante las relaciones cooperativas no sólo se espera una ganancia material o un beneficio personal, sino que demuestra una motivación social que se configura desde una “orientación social” o de “bien común” (UNICEF, 2023). De tal manera, en las madres emprendedoras se originará un trabajo efectivo y respetuoso, con consensos para tomar decisiones, con tareas colaborativas y responsabilidades para tener emprendimientos exitosos. En concordancia con la estrategia del proyecto, la fase 1 se orienta al objetivo “generar identificación entre las madres emprendedoras como fuentes de ayuda”. En ese sentido, se

propone realizar actividades que faciliten y fomenten que ellas compartan sus historias de vida y testimonios con otras. Así, se realizará el Encuentro de Emprendedoras, que comprenden espacios de diálogo en el que las participantes compartirán las historias de sus emprendimientos y ,en especial, el proceso de emprender siendo madre. Esto permitirá que cada una identifique a otra madre emprendedora que ha pasado por experiencias similares a las de ella.

Se desarrollará, también, el taller “La historia detrás de la emprendedora”, en la que las participantes elaborarán cuentos sobre sus historias de vida, en equipo. Para lograr ello, se optará por usar la metodología de café mundial, que consiste en un proceso de diálogo e intercambio entre personas con el objetivo de crear ideas y acuerdos de manera creativa y colectiva (De la Mata, 2012). Esto facilita que las madres emprendedoras puedan identificar e intercambiar ideas sobre las historias creadas por cada equipo.

Asimismo, se emplearán recursos artístico-culturales como ,por ejemplo, el teatro testimonial que consiste en la puesta en escena de una historia personal enmarcada en un determinado contexto (Diharce, 2015) en el taller “Conociéndonos a través del arte”. Este será un espacio en el que las madres emprendedoras contarán sus historias de vida mediante la escenificación de su testimonio frente a las demás. De esta manera, las actividades descritas facilitarán que puedan sentirse escuchadas y acompañadas por sus pares, lo que posibilita la construcción de lazos de confianza y camaradería entre ellas. Por ende, desarrollarán empatía hacia las otras y las reconocerán como fuentes de apoyo.

Con ello, la fase 2 del proyecto se alinea al objetivo “fomentar el intercambio de conocimientos entre madres emprendedoras”, por lo que se llevarán a cabo actividades de participación colaborativa, que les permitan aprender y poner en práctica diversos conocimientos y habilidades en materia de emprendimiento. En esa línea, se desarrollará el taller “Cartera de emprendedoras” que se orienta al conocimiento, ideación y generación de medios y formas de financiamiento colaborativo entre las participantes.

El encuentro recreativo “Emprende Olimpiadas” será un espacio en el que las madres emprendedoras trabajarán en equipos para superar diversos retos, que requerirán la puesta en práctica de sus conocimientos y habilidades para emprender. A ello se suma, el taller “Planifica, innova, madres emprendedoras” busca fomentar el conocimiento y la aplicación de metodologías ágiles a los emprendimientos de las participantes. Estas actividades les permitirán potenciar las competencias que adquirieron como parte del proyecto “Mujeres Emprendedoras”, y sus habilidades blandas. De ese modo, se reforzarán aún más los lazos de confianza entre las participantes.

Continuando con la lógica de la estrategia del proyecto, la fase 3 responde al objetivo “impulsar la cooperación entre los emprendimientos de las madres emprendedoras”. En esa línea, se plantean actividades que les posibiliten a las participantes conocer, diseñar y ejecutar acciones de cooperación entre sus emprendimientos. En ese sentido, se desarrollará el taller vivencial “El ejemplo de mamás”, que se basa en la toma de conocimiento, análisis y reflexión de emprendimientos exitosos liderados por otras madres.

Asimismo, se implementará el taller práctico “Juntas somos más”, en el que las madres emprendedoras podrán diseñar acciones de cooperación entre sus emprendimientos. Después de ello, se realizará la feria “Las mujeres facturan” mediante la que las participantes podrán organizarse y crear alianzas estratégicas orientadas a la cooperación.

Finalmente, se realizará el taller de cierre “Elaborando el Manual para mujeres emprendedoras” para que las participantes puedan crear una guía para emprender dirigido a otras madres emprendedoras de Huaycán. De esa forma, se podrá tangibilizar todo lo que aprendieron, intercambiaron y crearon colaborativamente a lo largo del proyecto. Esto repercutirá en la disposición para cooperar por parte de otras madres que quieren emprender.

Entonces, con esta última fase las madres emprendedoras ya generarán cooperación entre sus emprendimientos, lo cual se cimenta en el intercambio de conocimientos entre ellas, pues se

reconocen como fuentes de ayuda importantes en el proceso de emprender. En ese sentido, las madres emprendedoras formarán una red y practicarán el apoyo social no solo entendido como la recomendación de emprendimientos vía redes sociales, sino también como prestar apoyo afectivo y confidencial.

## 9. Ejecución de Actividades

La duración del proyecto será de 12 meses y las actividades se encuentran distribuidas en tres bloques temáticos, correspondientes a la estrategia escalonada explicada en un apartado anterior. Para mayor detalle, el cronograma de actividades podrá ser encontrado en el anexo 6 en el presente trabajo. Del mismo modo, el presupuesto del proyecto se encuentra en el anexo 7. Respecto a las posibles entidades financiadoras del proyecto, se ha mapeado al Banco Interamericano de Desarrollo y al Programa Suizo de Emprendimientos. Ambas organizaciones cuentan con objetivos, plasmados en sus plataformas, vinculados con la formación, crecimiento y escalabilidad de emprendimientos representativos para las comunidades con relevantes índices de pobreza, con miras de fomentar el desarrollo económico y social en ellas.

**Objetivo específico:** Generar identificación entre madres emprendedoras como fuentes de ayuda

**Actividad 1:** Encuentro de emprendedoras

**Objetivo de la actividad:** Reconocimiento de coincidencias sobre las motivaciones y dificultades que atraviesan las madres emprendedoras durante el proceso de emprender.

**Operador:** Dos moderadoras especialistas en dinámicas rompe hielo e integración comunitaria.

**Aliado:** Centro de Desarrollo de la Mujer “Warmi Wasi”

**Modalidad:** Presencial

**Duración:** 2 sesiones de 3 horas cada una, durante 2 semanas

**Descripción:**

Al ser la primera actividad del proyecto será importante que en la dinámica rompehielo se haga especial énfasis en el nombre de cada una, los pasatiempos y sueños respecto a sus emprendimientos.

Se realizarán espacios de diálogo en el que en la primera sesión las madres presentarán sus emprendimientos y la experiencia que transitaron durante su desarrollo ante sus excompañeras del programa. En ese sentido, compartirán los siguientes aspectos sobre su emprendimiento: nombre, producto o servicio que ofrecen, redes sociales, la inspiración y motivación desde la que partieron, las dificultades que identificaron en su proceso de emprender, el flujo de producción o logística, actividades de promoción, atención al cliente, flujo de entrega y las personas involucradas en todo ello.

En la segunda sesión, las participantes compartirán sus metas a futuro en torno a emprender y alcanzar autonomía económica, por lo que comentarán las acciones que están realizando y planean llevar a cabo para alcanzar sus objetivos.

En ambas sesiones, las madres recibirán 10 pegatinas de un color específico para que después de cada intercambio puedan colocar una pegatina en el torso de aquella participante con la tienen alguna similitud en alguno de los aspectos anteriormente mencionados. Además, se contará con un espacio de 8 minutos—luego de cada exposición— para que las participantes puedan comentar una similitud o diferencia identificada y dar su *feedback* a partir de sus experiencias previas.

**Actividad 2:** Taller “La historia detrás de la emprendedora”

**Objetivo:**

- Identificación de las habilidades y fortalezas que desarrollaron las madres emprendedoras en su proceso de emprender

**Operador:** Una moderadora especialista en narración de cuentos con enfoque de género.

**Modalidad:** Presencial

**Duración:** 4 sesiones de 3 horas

**Descripción:**

Elaboración de cuentos de cómo llegaron a Huaycán "la historia detrás de la emprendedora". Esta actividad estará separada en cuatro secciones lideradas por una moderadora. La primera se dedicará a entender los conceptos de habilidades y fortalezas, así como el proceso de narración de cuentos para que se logre un autoconocimiento de la historia de cada una a través de un auto recorrido por su historia. Estas estarán enfocadas en generar una línea de tiempo con momentos de superación personal que puedan ser identificados por cada una de las madres emprendedoras. Posteriormente, en la segunda sesión, esta línea de tiempo servirá como columna para la construcción de un cuento que inmortalice su historia. De esa manera, las madres compartirán sus cuentos en grupo de tres bajo la modalidad de Dinámica Café Mundial. En la tercera sesión, a partir del conocimiento de historias, se busca un intercambio a través del entrelazamiento de las historias. De ese modo, en grupos de 2 o 3 realizarán un cómic poniendo a un personaje principal en la historia reconociendo las habilidades y fortalezas entre madres emprendedoras. Luego, se expondrán los cómics en equipo y se les presentará a las demás participantes con el fin de dar sus opiniones e identificar patrones en los cuentos escuchados. Para la sesión final, se proponen dinámicas grupales en donde se resuelvan conflictos y se propongan soluciones sobre situaciones que pasan los emprendedores. Con ello, se ponen en práctica las habilidades y fortalezas que resaltan en cada participantes.

**Aliados:** Casa de la mujer Huaycán y Centro de desarrollo de la mujer Warmi Wasi de Huaycán.

**Actividad 3:** Taller “Conociéndonos a través del arte”

**Objetivo:** Generar lazos de confianza para la cooperación entre las madres emprendedoras

**Operador:** Tallerista de impro testimonial

**Modalidad:** Presencial

**Duración:** 5 sesiones de 2 horas cada una

**Descripción:** A través de las sesiones se buscará incrementar gradualmente la apertura y confianza entre las madres emprendedoras a través del juego para la formación de vínculos afectivos basados en el autoconocimiento y la empatía. De esta manera, será un espacio en el que las participantes compartirán espacios de introspección para la identificación de fortalezas, sueños, miedos, etc a través del arte que se centra en la expresión no verbal. Se establecerá así, una comunicación mediante simbolismos que se enmarcan en el modelo de distintas disciplinas artísticas facilitadoras de la exploración de sentimientos. Uno de ellos, por ejemplo el teatro testimonial.

De esta manera, es a través del juego que se desarrollarán sesiones de catarsis sobre el doble rol mediante talleres de artes expresivas a cargo de una especialista en TAE. Buscando así, que sea un espacio seguro que facilite el acercamiento entre las madres emprendedoras a través de la escucha activa y la empatía. Al mismo tiempo, las sesiones estarán incorporadas con ejercicio de confianza grupal, resolución de conflictos y comunicación asertiva para la formación de vínculos.

**Aliados:** Casa de la mujer Huaycán, Organización Tiempos de Arte, Centro de desarrollo de la mujer Warmi Wasi de Huaycán.

**Objetivo específico: Fomentar el intercambio de conocimientos entre las madres emprendedoras**

**Actividad 1:** Taller “Cartera de emprendedoras”

**Objetivo:** Dar a conocer las diversas opciones de financiamiento para emprendimientos a las madres emprendedoras

**Operador:** 1 moderadora especialista en educación financiera con enfoque de género

**Modalidad:** Presencial

**Duración:** 4 sesiones de 2 horas

**Descripción:** Rondas de diálogo en el que las madres compartirán experiencias y tips sobre manejo de finanzas personales, ligadas a sus emprendimientos. Además, se idearán formas de financiamiento no bancarias, tales como la promoción del llamado “pandero” o “juntas” que fomenta el flujo de capital entre ellas mismas. Así como políticas ahorrativas compartidas con monitoreos grupales rotativos que incrementen la posibilidad de cumplimiento de las mismas. La actividad iniciará abordando el tema de financiamiento de manera teórica, con una revisión de las distintas opciones. Posteriormente, se procederá a abordar el tema de forma práctica, coordinando acciones de visita a los diferentes lugares de financiamiento o planificando las prácticas de financiación entre ellas. Finalmente, la última sesión estará orientada a realizar un feedback y compartir experiencias en su búsqueda de capital.

**Aliados:** CrediScotia

**Actividad 2:** Encuentro recreativo “Emprende Olimpiadas”

<p><b>Objetivo:</b> Fortalecer las habilidades blandas de las madres emprendedoras aplicadas sus emprendimientos</p>
<p><b>Operador:</b> 2 facilitadoras con experiencia en animación de eventos lúdicos y, 1 especialista en <i>performance</i> del emprendedor que será la jurado</p>
<p><b>Aliado:</b> Centro de Desarrollo de la Mujer “Warmi Wasi”</p>
<p><b>Modalidad:</b> Presencial</p>
<p><b>Duración:</b> 2 sesiones de 5 horas cada una, durante 2 semanas</p>
<p><b>Descripción:</b> Se realizarán sesiones de competencia en las que las madres serán agrupadas en parejas y tríos para superar una serie de retos que buscan poner a prueba sus habilidades blandas para emprender (liderazgo, iniciativa, proactividad, resolución de conflictos, comunicación asertiva, entre otros). Se aplicarán dinámicas basadas en juegos de roles (proveedor-emprendedor-cliente), rondas de preguntas en modalidad de ping-pong, charadas y la resolución de casos del día a día de la emprendedora.</p> <p>Si bien cada equipo recibirá un puntaje de acuerdo a la calidad de su <i>performance</i> en cada reto presentado, también habrá espacios de 5 minutos para que el jurado pueda dar su <i>feedback</i>. Esto servirá como insumo para que las madres puedan identificar sus fortalezas y oportunidades de mejora en relación a sus habilidades blandas.</p>
<p><b>Actividad 3: Taller planifica, innova, madres emprendedoras</b></p>
<p><b>Objetivo:</b> Fomentar el uso de metodologías que potencien el desarrollo de sus emprendimientos a través de la innovación y la planificación.</p>

<b>Operador:</b> 2 talleristas especializados en uso de metodologías de planificación y resolución de problemas
<b>Modalidad:</b> Presencial
<b>Duración:</b> 3 semanas, 3 sesiones, 2 horas cada una
<p><b>Descripción:</b></p> <p>La actividad está conformada por una serie de talleres sobre el uso de metodologías ágiles para la innovación y la planificación tales como “design thinking”, “lean startup”, “google calendar”, “diagrama de Gantt” para capacitar a las madres emprendedoras en estos ámbitos. Con ello, se espera fortalecer sus habilidades de innovación, organización y planificación para conseguir sus metas planteadas. De manera que, se dedicará una sesión a la enseñanza de metodologías de la innovación. La siguiente estará orientada a herramientas de organización y planificación. Finalmente, en la última sesión, se realizará una revisión de los puntos importantes de las anteriores semanas junto con un análisis del uso de metodologías combinadas.</p>
<b>Aliados:</b> Universidad Peruana Unión

**Objetivo específico:** Impulsar la cooperación entre los emprendimientos de las madres emprendedoras

**Actividad 1:** Taller vivencial “El ejemplo de mamás”

**Objetivo:** Identificación de los casos éxitos sobre cooperación por parte de las madres emprendedoras.

**Operador:** Representantes de la comunidad de vianderas de Caral y Representante de la

comunidad de mujeres emprendedoras de Chincheros.
<b>Duración:</b> 3 semanas, 3 sesiones de 3 horas cada una
<b>Modalidad:</b> Presencial
<p><b>Descripción:</b></p> <p>Identificar los resultados positivos y los componentes que llevaron al éxito en otros casos de redes de madres emprendedoras en distintas comunidades para aumentar la motivación de las participantes. Estudio de casos exitosos de cooperación entre emprendimientos de mujeres de otras comunidades. Se realizará una visita a la comunidad de Caral para conocer la historia de las emprendedoras que forman parte de la asociación de vianderas. Adicionalmente, se llevará a cabo una conferencia virtual con representantes de la comunidad emprendedoras tejedoras de la comunidad de Chinchero, además de la visualización conjunta de un material documental sobre el caso para la identificación de los componentes sociales que las llevaron al éxito con el que cuentan hoy día. Ambas acciones serán acompañadas por rondas de diálogo con la presencia de los autores de los estudios realizados respecto a ambos casos para discutir cómo aplicar lo identificado en el caso de las madres emprendedoras de Huaycán. De esta manera se fomentará la ideación a través de la participación activa de las madres emprendedoras así como el reparto de roles entre ellas para conseguir los objetivos planteados por ellas mismas.</p>
<b>Aliados:</b> Comunidad de vianderas de Caral, comunidad de mujeres emprendedoras de Chincheros, Universidad Peruana Unión
<b>Actividad 2:</b> Taller práctico “Juntas somos más”
<b>Objetivo:</b> Impulsar la creación de estrategias de cooperación entre las madres emprendedoras

<p><b>Operador:</b> 4 talleristas especializados en marketing digital colaborativo, abastecimiento de productos, e-commerce y packaging para emprendimientos</p>
<p><b>Modalidad:</b> 3 sesiones presenciales y 3 sesiones virtuales</p>
<p><b>Duración:</b> 6 semanas, 6 sesiones de 3 horas cada una</p>
<p><b>Descripción:</b> Se buscará fomentar la aplicación de estrategias colaborativas sobre la gestión de redes sociales, logística del producto, comunicación estratégica, entre otros componentes, para el reconocimiento de los beneficios de la cooperación entre los emprendimientos por parte de las madres emprendedoras. A través de sesiones prácticas de estrategias colaborativas entre emprendimientos, las beneficiarias aplicarán estrategias de colaboración empresarial para el incremento de difusión de sus emprendimientos para el aumento de ventas. La aplicación de los conocimientos teóricos se desarrollará bajo las temáticas de creación de dinámicas grupales en las redes sociales, sesiones para crear paquetes de promoción entre productos/servicios, marketing digital, abastecimiento de productos, flujograma del emprendedor, entre otras TICs. De esta manera, se busca hacer tangibles los beneficios de la mirada holística del emprendimiento y las personas involucradas detrás de este.</p>
<p><b>Aliados:</b> Universidad Peruana la Unión, Gerencia de desarrollo económico de la Municipalidad de Ate, Casa de la Mujer Huaycan, Radio Enmanuel.</p>
<p><b>Actividad 3:</b> Feria: “Las mujeres facturan ”</p>
<p><b>Objetivo:</b> Impulsar las capacidades logísticas de las madres emprendedoras para el desarrollo de una actividad colectivo</p>
<p><b>Operador:</b> 1 consultor de gestión de eventos públicos</p>

<b>Modalidad:</b> Presencial
<b>Duración:</b> Planeamiento de 5 sesiones de 2 horas, feria de 3 días
<b>Descripción:</b> <p>Se realizarán 5 sesiones en donde se impulsarán las capacidades grupales de logística necesarias para la organización de una feria de emprendimientos. Ello será acompañado de un consultor de eventos públicos que fomentará la iniciativa para diseñar y gestionar su propia feria municipal. Con ello, 3 sesiones se dedicarán al diseño del evento. En la primera sesión, se definirá el objetivo, el público, las necesidades de las emprendedoras y del público y estimar los recursos. En la segunda y tercera sesión, se planificará el evento con fechas, definición de asistentes, programa del evento, plan de comunicación y marketing, acuerdos con proveedores, aprobar presupuesto y definir roles y tareas de cada emprendedora. La cuarta y la quinta sesión se enfocarán en la gestión del evento y se tocarán los temas de la supervisión del montaje técnico, el control del transcurso del evento garantizando un buen funcionamiento y en soluciones posibles ante cualquier riesgo. Todo ello, se logrará mediante el desarrollo continuo del trabajo en equipo y la formulación de vínculos necesarios para la planificación, ya que antes de culminar cada sesión habrán rondas de diálogo para comentar lo aprendido, así como, para formular acciones colectivas para la planificación de la feria. Luego de estas sesiones, la semana siguiente, se llevará a cabo la feria “Las mujeres facturan”, con total supervisión del consultor de eventos, en los días (viernes, sábado y domingo) y en el horario de 11am a 5pm, con la finalidad de tangibilizar estrategias cooperativas desde las capacidades logísticas.</p>
<b>Aliados:</b> Gerencia de desarrollo económico de la Municipalidad de Ate y Gerencia de Seguridad ciudadana de la Municipalidad de Ate

<b>Actividad 4:</b> Taller “Elaborando el Manual para madres emprendedoras”
<b>Objetivo:</b> Recopilar el conocimiento y experiencia de las madres emprendedoras sobre el proceso de emprender mediante la creación de un manual
<b>Operador:</b> 1 moderadora especialista en emprendimientos con enfoque de género
<b>Modalidad:</b> Presencial
<b>Duración:</b> 4 sesiones de 3 horas cada una, durante 4 semanas
<p><b>Descripción:</b> Se realizarán sesiones en la que las madres identificarán sus conocimientos y experiencias sobre el proceso de emprender — lo cual incluye sus vivencias a lo largo del proyecto— partiendo de la siguiente pregunta: ¿Qué me hubiera gustado saber antes de emprender? Después de reconocer dichas lecciones, las madres las convertirán en —de manera colectiva— en flujos, protocolos, procedimientos, glosarios y lista de tips a seguir que serán recopilados y ordenados en un manual digital de acceso público.</p> <p>Esto servirá como insumo para que otras madres se animen a emprender y particularmente para aquellas que pertenezcan a comunidades autogestionarias.</p> <p>En la última sesión se abrirá un espacio de 30 minutos para que las madres emprendedoras puedan compartir sus comentarios sobre la finalización del proyecto y su impacto, y se realizará la toma de fotos para la portada del manual.</p>

## 10. Actividades ejecutadas

Como parte del piloto se ejecutaron dos actividades pertenecientes al primer bloque de la estrategia, y en orden con el primer sub objetivo de generar identificación entre madres emprendedoras como fuentes de ayuda. De esta manera, se llevaron a cabo las siguientes

actividades en modalidad presencial:

**Actividad 1:** Encuentro de emprendedoras

**Actividad 2:** Taller “La historia detrás de la emprendedora”

El motivo de la elección está basado en la lógica escalonada determinada por la estrategia explicada en un apartado anterior. Teniendo como prioridad el acercamiento necesario entre las madres emprendedoras para una futura integración, se optó por priorizar actividades con una mayor naturaleza exploratoria y baja exposición emocional. Sabiendo que las beneficiarias mantenían un contacto nulo entre ellas, el primer paso del piloto fue acercarlas a través de su común, su condición de emprendedoras. De esta manera, con miras a la formación de vínculos de apoyo social como herramienta que aporte al éxito de los emprendimientos, ambas actividades ejecutadas apuntaron a la identificación de puntos en común en la historia y procesos atravesados por las madres para llegar a ser emprendedoras. En otras palabras, se buscó develar las coincidencias existentes entre ellas para incentivar el reconocimiento de la otra como una igual, e incluso una posible fuente de apoyo y ayuda.

Adicionalmente, ambas actividades buscaron encaminar estos primeros encuentros a través de un ambiente lúdico y participativo con el fin de crear un ambiente atractivo para las beneficiarias. Esto teniendo en cuenta, que debían movilizarse de distintas zonas del distrito para asistir. Además de esto, se buscó marcar un diferencial con la metodología educacional teórica llevada a cabo por la organización LLI en el programa Mujeres Emprendedoras 2020. De esta manera, debido a que los canales de difusión de ambas actividades fueron bajo los canales de LLI, se tuvo como objetivo exponer un diseño disruptivo al de un aula de clase para facilitar la diferenciación, por parte de las beneficiarias, del proyecto nuestro Emprendedoras Unidas.

De esta manera, la primera actividad tuvo como premisa ser un primer acercamiento entre las beneficiarias, el cual permitiera entablar un primer contacto entre ellas a partir de la búsqueda

de puntos de encuentros y coincidencias dentro de sus propias experiencias de emprendedoras. Y a la vez, nos permitiera, como equipo ejecutor, evaluar la dinámica entre ellas en miras de validar la metodología. Por su parte la segunda actividad realizada, buscó dar un paso más allá involucrando a las participantes a construir una narrativa en conjunto utilizando como insumos sus historias personales, ya identificadas en la actividad anterior. De este modo, se buscó un afianzamiento mayor que requeriría entrelazar vivencias bajo la búsqueda de cualidades que tenga como resultado la identificación de las fortalezas de cada una de ellas y de sus compañeras.

**Actividades previas a los talleres:** Días antes de implementar el piloto se realizó una reunión con la organización LLI, mediante el cual se estableció la comunicación con las madres emprendedoras. Esta sería de manera indirecta, ya que fue a través del grupo de WhatsApp creado en la Edición 2022 por la ONG. De este modo, se reprodujo un formulario de inscripción para recopilar los datos de las beneficiarias con interés en participar en el piloto. Así como, realizar un flyer de invitación como material de difusión antes de la actividad. Con ello, teníamos la expectativa de recibir la participación de 15 a 20 mujeres, por lo que se volvía a reenviar la invitación continuamente por el grupo.

### **Actividad 1: “Encuentro de emprendedoras”**

**Objetivo:** Este taller piloto tuvo como objetivo reconocer las coincidencias sobre las motivaciones y dificultades que atraviesan las madres emprendedoras durante el proceso de emprender para alcanzar una identificación entre ellas.

**Fecha de realización del taller:** 03/06/2023

**Hora:** 4:30 pm - 6:30pm; se planteó el horario con mayor disponibilidad de las madres, el cual eran los fines de semana.

**Número de asistentes:** En total participaron 10 madres emprendedoras, quienes son ex beneficiarias del proyecto Mujeres emprendedoras, edición 2021- 2022, y asistieron 5 menores.

**Metodología:** Este taller está delimitado para realizarse en 2 sesiones, sin embargo, dentro del piloto tuvimos que reorganizarlo para realizarlo en una sesión. Es así que, se escogieron las dinámicas que aportan mayores intervenciones de las beneficiarias. Dentro del taller, se llevaron a cabo actividades de integración social y actividades de trabajo grupal, previamente preparadas por el equipo. Estas actividades variaron entre dinámicas de rompehielo, de reflexión e interiorización, de creatividad y actuación, con el fin de lograr mayor diálogo y participación de las madres emprendedoras. Asimismo, para realizar la actividad, se escogió estratégicamente el horario y el día con disponibilidad de las madres, con el fin de obtener la cantidad esperada de beneficiarias.

**Detalles de implementación:** La sesión se llevó a cabo de manera presencial en un aula escolar por medio del equipo de comunicadores para el desarrollo. Se obtuvo la presencia de 10 beneficiarias y de 5 menores a la hora pactada. Para ello, no teníamos registrado que las madres vengan con sus hijos, ya que intuimos que vendrían solas. No obstante, tuvimos que resolver esta cuestión rápidamente; por lo tanto, se apartó un espacio en otro salón, donde se les entregó pelotas, hojas, colores, plumones y libros para que se entretengan, con el fin de poder dirigirnos directamente a las beneficiarias sin distracciones. De ese modo, se dio inicio a la actividad con la presentación del equipo y de LLI.

Antes de empezar con la actividad central, se realizó una dinámica de rompehielo con el fin de conocer a las madres emprendedoras y de formar lazos sociales a través de la presentación de sus nombres, hobbies e intereses para una reunión. Con ello, se colocaban pegatinas con el nombre de cada una en el pecho para tener en conocimiento el nombre de la otra. Luego se prosiguió a reproducir un vídeo donde se manifiesta la problemática de brecha de género y de emprendedurismo en mujeres para que se identifiquen injusticias y se exhiba la reflexión de cada una de ellas en una ronda de diálogo.

Seguido a esto se abordó la dinámica central “El Mundo de la Emprendedora”, en el cual se

pegó un kraft en la pared y se les brindó post its del mismo color, lapiceros y agenda a las madres para que escriban anónimamente el nombre de su emprendimiento, sus dificultades para emprender y sus motivaciones. Se les dio la explicación de escribir una afirmación en un post it y la posibilidad de escribir más de una. Tras la cual, se procedió a pegar cada una de ellas en el kraft y al término, se les pidió pararse para que puedan acercarse a leer lo que se había escrito. Esta dinámica sirve para resaltar las particularidades y similitudes que se perciben en cada una de ellas.

Luego se realizó una ronda de diálogo en donde la facilitadora escogía un post it y pedía a la madre la exposición de sus respuestas. Ello, generó que entre ellas se reconozcan coincidencias, ya que la facilitadora manifestaba siempre la pregunta “¿a quién más le ha pasado?”, mientras las emprendedoras asentían y daban su opinión. En esta dinámica, se resalta la importancia de la escucha activa y la identificación entre ellas para declarar sus respuestas ya no de manera anónima.

Después, se procedió a realizar un coffee break, para que las madres puedan descansar, ver a sus hijos/as y se generen relaciones sociales.

Luego, se hizo una dinámica de actuación en grupos de 2 y 3 personas para trabajar en conjunto mediante la creatividad y el juego de roles respecto a su emprendimiento. Cada grupo debe crear su anuncio en un tiempo de 10 minutos teniendo en cuenta dos tips: no se vende el producto sino una experiencia y decir las ventajas y beneficios del producto. Para ello, se pone en una fuente diferentes productos para que los utilicen tal cual están o simulen que es el producto de su emprendimiento. Cada grupo demuestra distintas maneras de vender su producto estando en conjunto.

Luego de esta actividad se realizó el cierre, en el cual se procedió a tomar una foto grupal para mandar la foto mediante la creación de un grupo de WhatsApp; así como, se le invitó a la siguiente actividad.

**Resultados:** Los resultados de la sesión fueron positivos, principalmente porque las madres salieron con nuevos contactos apuntados en las agendas que les brindamos durante el taller. Eso reflejó que las emprendedoras empaticen con la otra y posean la intención de comunicarse mutuamente en torno a alguna situación con su emprendimiento. Además, se observó la iniciativa de cada una de las emprendedoras por exhibir su situación, debido a las coincidencias que se reconocieron durante la dinámica principal con la redacción y exposición de motivaciones y dificultades por ellas mismas. De esta manera, mediante el reconocimiento de su proceso de emprender se logrará que las madres emprendedoras se reconozcan como fuente de ayuda. Por ende, esta actividad responde al objetivo del proyecto, ya que las madres emprendedoras empezarán a practicar el apoyo social a través de la contención y la cooperación entre ellas generando un impacto positivo en sus emprendimientos. Asimismo, está relacionado con el indicador sobre el porcentaje de madres emprendedoras que reciben acompañamiento sobre sus emprendimientos por parte de sus compañeras.

**Lecciones aprendidas:** Tras la aplicación del taller y la preparación del mismo, hubo algunos puntos por corregir para la aplicación del taller en la siguiente fecha. En primer lugar, es importante tener un tiempo estimado mayor al de la intervención, pero que sea en un rango horario de preferencia por las madres, puesto que persiste la inseguridad de la zona. En segundo lugar, es importante incluir alguna actividad para los hijos/as de las madres en los talleres, ya que su asistencia incluye a los menores. En tercer lugar, mejorar el coffee break para que las madres y sus hijos estén satisfechos y continúen en la actividad. Finalmente, reconocer que existe preferencia por las actividades que generan movimiento. Asimismo, debido a la metodología empleada, el equipo executor del proyecto tuvo contacto directo con el público para comunicar cualquier mensaje, teniendo la conveniencia de desarrollar las dinámicas de manera protagónica. Sin embargo, tuvo menos oportunidad para monitorear los resultados alcanzados, por lo que es importante plantear detalladamente los medios por los cuales se

medirá el taller, así como hacerlos más prácticos para que se acaparen mucho tiempo del piloto.

**Cambios implementados tras el primer taller:** Inicialmente se pactó un horario pertinente para reunirnos con las madres emprendedoras, en el cual se consideró que se aplacé más de lo acordado para la actividad. También, se mantuvo un salón aparte con hojas, colores, plumones y libros para los hijos/as de las madres emprendedoras. Otro cambio fue mejorar el coffee break con comida más contundente y en mayor cantidad.

Otro cambio sustancial fue respecto al monitoreo de la actividad, en donde se realizó con anticipación una prueba de entrada y salida para la segunda actividad con el fin de medir los resultados de manera práctica y específica.

Asimismo, durante el transcurso de los días para la segunda actividad, un miembro del equipo ejecutor del proyecto tuvo una lesión física, produciéndole un reposo total para realizar actividades. De esa manera, el equipo se reorganizó rápidamente para solucionar este problema, por lo que se realizaron reuniones por zoom para derivar las funciones de la compañera a los otros miembros del equipo.

**Actividad 2:** “La Historia detrás de la emprendedora”

**Objetivo:** En esta actividad se trabajó con las madres emprendedoras en el tema de habilidades y fortalezas personales. El fin de esta actividad es el de identificar las habilidades y fortalezas que desarrollan las madres emprendedoras en su proceso de emprender.

**Fecha de realización del taller:** 10/06/2023

**Hora:** 4:30 - 6:30pm, sin embargo, se empezó a las 5 y culminó a las 7 por dos situaciones relevantes. En primer lugar, porque las madres asistieron mucho más tarde de la hora pactada y por problemas con el proyector y el material gráfico. Así que se decidió empezar 30 minutos más tarde.

**Número de asistentes:** En total participaron 10 madres emprendedoras. Esta es la misma cantidad del taller anterior; sin embargo, se esperaba recibir unas 15 participantes.

**Metodología:** El taller se realizó de manera presencial en el aula escolar prestada por la organización y en la misma hora con mayor disponibilidad de las beneficiarias. El piloto de la actividad tuvo que delimitar las dinámicas más relevantes de las cuatro sesiones planteadas en el proyecto. De esa manera, las dinámicas realizadas variaron entre dinámicas de juego de roles y se centraron en la estrategia de edutretenimiento mediante las historias de ellas y el entretenimiento a través de la creación de cómics. Estas actividades fueron realizadas con el objetivo de apuntar a la creatividad y a generar mayor participación de las emprendedoras; así como, para representar escenarios y proponer soluciones en equipo.

**Detalles de implementación:** Para este taller, la sesión se realizó de manera presencial en la misma aula prestada por la organización LLI. Asimismo, se tuvo presencia de 10 beneficiarias y 3 menores, por lo que se llevó a los menores al salón que ya se tenía separado con cuentos, hojas y plumones. También, al tener la misma cantidad de participantes que el anterior taller se dio inicio a la presentación del equipo ejecutor.

Después, se procedió a la dinámica rompehielos, en referencia a la dinámica de la araña con referencia a una red. De esa manera, se dio la indicación de pasarse un ovillo de lana, tirándole a otra persona que no se encuentre al lado suyo. Con ello, cada que se tenga el ovillo en la mano tendrán que mencionar su nombre, idea o emprendimiento, fortalezas y su sueño más atrevido (en referencia a la visualización a futuro). Esta dinámica genera que las madres se conozcan, empaticen, mencionen sus sueños y entren en confianza al iniciar cualquier actividad central.

Luego se dio paso a la prueba de entrada, en donde se entregó el termómetro de seguridad y se dio la indicación de responder 4 preguntas de manera anónima coloreando el termómetro, en referencia a si está menos pintado está frío, en 0° y si está todo pintado está caliente, es 100°. Teniendo la respuesta rápida de las beneficiarias, ya que fue una dinámica práctica para medir la actividad.

Seguido a esto se abordó la dinámica central en donde de manera individual cada madre deberá escribir su historia en una hoja de papel por unos 5 a 10 minutos. Para luego, agruparse en tríos o dúos y dialogar sobre sus historias para crear un cuento o cómic poniendo a un personaje principal en la historia reconociendo las habilidades y fortalezas entre ellas. Para ello, los materiales que se dieron fue un kraft pegado en las paredes para cada grupo e imágenes recortadas o post it para que puedan colocarlo en sus cómics. Después se procedió a que cada grupo exponga la historia creada, generando que entre todas se pueda dar feedback, así como que todas las emprendedoras reflexionen sobre las situaciones que han superado. Asimismo, se preguntó de estas historias qué habilidades o fortalezas reconocían en ellas y en otras, mencionando, también, que anoten en sus libretas lo que resaltan de ello. Así, se generó que se reconozcan las habilidades o fortalezas entre ellas.

Como dinámica final, se plantearon dos situaciones ficticias sobre emprendedoras, para operativizar las competencias y fortalezas identificadas en el cómic. De esta manera, se hicieron otros grupos de 2 y 3 para que busquen soluciones. Esto generó que reconozcan las habilidades o fortalezas entre ellas al ver como una responde a la misma situación que otra respondió, verificando las diferentes competencias en las emprendedoras.

**Resultados:** El recojo de resultados se dio mediante el termómetro de seguridad, realizado como prueba de entrada y de salida, en donde se comprobó que en un 100% se reconocieron las habilidades y fortalezas desarrolladas en la historia personal de cada una. Y en un 90% de manera positiva se comprobó el reconocimiento de la historia de otra madre emprendedora para el éxito de su emprendimiento. Asimismo, a partir del análisis se concluyó que los talleres y la metodología empleada lograron reconocer las fortalezas y habilidades de cada madre emprendedora desde el reconocimiento grupal a individual. Puesto que, se verificó que las habilidades y fortalezas de las otras emprendedoras fueron escritas en las agendas; así como, estas mismas motivaron a reconocer habilidades y fortalezas propias de cada una, también

reconocidas en las agendas. De esa manera, esta actividad piloto responde al objetivo del proyecto y se vincula con el indicador sobre la percepción positiva de que exista una red de apoyo.

**Lecciones aprendidas:** A lo largo de la ejecución del piloto, se dieron una serie de situaciones que pueden ser observadas para implementaciones futuras. La principal es empezar cada actividad con una presentación concreta del tema o conceptos que se tocarán en cada sesión, pues algunos conceptos (como habilidades y el de fortalezas) no eran usualmente discutidos y entendidos por las madres emprendedoras, por lo que es necesario tener un apoyo de material gráfico. También, si fuera posible tener una moderadora que facilite la narración de los cuentos y explique detenidamente la dinámica.

En cuestiones de infraestructura, es importante tener un segundo espacio con actividades planteadas para los menores que acompañan a las madres emprendedoras, puesto que al menos dos madres asistirán con sus hijos/as a las sesiones de las actividades. En cuestiones técnicas, dado que durante la sesión hubo problemas con el proyector, se recomienda revisar con anterioridad los equipos multimedia para empezar en la hora pactada de la sesión. Asimismo, es necesario tener un USB con músicas favoritas de las beneficiarias para que cuando se reúnan en grupos sea la música de fondo lo que también las motive a participar.

Por otro lado, para la replicabilidad de las actividades, se debe tomar en cuenta el tiempo estimado de 2 horas a 2 horas y media como mínimo para contrarrestar el tiempo de tardanza de las madres. También, se recomienda tener un cierre definitivo de la actividad con recomendaciones o tips para que las emprendedoras perciban el cierre de la sesión. Además, es importante brindar un coffee break contundente, ya que es llamativo para las madres y sus hijos/as. cierre de actividad, tiempo,

Finalmente, uniendo las lecciones aprendidas, consideramos reforzar dos puntos. En primer lugar, sobre los materiales, sería importante utilizar la ayuda de material gráfico o audiovisual

para cada sesión, ya que agilizará el diálogo en grupo. En segundo lugar, sobre el monitoreo de la actividad, es importante que se trabaje con moderadores o facilitadores, para que el equipo ejecutor del proyecto cuente con fichas de monitoreo para estandarizar los criterios de evaluación y para contar con las observaciones de todos los miembros del equipo de monitoreo. Asimismo, es importante que, si se realizan pruebas de inicio y final, se hagan apenas llegue la madre y al término de la sesión.

## **11. Sostenibilidad**

### ***Lazos de confianza***

El proyecto Emprendedoras Unidas considera varios factores que permiten la sostenibilidad del mismo. En primer lugar, se promueve la construcción de lazos de confianza que nacen a partir del enfoque de edentretenimiento, el cual promueve la educación desde ambientes lúdicos para que los conocimientos puedan ser interiorizados de mejor manera. Dichos lazos fortalecerán el involucramiento y la participación activa de las madres en el proyecto, lo que promoverá la construcción de agentes de cambio, líderes de su propio desarrollo. Los lazos de confianza, además, son la base para dar lugar a las prácticas de apoyo lo que a la vez conlleva a la construcción de una red de apoyo.

### ***Alianzas estratégicas***

La red de apoyo entre madres emprendedoras se institucionaliza en un colectivo orientado a la formación de alianzas estratégicas de tres tipos: formativo, financieras y de oportunidades en la zona. En el primer caso, se establecerán alianzas con instituciones formativas en temas de emprendimiento así como de cuidado ambiental y equidad de género que fortalecerán sus capacidades en el desarrollo de sus emprendimientos. De manera que, se genera un intercambio de conocimientos a nivel interinstitucional del cual las madres participantes resultarán altamente beneficiadas. Aquí como posible aliado encontramos a Forge, iniciativa que

promueve el aprendizaje dinámico a través del compartir de conocimientos e ideas orientadas a una economía global justa y equitativa.

Las alianzas de tipo financieras serán llevadas a cabo con potenciales inversionistas dispuestos a brindar un soporte económico a los emprendimientos. Soporte que, gracias a las ganancias que se genere, retornará para ser reinvertido con otras madres emprendedoras; lo cual, significará un importante incentivo para que las madres formen parte de este colectivo. Algunos potenciales aliados que hemos mapeado son *Latitud R*, plataforma regional que brinda apoyo financiero a través de inversión y préstamos de primera etapa a emprendimientos que fortalezcan la demanda de materiales reciclables; *Compartamos financiera* que cuenta con varios locales en el distrito de Ate Vitarte y *Proinnóvate* que constituye un programa que financia programas de emprendimiento en el Perú.

Finalmente, la red de apoyo formalmente constituida también facilitará la cooperación y coordinación con iniciativas estatales localizadas en la zona de Huaycán que también están orientadas a la educación en el ámbito de los emprendimientos tales como el Centro de Desarrollo Empresarial, Casa de la Mujer - Huaycán, Warmiwasi con las que se podrán realizar ferias, charlas y demás actividades en conjunto para fortalecer sus capacidades. En ese sentido, dichas iniciativas significan una oportunidad de establecer alianzas y sinergias, ya que comparten la misma zona de incidencia.

### ***Programa de Mentoría***

Adicionalmente, se plantea ejecutar un programa de mentoría como parte de una estrategia para la perdurabilidad del proyecto. De esta manera, se busca fomentar la transacción de conocimiento y habilidades de parte de las madres emprendedoras con mayor experiencia a aquellas que recién buscan introducirse en el mundo del emprendedurismo. Este programa tiene la posibilidad de verse reforzado por las alianzas formativas interinstitucionales, explicadas en párrafos anteriores, y representaría un incentivo relevante teniendo en cuenta la actual demanda

que tienen los cursos y demás plataformas de aprendizaje respecto a temas de emprendimientos. Muy solicitados por el grupo de beneficiarias con quienes se ejecutó el proyecto.

En esa misma línea, tomando en cuenta los resultados obtenidos en una encuesta realizada por LLI antes de iniciar la última edición del proyecto Mujeres Emprendedoras 2022, existe evidencia de la disponibilidad que tiene las madres emprendedoras de Huaycán de poder invertir en una especie de suscripción que les permita hacer partícipe de los beneficios que representa ampliar su formación profesional. De acuerdo a dicho sondeo, las beneficiarias estarían dispuestas a invertir de 15 a 25 soles por clases que aumenten sus conocimientos en temas vinculados a sus emprendimientos.

### ***Replicabilidad***

Otro factor importante vinculado a la perdurabilidad del proyecto es la alta capacidad de replicabilidad con la que cuenta tanto en zonas de Lima como en otras provincias. Durante el diagnóstico, se identificó que en los últimos años existe una creciente tendencia al emprendedurismo, sobre todo por parte de mujeres que en la mayoría de casos comparten las mismas condiciones de vida de las madres emprendedoras de Huaycán. Se observó que existe una situación económica similar, así como relacionamiento con su entorno, lo que conlleva al actual escenario en el que se priorizan proyectos vinculados a la formación de alianzas entre emprendedoras; es decir a las conexiones entre ellas, en lugar del beneficio económico que se genere.

Por ese motivo, se recomienda aplicar las actividades diseñadas en el presente proyecto con otras asociaciones de madres emprendedoras, pues al compartir las mismas características de la población con la que trabaja el presente proyecto, se espera tener los mismos resultados. Además, brindará un valor agregado vinculado a la posibilidad de compartir conocimientos entre los distintos colectivos, lo que promoverá la formación de un espacio de sororidad y crecimiento colectivo.

### ***Monitoreo***

Con el fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos planteados por intervención, se ha optado por realizar una evaluación de monitoreo al final de cada actividad. Asimismo, se consideró necesario realizar dos evaluaciones de medio término al final de cada fase del proyecto: una al terminar la fase 1 (término del mes 3) y otra al culminar la fase 2 (término del mes 6). El objetivo de este método consiste en que el proyecto debe estar habilitado para la realización de cambios y mejoras si es que así se conviene. Para lograr mayor detalle en los resultados, se hará uso de herramientas tanto cualitativas como cuantitativas para el recojo de información sobre las actividades ejecutadas y los resultados logrados, tales como encuestas, entrevistas y focus groups.

Cabe mencionar que el monitoreo estará a cargo de un comunicador para el desarrollo que deberá constatar el cumplimiento de los resultados deseados y que podrá contar con un facilitador, dependiendo de la cantidad de participantes que exista. Asimismo, para las evaluaciones de medio término se prevé utilizar un plan operativo que contribuirá al seguimiento de los gastos, así como la repartición de roles y el involucramiento de las participantes. Además, se elaborarán unas fichas por actividad para el registro de participantes y observaciones por actividad.

### ***Evaluación final***

Para conocer los logros y el nivel de cumplimiento del objetivo general, el proyecto también prevé la realización de una evaluación final al culminar los doce meses de trabajo. Esta evaluación permitirá conocer el grado de cumplimiento de los objetivos específicos en conjunto y de los resultados esperados establecidos en la teoría de cambio. Dicha evaluación tendrá una duración de dos semanas y hará uso de una metodología mixta (entrevistas, encuestas y focus group) que será establecida de acuerdo a las preguntas de cada uno de los indicadores.

## **12. Lecciones aprendidas**

### *Aprendizajes como equipo*

- Para los procesos creativos de co-creación fue importante contar con sesiones en modalidad presencial y haciendo uso de herramientas como pizarras, plumones y post-it, ya que facilitó plasmar las ideas que surgían orgánicamente y que estas no se pierdan a medida que el intercambio y feedback se daba.
- Reconocer las fortalezas y habilidades de cada integrante del equipo fue crucial para la distribución de roles y tareas, ya que permitió realizar un trabajo más ágil durante el proceso de diagnóstico, diseño e implementación. Si bien esta división fue clara, siempre se tuvieron espacios de feedback y validación en el que todo el equipo se involucró.
- Fue fundamental realizar un mapeo de los contactos y experiencias previas de cada integrante del equipo para la elección de la organización y proyecto con los que se trabajaría. Esto permitió encontrar a líderes ejecutoras que estén alineadas a los objetivos del proyecto y generar sinergias, más allá del curso.

### *Aprendizajes que han generado diálogo con la formación profesional*

- Se amplificó la comprensión del diseño de proyectos a partir de la teoría del cambio, lo cual es clave para desarrollar aquellos que buscan generar un interrelacionamiento entre las personas que forman parte de la comunidad de impacto, en tanto comprende un proceso no lineal.
- Se conocieron nuevos ámbitos de desarrollo de proyectos. Por un lado, el apostar por generar impacto en la integración de madres emprendedoras y, por otro lado, el abordar una comunidad autogestionaria de Lima que pertenece a una sección de Lima Este que no suele ser visibilizada y considerada para este tipo de proyectos: Huaycán.
- Se reconoció la importancia de plantear indicadores medibles y verificables durante el diseño del proyecto. Esto permitió tener claridad sobre el impacto que se buscó generar

con este proyecto, pero también para toda iniciativa profesional que se quiera emprender.

- A pesar de que se busque conocer exhaustivamente al público objetivo y su entorno, siempre surgen nuevos detalles o aspectos que son cruciales de incorporar a la estrategia del proyecto. En ese sentido, se consideró importante validar y reajustar los conceptos y términos en los que se basa el proyecto durante el trabajo de campo.
- Se identificó la relevancia de la formación interdisciplinaria de la comunicadora para el desarrollo haciendo énfasis en las herramientas artístico-culturales orientadas hacia la validación y gestión emocional, debido a la complejidad del público objetivo.

#### *Sugerencias para el diseño e implementación de similares proyectos*

- Desde el primer contacto construir relaciones de confianza con las líderes de la organización y la comunidad de impacto es clave, porque facilita una mayor comprensión de la problemática a abordar y contar con aliadas para la convocatoria e impacto del proyecto. En esa línea, se recomienda priorizar la aplicación de técnicas de recojo de información de manera presencial.
- Garantizar espacios de retroalimentación en los que participen las líderes de la organización y la comunidad de impacto para que el proyecto pueda ser apropiado por ellas, lo cual repercute en la sostenibilidad del mismo.
- Si bien algunas actividades del proyecto podrían aplicarse en modalidad virtual, se recomienda optar por la modalidad presencial, ya que posibilita intercambiar, reconocer y afianzar las interrelaciones entre las personas de la comunidad de impacto de manera más tangible al compartir un mismo espacio físico.
- Cada actividad a implementar debe tener un itinerario a seguir, pero es necesario tener la apertura y flexibilidad para modificar el orden y sentido de las dinámicas

dependiendo de las características del entorno y la atmósfera que se crea entre las participantes.

- Contar con una estrategia para gestionar la llegada de los hijos de las participantes a las actividades del proyecto, ya que se les suele complicar dejarlos al cuidado de otra persona. Se sugiere apoyarse en las líderes de la organización y otros *stakeholders* para garantizar que ello no represente una complicación para el desarrollo óptimo del proyecto.
- Optar por un enfoque de eduentretenimiento, ya que se posibilita el aprendizaje e intercambio de manera lúdica, flexible, horizontal y cómoda para las participantes. Esto facilita la fluidez y espontaneidad del surgimiento de ideas y experiencias, lo cual a su vez favorece la generación de interacciones y trabajo colaborativo entre las asistentes.
- Contar con personas éticas que lideren la gestión del presupuesto y de evaluación del proyecto es clave para acceder a diversas fuentes de financiamiento y posibilitar la sostenibilidad del mismo.

### **13. Referencias bibliográficas**

- Almanza, A. & Del Alcazar, M. (2020). *Factores relacionados a la consolidación de los emprendimientos: Diagnóstico y descripción en los emprendimientos consolidados de La Feria de Barranco* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Digital de Tesis y Trabajos de Investigación PUCP.  
[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17026/ALMANZA\\_AMBIA\\_DEL\\_ALCAZAR\\_RUIZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17026/ALMANZA_AMBIA_DEL_ALCAZAR_RUIZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Avendaño, W., Rueda, G. & Velasco, B. (2021). Percepciones, conocimientos y habilidades financieras en estudiantes de educación media. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93).  
<https://www.redalyc.org/journal/290/29066223014/html/>
- Barrientos, M. (2005). La participación. Algunas precisiones conceptuales. *Universidad Nacional de Córdoba*, 1-5.  
<http://agro.unc.edu.ar/~extrural/LaPARTICIPACION.pdf>
- BBVA (12 de abril de 2023). *Qué es la solvencia financiera y cómo se puede calcular*. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-la-solvencia-financiera-y-como-se-puede-calcular/>
- Carranza, J. (2021). Centro de Integración Cultural para la comunidad de Huaycán – ATE [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio de Investigación.  
[https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/5102/JORDY%20EDWIN%20SALVADOR%20CARRANZA\\_TITULO%20PROFESIONAL\\_2021.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/5102/JORDY%20EDWIN%20SALVADOR%20CARRANZA_TITULO%20PROFESIONAL_2021.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Centro Centroamericano de Población (CPP) et al. (2023). Redes de apoyo social.

En Cepal.org (ed.). I Informe estado de situación de la persona adulta mayor en Costa Rica (pp. 83 – 99).

[https://ccp.ucr.ac.cr/espam/descargas/ESPAM\\_cap5web.pdf](https://ccp.ucr.ac.cr/espam/descargas/ESPAM_cap5web.pdf)

Conexión ESAN (22 de abril de 2020). *Empresas con problemas de liquidez: ¿a qué conflictos se enfrentan?* <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/problemas-liquidez-conflictos>

De la Mata, G. (2012, 8 de febrero). Metodologías para la innovación social: el World Café. *Innovation for Social Change*.

<https://innovationforsocialchange.org/metodologias-para-la-innovacion-social-el-world-cafe/>

Gracia, E. (2011). *Apoyo social e intervención social y comunitaria*. Desclée De Brouer.

[https://www.researchgate.net/profile/Enrique-Gracia/publication/278775932\\_Apoyo\\_social\\_e\\_intervencion\\_social\\_y\\_comunitaria/links/5e48fa25458515072da0b906/Apoyo-social-e-intervencion-social-y-comunitaria.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Enrique-Gracia/publication/278775932_Apoyo_social_e_intervencion_social_y_comunitaria/links/5e48fa25458515072da0b906/Apoyo-social-e-intervencion-social-y-comunitaria.pdf)

Gracia, E. & Herrero, J. (2006). La comunidad como fuente de apoyo social: evaluación e implicaciones en los ámbitos individual y comunitario. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 38(2), 327 – 342.

<https://www.redalyc.org/pdf/805/80538207.pdf>

Gamero, J. & Pérez, J. (2020). *Perú › Impacto de la COVID-19 en el empleo y los ingresos laborales*. Organización Internacional del Trabajo.

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_756474.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_756474.pdf)

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, (58), 26 - 39.

<https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>

Gutiérrez, W., Sepúlveda, C. & Gonzales, G. (2018) Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 26 (1), 163-180. <https://www.redalyc.org/journal/909/90953767009/html/>

Guzman, C. (26 de agosto de 2019). Ecosistema emprendedor: ¿Qué es y cuáles son sus componentes? *PQS*. <https://pqs.pe/emprendimiento/ecosistema-emprendedor-que-es-cuales-son-sus-componentes/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta edición). McGraw-Hill.

<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Hospital de Huaycán. (2020). *Análisis situacional de salud*. [https://www.hospitalhuaycan.gob.pe/SIESMAR/Archivos/epidemiologia/3.5.0.0/Analisis\\_situ-04\\_01\\_2021-11;44;09.pdf](https://www.hospitalhuaycan.gob.pe/SIESMAR/Archivos/epidemiologia/3.5.0.0/Analisis_situ-04_01_2021-11;44;09.pdf)

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Resultados definitivos de los Censos Nacionales 2017. Provincia de Lima. Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1583/](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1583/)

Municipalidad distrital de Ate (2021). Boletín N°1. *Población del distrito de Ate 2021*.

[https://www.muniate.gob.pe/areas/SGCGPI/boletin%20de%20poblacion%20v2%](https://www.muniate.gob.pe/areas/SGCGPI/boletin%20de%20poblacion%20v2%20)

[20\(3\).pdf](#) .

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2022). *Brechas de género 2022*

*Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres.*

<https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/3823328-peru-brechas-de-genero-2022-avances-hacia-la-igualdad-de-mujeres-y-hombres>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2022). *Perú: Proyecciones de*

*Población Total según Departamento, Provincia y Distrito, 2018-2022.*

<https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/3464927-peru-proyecciones-de-poblacion-total-segun-departamento-provincia-y-distrito-2018-2022>

Lara, S. (2001). Una estrategia eficaz para fomentar la cooperación. *Estudios sobre*

*Educación*. 1. 99 - 110.

<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7948/1/Notas4.pdf>

Larsen, F. (2019). Comunicación y desarrollo de las agendas internacionales.

*Relaciones Internacionales*, (56), 159 – 178).

La República. (14 de marzo de 2023). ¿Qué significa Huaycán y que tiene que ver

con los huacos?. *La República*.

<https://larepublica.pe/sociedad/2022/11/21/ate-por-que-se-llama-huaycan-a-la-popular-localidad-de-este-distrito-y-cual-es-su-historia-evat>

León, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los

factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios*

*Gerenciales*, 34(146), 19 – 33.

<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v34n146/0123-5923-eg-34-146-00019.pdf>

PNUD (2005). Huáycan Construyendo una Ciudad Segura y Saludable. Lecciones aprendidas y sistematización de buenas prácticas.

<http://bvpad.indeci.gob.pe/doc/pdf/esp/doc307/doc307.htm>

Robirosa, M. et al. (1990). Turbulencia y planificación social. Lineamientos metodológicos de gestión y proyectos sociales desde el Estado.

[https://aulavirtual.agro.unlp.edu.ar/pluginfile.php/55387/mod\\_resource/content/2/robirosa-turbulencia-y-planificacion.pdf](https://aulavirtual.agro.unlp.edu.ar/pluginfile.php/55387/mod_resource/content/2/robirosa-turbulencia-y-planificacion.pdf)

RPP Noticias (2022). *Perú: 9 de cada 10 MYPES trabaja en la informalidad.*

[Archivo de Video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=6j7ADlAlfxA>

Sousa, I. et al. (2012). La participación comunitaria en la gestión creativa. *Revista SciELO,*

13(1).[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1317-58152012000100002#:~:text=Montero%20\(1993\)%20se%C3%B1ala%20cinco%20niveles,%2C%20Decisi%C3%B3n%2C%20Control%20y%20Gesti%C3%B3n.](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152012000100002#:~:text=Montero%20(1993)%20se%C3%B1ala%20cinco%20niveles,%2C%20Decisi%C3%B3n%2C%20Control%20y%20Gesti%C3%B3n.)

The Light and Leadership Initiative (s/f). *Who we are*

<https://lightandleadership.org/who-we-are/#:~:text=The%20Light%20and%20Leadership%20Initiative%E2%80%99s%20mission%20is%20to,quality%20of%20education%20offered%20to%20women%20and%20children.>

Núñez, G., Marquina, O., León, L., & Sánchez, M. (2017). *Guía de Investigación en Ciencias y Artes de la Comunicación*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Vicerrectorado de Investigación, Dirección de Gestión de la Investigación.

<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/133223>

Villada, F., López, J. & Muñoz, N. (2017). El papel de la educación financiera en la formación de profesionales de la Ingeniería. *Formación Universitaria*, 10(2), 13-22.

[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-50062017000200003](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50062017000200003)

Yacuzzi, E. (2005). El Estudio De Caso Como Metodología De Investigación: Teoría, Mecanismos Causales, Validación. *Documentos de Trabajo*, 1–37.

<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=18373077&lang=es&site=ehost-live>

De la Mata, G. (2012, 8 de febrero). Metodologías para la innovación social: el World Café. *Innovation for Social Change*.

<https://innovationforsocialchange.org/metodologias-para-la-innovacion-social-el-world-cafe/>

Diharce, N. (2015). Teatro testimonial: una propuesta de educación intercultural. *Diálogo andino*, (47), 123-132.

[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-26812015000200013](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-26812015000200013)

Freire, P. (1970). *Pedagogía del Oprimido*. Montevideo: Tierra Nueva.

Instituto de Investigaciones Jurídicas (2011) *Protocolo de contención emocional para profesionales que atienden a víctimas de violencia de género*. Núcleo Multidisciplinario sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia “Cecilia Loria Saviñón” .

[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/50323/Protocolo\\_de\\_Co ntencion\\_emocional\\_para\\_profesionales.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/50323/Protocolo_de_Co ntencion_emocional_para_profesionales.pdf)

Ortiz, A. y Rivero, G. (2007). Desmitificando la Teoría del Cambio.

<https://planificacionsocialunsj.files.wordpress.com/2011/09/demistificando-la-teoria-del-cambio.pdf>

Salazar Silva, F., & Sánchez Serrano, S. J. (2018). *Concepciones de la cooperación social: Weber y Mises*. IUSTITIA, (15), 85–105.

<https://doi.org/10.15332/iust.v0i15.2087>

Salvador, J. (2021). *Centro de Integración Cultural para la comunidad de Huaycan – Ate*. [Título Profesional de Arquitecto]. Repositorio Institucional UNFV.

<https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/5102>

Tufte, T. (2008). El edu-entretenimiento: buscando estrategias comunicacionales contra la violencia y los conflictos. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. 31(1), 157 – 182.

<https://www.redalyc.org/pdf/698/69830989008.pdf>

Tufte, T., & Obregón, R. (28 de Julio de 2010). La Iniciativa de Comunicación. Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe. Obtenido de La Iniciativa de Comunicación. Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe.

<http://www.comminit.com/la/content/son-de-tambora-269-edu-entretenimientoy-cambio-social-hacia-una-nueva-agenda-conceptual>

UNICEF. (2023). *Misión #5 - Cooperación*. Plan 12.

<https://www.unicef.org/lac/misión-5-cooperación>

Vega, O. y González, D. (2009). Apoyo social: elemento clave en el afrontamiento de la enfermedad crónica. *Revista Enfermería global*, (16).

[https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1695-](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1695-)

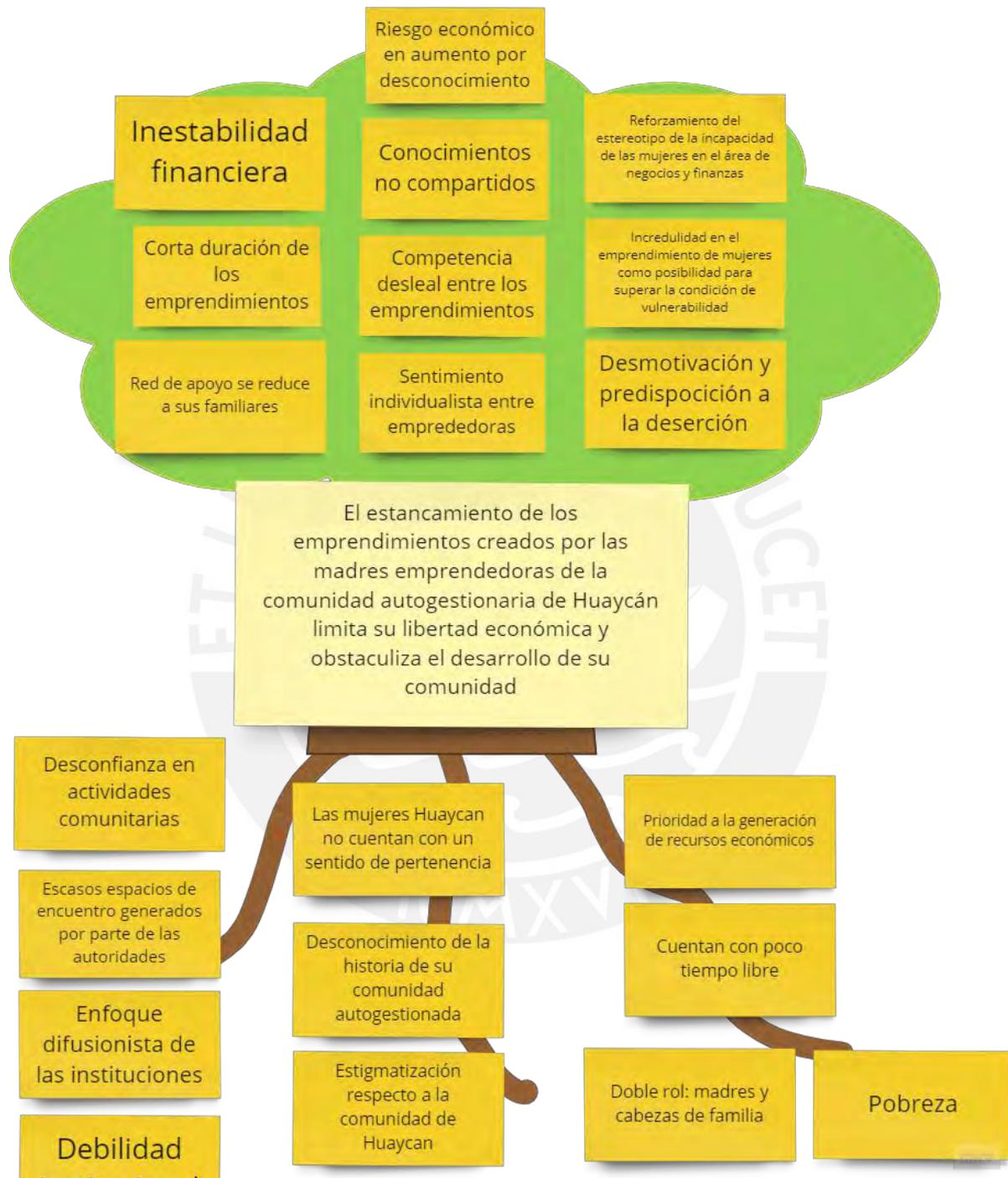
[61412009000200021](#)

INEI. (2018). Resultados definitivos de los Censos Nacionales 2017. Provincia de Lima. Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas, Lima 22 de octubre 2018.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1583/](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1583/)



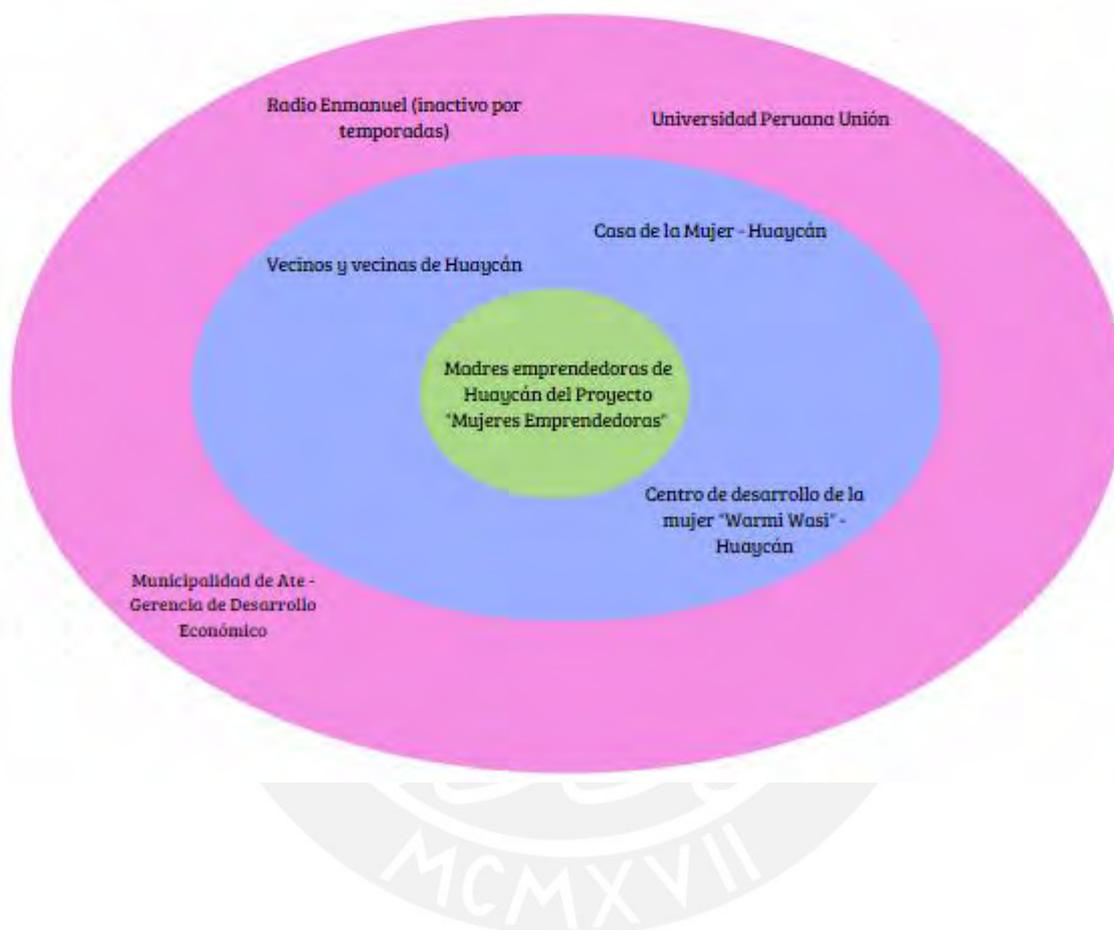
## 14. Anexos

### Anexo 1 - Árbol de problemas



## Anexo 2. Mapeo de stakeholders

# MAPEO DE STAKEHOLDERS



### Anexo 3. Guía de entrevista

Nombre:

Edad:

---

1. ¿Es madre? ¿Cuántos hijos tiene? Si responde que NO preguntar el 2.
2. ¿Se considera el soporte de la familia o apoyas a algún familiar en casa?
3. ¿Con quién vives?
4. ¿Vive en una casa/departamento/habitación? ¿Alquilado o propio?
5. ¿Actualmente a qué se dedica?

#### SOBRE EL CONTEXTO ESPACIAL Y ENTORNO

6. ¿En qué zona de Huaycán vive?
7. ¿Cómo describirías a la población de la zona (mencionar la zona en la que vive)?
8. ¿Qué dificultades observaste en tu comunidad/zona?
9. ¿Sientes que existe una unión a nivel comunitario con las mujeres de la zona (mencionar la zona en la que vive) D?
10. ¿Cuáles son los principales espacios en los que se relacionan con su entorno?
11. ¿Cuáles consideras que son las semejanzas que tienes con las mujeres de la zona (mencionar la zona en la que vive) D?

#### SOBRE LOS EMPRENDIMIENTOS

12. ¿Qué factores te motivaron a emprender?
13. ¿Qué te motivó a crear tu emprendimiento considerando que cuenta con un trabajo formal estable? (solo si responden otro trabajo en la 3)

14. ¿Cómo combinan el rol de madre con ser emprendedoras? (Solo si responde sí en la 1)
15. ¿Quiénes te ayudan (se involucran) en tu emprendimiento y cómo?
16. ¿Consideras que has aplicado a tu emprendimiento lo aprendido en el proyecto edición 2022? ¿Qué resultados obtuviste?
17. ¿Quieres llevar a un siguiente nivel tu emprendimiento? Es decir, ¿quieres que tu emprendimiento crezca y se formalice con el tiempo?

#### SOBRE LA COMUNICACIÓN

18. ¿Cómo fue la interacción/comunicación que usted tuvo con las encargadas del proyecto de Mujeres emprendedoras?
19. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utilizaron mayormente en el proyecto?
20. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usa mayormente en su vida diaria?

#### SOBRE LA INTERACCIÓN SOCIAL

21. ¿Reconoce algunas actividades de interacción con las demás participantes del proyecto?
22. ¿Consideras haberte integrado con las otras participantes del proyecto? ¿Por qué?
23. Asimismo, ¿usted tuvo contacto con las mujeres que participaron en el proyecto durante y al término del proyecto? Si es si, preguntar ¿el contacto fue por su emprendimiento o para formar una relación amical?
24. ¿Usted aún mantiene comunicación con ellas? Si es SI o NO, preguntar ¿Por qué?
25. Por último, ¿Qué conoce en torno a los temas de “emprendimiento femenino”, “educación financiera”, “interacción social”, “red de apoyo”?

#### SOBRE LA INTERACCIÓN A FUTURO:

26. ¿Le gustaría a usted poder conectar/interactuar con muchas de las mujeres emprendedoras en Huaycán para fortalecer su emprendimiento? ¿Estarías interesada en integrarse con ellas fuera del proyecto? Así como, ¿Le gustaría que se mantenga su comunicación con ellas?
27. ¿Consideras que emprender se relaciona con fortalecer las capacidades de las mujeres y ser más independientes?



## Anexo 4 - Guía de encuesta 1

### HÁBITOS DE USO Y CONSUMO DE INFORMACIÓN

1. ¿Qué medios de comunicación usas más para informarte (ver y leer noticias)?
  - Redes sociales
  - Televisión
  - Radio
  - Diario
  - Otro
2. ¿Qué red social usas más para comunicarte con tu familia, amistades y clientes?
  - Facebook
  - WhatsApp
  - Instagram
  - Tiktok
3. ¿Formas parte de grupos de Whatsapp o de Facebook (no de familias)?
  - Sí
  - No
4. Coméntanos algunos grupos de los que formas parte. (Ejemplo: Grupos de Compra y

---

### SOBRE TUS CONOCIMIENTOS PARA EMPRENDER Y TU EXPERIENCIA EN EL PROYECTO “MUJERES EMPRENDEDORAS”

5. Después de haber participado en los talleres brindados por el proyecto "Mujeres Emprendedoras" de LLI: ¿Qué tan preparada te sientes para comenzar a emprender?
  - Muy preparada
  - Algo preparada

- Preparada
  - Poco preparada
  - Nada preparada
6. ¿Has complementado el aprendizaje que obtuviste con otros cursos o talleres?
- Sí
  - No
7. Siguiendo la pregunta anterior, coméntanos qué temas complementaste y cómo lo hiciste
- 
8. ¿Qué tanto te gustó participar del Proyecto "Mujeres Emprendedoras"?
- No me gustó totalmente
  - No me gustó parcialmente
  - Ni me gusto ni me disgustó
  - Me gustó poco
  - Me gustó bastante
9. ¿Qué aspectos mejorarías del Proyecto "Mujeres Emprendedoras"? Coméntanos
-

**Anexo 5 - Guía de encuesta 2**

1. Coméntanos: ¿Cuál fue tu idea de emprendimiento en el proyecto de Luz y liderazgo?  

---
2. ¿En qué situación actual se encuentra tu emprendimiento?
  - Está activo
  - Está inactivo
3. En caso de estar activo ¿Con qué redes sociales cuenta tu emprendimiento? Puedes marcar más de una opción
  - WhatsApp
  - Facebook
  - Instagram
  - TikTok
4. Coméntanos: ¿Cómo realizas las ventas de tu emprendimiento? (por grupos de Facebook, por estados de WhatsApp, etc.)  

---
5. En caso de estar inactivo, coméntanos: ¿Cuáles son las razones de ello?  

---
6. ¿Conoces otros emprendimientos de mujeres de tu comunidad (Huaycán)?
  - Sí
  - No
7. Sobre la anterior pregunta, coméntanos ¿Qué emprendimientos conoces?  

---
8. ¿Has apoyado alguno de estos emprendimientos?
  - Sí
  - No

9. ¿De qué manera se ha dado este apoyo? Puedes marcar más de una opción

- He comprado algún producto
- Lo he compartido en mis redes sociales
- He acompañado a la dueña a comprar/entregar o algún otro momento del producto
- He cuidado a sus hij@s cuando lo necesitaba
- He ayudado en la elaboración del producto (cocinar, pintar, coser, etc)
- Le he recomendado proveedores
- He ayudado en el empaquetado de los productos
- Le he brindado aliento y apoyo en momentos difíciles
- Otra: \_\_\_\_\_

10. ¿Crees que las mujeres emprendedoras deben apoyarse entre sí?

- Sí
- No

11. Sobre la respuesta anterior, coméntanos: ¿Por qué?

---

12. En caso de haber marcado sí, ¿Cómo crees que pueda darse este apoyo?

---





<p>Contactar con dos moderadoras especialistas en dinámicas rompe hielo e integración comunitaria</p>	<p>Virtual</p>	<p>Equipo ejecutor del proyecto</p>																																	
<p>Planificación de actividad y recursos (lugar, sillas y equipo multimedia) mediante reunión entre ONG LLI y equipo</p>	<p>Virtual</p>	<p>Equipo ejecutor del proyecto</p>																																	
<p>Envío de lista de materiales para LLI</p>	<p>Virtual</p>	<p>Equipo ejecutor del proyecto</p>																																	
<p>Realizar forms de inscripción y flyer de difusión de la</p>	<p>Virtual</p>	<p>Equipo ejecutor del</p>																																	



<p>Ejecución de talleres (2 sesiones)</p>	<p>Oficina LLI en Huaycán</p>	<p>Dos moderadoras especialistas en dinámicas rompe hielo e integración comunitaria</p>																																					
<p>Monitoreo de la actividad</p>	<p>Oficina LLI en Huaycán</p>	<p>Equipo ejecutor del proyecto</p>																																					
<p><b>ACTIVIDAD 2: Taller “La historia detrás de la emprendedora</b></p>	<p><b>Oficina LLI en Huaycán</b></p>	<p><b>Una moderadora especialista en narración</b></p>																																					

		<b>de cuentos con enfoque de género</b>																																					
Contactar con una moderadora especialista en narración de cuentos con enfoque de género	Virtual	Equipo ejecutor del proyecto																																					
Seguimiento con aliados	Virtual	Equipo ejecutor del proyecto																																					
Seguimiento con moderadora	Virtual	Equipo ejecutor del proyecto																																					









<p>Monitoreo de la actividad</p>	<p>Oficina LLI en Huaycán</p>	<p>Equipo ejecutor del proyecto</p>	20 empty columns
<p><b>FASE 2:</b></p>			
<p><b>ACTIVIDAD 4: Taller “Cartera de emprendedoras”</b></p>	<p><b>Oficina LLI en Huaycán</b></p>	<p><b>Moderadora especialista en Educación Financiera con enfoque de género</b></p>	20 empty columns
<p>Contactar con una especialista en educación financiera con enfoque de género</p>	<p>Zoom</p>	<p>Equipo ejecutor del proyecto</p>	20 empty columns

Contactar con aliados	Virtual	Equipo ejecutor del proyecto																																	
Seguimiento de la especialista	Virtual	Equipo ejecutor del proyecto																																	
Seguimiento con aliados	Virtual	Equipo ejecutor del proyecto																																	
Planificación de taller con especialista	Zoom	Equipo ejecutor del proyecto																																	
Creación de material de apoyo	Virtual	Equipo																																	

















<p>Evaluación de medio término (evaluar críticamente el diseño del proyecto, las estrategias de implementación y la ejecución administrativa y técnica)</p>		<p>Equipo de monitoreo</p>																																						
<p>Ajustes o Identificación a los avances, dificultades, lecciones aprendidas y buenas practicas durante el proyecto hasta este momento</p>		<p>Equipo de monitoreo</p>																																						
<p><b>FASE 3:</b></p>																																								

<p><b>ACTIVIDAD 6: Talleres vivenciales “El ejemplo de mamás”</b></p>	<p><b>Caral y Oficina LLI en Huaycán</b></p>	<p><b>Representantes de la comunidad de vianderas de Caral y Representante de la comunidad de mujeres emprendedoras de Chincheros.</b></p>																																					
<p>Contactar con los representantes de la comunidad de vianderas de</p>	<p>Virtual</p>	<p>Equipo ejecutor del proyecto</p>																																					









<p><b>ACTIVIDAD 7: Talleres prácticos “Juntas somos más”</b></p>	<p><b>Oficina LLI en Huaycán</b></p>	<p><b>4 talleristas especializado s marketing digital colaborativo, abastecimien to de productos, e-commerce y packaging para emprendimie ntos</b></p>																																					
<p>Contactar con talleristas</p>	<p>Virtual</p>	<p>Equipo ejecutor del</p>																																					











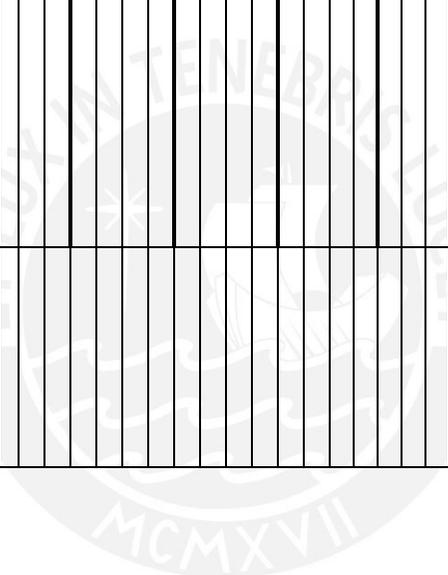
Planeamiento de feria entre emprendedoras	Oficina LLI en Huaycán	Consultor de gestión de eventos públicos y emprendedoras																																											
Compra y alquiler de insumos para la feria	Virtual	Consultor de gestión de eventos públicos																																											
Feria (3 días: viernes, sábado y domingo)	Cancha deportiva de la zona D en	Consultor de gestión de eventos públicos y																																											







<p>Monitoreo de la actividad</p>	<p>Oficina LLI en Huaycán</p>	<p>Equipo ejecutor del proyecto</p>	33 empty columns	1 orange column	1 orange column	1 orange column	1 orange column	1 empty column	1 empty column	1 empty column
<p>Cierre del proyecto</p>	<p>Oficina LLI en Huaycán</p>	<p>Equipo ejecutor del proyecto</p>	33 empty columns	1 yellow column	1 empty column	1 empty column	1 empty column	1 empty column	1 empty column	
<p>Evaluación final</p>	Empty cell	<p>Equipo de monitoreo</p>	33 empty columns	1 red column	1 empty column	1 empty column	1 empty column			



## Anexo 7 - Presupuesto

PRESUPUESTO					
<b>I. Personal</b>					
			53.953,86		44,96%
<b>II. Gastos Generales</b>					
			3.600,00		3,00%
<b>III. Gastos Operativos</b>					
	Utiles oficina	4.988,34			
	Movilidad	13.508,66			
	Alquiler salas	11.000,00			
	Honorarios	17.900,00			
	Alquiler equipos	5.483,12			
	Viáticos	6.006,02			
			58.886,14		49,07%

IV. Inversiones					
			3.560,00		32,63%
<b>TOTAL</b>			<b>120.000,00</b>		<b>100,00%</b>

PERSONAL														
Cargo	Sueldo	Tiempo meses	Meses		Dedicación		Costo plaza	CTS	Rem + Ap Pat	Nº Pagos	Monto c/pago sin CTS	Mes	Gasto	
Jefe de Proyecto	2.300,00	1 a 12	12	1	TC	1	37.781,33	2.683,33	35.098,00	12,00	2.924,83	1	3.751,42	
Asistente de Proyecto	1.300,00	1 a 12	12	1	MT	0,5	10.677,33	758,33	9.919,00	12,00	826,58	2	3.751,42	
												3	3.751,42	
												4	3.751,42	
												5	4.325,03	CTS
												6	3.751,42	

	7	7.502,83	Gratificación
	8	3.751,42	
	9	3.751,42	
	10	3.751,42	
	11	4.611,83	CTS
	12	7.502,83	Gratificación
	<b>Total</b>	<b>53.953,86</b>	





10	5.034,00
11	3.995,33
12	3.730,00
<b>Total</b>	<b>58.886,14</b>

<b>GASTOS GENERALES</b>	
<b>Gasto por mes</b>	
Agua	30,00
Luz	40,00
Asesoría Legal	200,00
Plan mensual móvil	30,00
<b>Total</b>	<b>300,00</b>
<b>Total en 12 meses</b>	<b>3.600,00</b>



INVERSIONES			INGRESOS		
Unidad	Bienes	Costo (S/.)	Mes	Fuente 1	Fuente 2
1	Laptops	1200,00	1	30.000,00	
1	Impresora Multifuncional	200,00	2		
1	Proyector	500,00	3		-
1	Ecran	200,00	4		-
			5		30.000,00

3	Extensiones	60,00	6			
1	Cámara digital	600,00	7	30.000,00		
2	Micrófonos	200,00	8			
2	Parlantes	600,00	9			
			10			
Total		3560,00	11		30.000,00	
			12			
				60.000,00	60.000,00	120.000,00

