

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer
Empresaria Lambayecana durante el año 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Leslie Tatiana Farroñan Martinez

ASESOR

Jorge Alfredo Huarachi Chavez

<https://orcid.org/0000-0002-3243-962X>

Chiclayo, 2023

**Crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité
Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019**

PRESENTADA POR

Leslie Tatiana Farroñan Martinez

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Linda Marita Cruz Pupuche
PRESIDENTE

Ángel Eduardo Llatas Rivas
SECRETARIO

Jorge Alfredo Huarachi Chavez
VOCAL

Dedicatoria

A mis padres Juana y Orlando por su incondicional apoyo tanto en mi educación académica, como en mi vida personal; quienes con su confianza, dedicación y amor me han permitido que llegue a cumplir este logro Y culminar mi carrera profesional.

Agradecimientos

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida, por ser mi guía bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con éxito mis metas propuestas.

A Segundo Luigi Hoyos, por su apoyo, paciencia y motivación constante durante el trayecto.

Asimismo, agradecer a la señora Graciela Alegría Olazábal, presidenta del comité gremial Mujer Empresaria Lambayecana del CCLAM; por su amabilidad, y confianza en facilitarme la información para el desarrollo de esta investigación.

REVISIÓN TURNITIN

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%	10%	3%	9%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.100negocios.com Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
3	Submitted to Escuela Politecnica Nacional Trabajo del estudiante	1%
4	Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Trabajo del estudiante	1%
5	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	asep.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.ucss.edu.pe Fuente de Internet	<1%

Índice

Resumen	7
Abstract	8
I. Introducción	9
II. Marco teórico	12
2.1. Antecedentes	12
2.2. Bases teóricas	14
III. Metodología	19
3.1. Tipo y nivel de investigación	19
3.2. Diseño de la investigación	19
3.3. Población, muestra y muestreo	19
3.4. Criterios de selección	20
3.5. Operacionalización de variables	21
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.7. Procedimientos.....	22
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos	22
3.9. Matriz de consistencia.....	24
3.10. Consideraciones éticas	25
IV. Resultados y discusión	26
V. Conclusiones	35
VI. Recomendaciones.....	37
VII. Referencias	39
VIII. Anexos	46

Lista de tablas

Tabla 1: Operacionalización de variables	21
Tabla 2: Matriz de consistencia.....	24

Lista de figuras

Figura 1: Proceso general del análisis de datos cualitativos.	23
Figura 2: Dificultades para las empresarias	77
Figura 3: Influencia de factores en la expansión de la empresa.....	77

Resumen

Esta investigación surge de la necesidad de estudiar el emprendimiento femenino en Lambayeque, el cual es de vital importancia para el desarrollo y consolidación del comité Gremial, así como ser modelo para otras emprendedoras que quieran saber más de ellas. El objeto fue evaluar el crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019. La investigación tiene un enfoque cualitativo, de tipo aplicada, diseño no experimental y nivel descriptivo. La población está conformada por 160 mujeres integrantes del comité gremial “Mujer Empresaria Lambayecana”, la muestra son 9 mujeres empresarias. El tipo de muestreo es el no probabilístico y por saturación en donde se aplicó una entrevista abierta estandarizada. Los resultados mostraron que los factores del crecimiento fueron el acceso al capital, la educación y la capacitación, la libertad para trabajar y viajar, el apoyo, los ideales culturales de los negocios de mujeres fuertes y el liderazgo político. Concluyendo que los principales factores para seguir la expansión es el financiamiento para aumentar la capacidad de producción, en el que piden ayuda a entidades bancarias, pero éstos no confían en ellas porque aún las catalogan como clientes en riesgo, obstaculizando de esta forma el emprendimiento en el Perú. Además de la falta de conocimiento en manejo de la tecnología y dentro de ellos el uso de redes sociales para poder publicitar mejor sus productos y llegar a más clientes.

Palabras clave: Mujer empresaria, Emprendimiento femenino, Mujer lambayecana,

Abstract

This research arises from the need to study female entrepreneurship in Lambayeque, which is of vital importance for the development and consolidation of the union committee, as well as being a model for other entrepreneurs who want to learn more about them. The purpose was to evaluate business growth of the businesswomen of the Lambayecana Women's Business Union Committee during the year 2019. The research has a qualitative approach, of an applied type, non-experimental design and descriptive level. The population is made up of 160 women members of the union committee "Mujer Empresaria Lambayecana", the sample is 9 business women. The type of sampling is non-probabilistic and by saturation in which a standardized open interview was applied. The results showed that the limiting factors were access to capital, education and training, freedom to work and travel, support, cultural ideals of strong women-owned businesses, and political leadership. Concluding that the main limitation to continue the expansion is the financing to increase the productive capacity, in which they ask for help from the banking entities, but they do not trust them because they classify them as risk clients, thus hindering the venture in Peru. In addition to the lack of knowledge in managing technology and within them, the use of social networks to better advertise their products and reach more customers.

Keywords: Businesswoman, Female Entrepreneurship, Lambayecan Woman

I. Introducción

Actualmente con el emprendimiento femenino llegando a un punto de inflexión en los medios, es esencial tener en cuenta el progreso realizado por las mujeres en los negocios. Por otro lado en el mundo, solo 1 de cada 3 empresas pequeñas, medianas y grandes es de propiedad de mujeres. Este porcentaje varía entre y dentro de las regiones, desde un mínimo de 18 % en Asia meridional a un máximo de 50 % en América Latina y el Caribe (Banco Mundial, 2020). Este factor merece la atención de entidades públicas y empresas por igual. Según el Informe Global Entrepreneurship Monitor la actividad emprendedora entre mujeres a nivel internacional ha aumentado hasta un 10%, es por ello que las mujeres juegan un papel importante en la actividad empresarial. Sin embargo, este mismo informe informo que un 35% de las mujeres emprendedoras no se creen capaces de emprender con éxito, a pesar de contar con una alta formación. Un porcentaje que aumenta hasta el 67% en las economías menos estructuradas (GEM, 2021). Por otro lado el desarrollo económico de forma global ha llevado, entre otras cuestiones, a una transformación del lugar de la mujer en la sociedad. Pese a estas transformaciones, en la actualidad es aún tema de debate público las brechas de género en el ámbito laboral, lo que atenta contra las posibilidades de igualdad social, económica y política. Es por este motivo que resulta de vital importancia potenciar a la mujer y su contribución a las actividades productivas. Bajo esta premisa el análisis del emprendimiento femenino adquiere gran importancia (Silva & Rompató, 2020).

Los empresarios más exitosos con negocios desarrollados son los que tiene colaboradores motivados y sienten pertenencia e identificación con la organización. Aun así existen muchas barreras que reducen o mitigan esta característica en el colaborador y empresario. Por ello es importante conocer cuáles son. Además se ha convertido en un esfuerzo esencial para mejorar la comprensión de los factores motivacionales que se relacionan con la creación de nuevas empresas, donde el gobierno se ha preocupado por promover, apoyar y desarrollar la sociedad empresarial local entre las mujeres.

Por otro lado, los principales factores que motivan el emprendimiento en la mujer son la búsqueda de independencia, la perseverancia, el altruismo y la necesidad de ingresos extra (Arteaga et al., 2019). Aun así, ellas enfrentan a una serie de problemas económicos, legales y barreras socioculturales que les impiden seguir creciendo en su carrera empresarial. Las microempresas, especialmente las mujeres, ayudan a amortiguar los efectos de la crisis y a luchar contra la pobreza. Así mismo, de la insuficiencia financiera, existe una falta de educación y formación profesional para las mujeres, lo que las excluye del proceso de desarrollo. Las

responsabilidades domésticas de las mujeres representan una barrera para la actividad empresarial, pues tienen que lidiar con mucho trabajo y responsabilidades, especialmente en países donde los valores tradicionales están más arraigados.

Además, en el Perú, para el III Trimestre de 2020 se registró 47 mil 200 empresas dadas de alta constituidas como personas naturales, de las cuales el 50,0% eran conducidas por mujeres y la otra mitad conducidas por los hombres. Respecto a las zonas que registraron altas, son 13 departamentos a nivel nacional donde la mayoría de las empresas formadas como personas naturales se encuentran bajo la dirección de mujeres, destacando Moquegua con 61,6%, seguido Loreto (61,3%), Tumbes (57,1%), San Martín (55,6%) y Tacna (55,0%) (INEI, 2020). Por lo tanto la mujer está teniendo un importante papel en el sector económico y empresarial del Perú. Sin embargo en nuestro país se han realizado diversos estudios sobre emprendimiento, pero están orientados a evaluar principalmente el emprendimiento de los varones, entre ellos el Global Entrepreneurship Monitor Perú que se realiza todos los años. El cual son muy limitadas las estadísticas que cuantifiquen la actividad emprendedora de las mujeres ni estudios sobre el perfil de las emprendedoras que ayude a conocer los motivos por el que no avanzan al siguiente nivel empresarial y solo se estancan en una sola posición.

En cuanto al Comité Gremial Mujer Emprendedora Lambayecana de la Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque tampoco existe investigación crecimiento de empresarios de estas asociadas, el cual es de vital importancia para el desarrollo y consolidación del comité Gremial, así como ser modelo para otras emprendedoras que quieran saber más de ellas; en efecto incentivar el emprendedurismo femenino y la expansión de las empresas en la región Lambayecana.

De tal forma surge la siguiente interrogante: ¿Cómo se desarrolla la etapa de crecimiento empresarial de emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019?

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Identificar la etapa de crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019, y como objetivos específicos : Identificar los momentos de decisión que generaron crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019, Identificar los momentos de dificultad durante la etapa de crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019 e Identificar los momentos de motivación y aspiraciones que

generaron en la etapa de crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019.

La investigación es de importancia porque es necesario conocer el crecimiento empresarial de las mujeres en Lambayeque, así mismo alentarlas a seguir expandiendo y hacer crecer sus empresas en sectores con mayoría por parte de hombres, por lo tanto brindar nuevas oportunidades para aprender, crecer y desarrollar negocios. Por otra parte esta información proveerá conocimientos sobre emprendimiento, la toma de decisiones desde la perspectiva de emprendedoras con experiencia en varios rubros, además de propuestas de solución que reduzcan la brecha de desarrollo, al ser un área estudiada generada un antecedente para ser tomado en futuras investigaciones, así poder potenciar las oportunidades de la mujer emprendedora.

En el capítulo I se describe la introducción, realidad problemática, importancia y los problemas y objetivos de investigación. En el capítulo II se aborda los antecedentes de investigación, además de las bases teóricas que comprende los factores que influyen en el crecimiento de las empresarias femeninas. En el capítulo III se detalla la metodología, la cual tiene un enfoque cualitativo, además se describe la población e instrumento a utilizar. En el capítulo IV, se muestra los resultados obtenidos de la encuesta que se aplicó a las asociadas del comité Gremial Mujer Lambayecana, además de las discusiones de resultados. En el capítulo V, la investigación finaliza con las conclusiones en la que describen a los factores que impiden el crecimiento del emprendimiento femenino del comité gremial. Finalmente en los capítulos VI, VII y VIII se detallan, aborda las recomendaciones, referencias y anexos.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes

(Décaro et al., 2021) en su trabajo tuvo como objetivo es explorar la conducta financiera en emprendedores. Es una investigación exploratoria, da a conocer las finanzas de personas emprendedoras. De ese modo los emprendedores necesitan crear estrategias para captar más clientes y así financiar sus ideas de negocio, los estudios sobre el tema son diversos y han demostrado que acceder al sector financiero formal aumenta el crecimiento económico de empresarios que redundan en un aumento del crecimiento económico en el país. Se identifico dependencia del estatus del emprendimiento con la inclusión al crédito formal, el pago de tarjetas de crédito, el pago a tiempo de las cuentas, el análisis del gasto hormiga, el registro de los gastos y la asignación de recursos. Para ello es necesario que las personas conozcan y se eduquen financieramente para tener mejores habilidades y saber accionar estrategias de financiamiento para sacar adelante su negocio con capital externo.

(Mendoza et al., 2021) en su estudio tuvo como objetivo establecer las características de las competencias de la mujer como emprendedora en época de crisis. La investigación se enmarca en la metodología de enfoque cualitativo; y, de diseño fenomenológico hermenéutico.. Se entrevistó a emprendedoras de distintos rubros; y los resultados evidencian que la mujer debe compartir un rol en el hogar mientras busca emprender para mejorar su economía y afrontar la crisis. Se concluyó que la emprendedora presenta dificultades debido a sus limitaciones en materia de financiamiento, su rol social y el estereotipo de género. emprender es su principal temor vinculado al descuido de su hogar. La identificación de oportunidades a través de un análisis del entorno no es una práctica planificada, por lo que se debería reforzar la cultura y las capacidades de planificación a mediano y largo plazo. Se han adaptado a la tecnología para manifestar sus emprendimientos y hacer valer sus habilidades creativas, conocimientos e innovación en productos y servicios, descubriendo una diversidad de actividades posibles para desarrollar en sus tiempos libres.

(Saavedra et al., 2022) en su trabajo tuvo como objetivo analizar la evolución del emprendimiento femenino en Latinoamérica. Los principales hallazgos permitieron saber que la participación de las mujeres en el emprendimiento ha ido en aumento, sin embargo, prevalece como principal motivación la necesidad de obtener fuentes de ingresos; así también, las mujeres fueron capaces de percibir oportunidades para emprender, aunque estas se vieron influenciadas por el miedo al fracaso; sigue prevaleciendo la participación mayoritaria de las empresas de mujeres en el sector servicios, siendo importante la creación de mano de obra

impulsada por la innovación y uso de tecnología que tuvieron que poner en práctica, como consecuencia de la pandemia COVID-19.

(Zabludovsky, 2020) en su estudio que tuvo como objetivo analizar el papel de las mujeres como directoras de empresas. Además muestra los problemas vinculados al empoderamiento, y las empresarias. Se concluye que las mujeres suelen ocupar los escaños del nivel más bajo de la pirámide organizacional y se enfrentan a obstáculos, que les impide escalar y ocupar las posiciones estratégicas y con mayores oportunidades de crecimiento y desarrollo en las corporaciones. Además de los obstáculos propios de la cultura laboral y empresarial que asigna roles y expectativas en función del género, muchas de las dificultades se encuentran también en la distribución de tareas dentro del hogar. A pesar de la creciente incorporación de las mujeres al trabajo extra doméstico, las responsabilidades no se distribuyen equitativamente y ellas siguen desempeñando los deberes que corresponden a la doble jornada.

(Paredes et al., 2020) El objetivo de este ensayo fue realizar un análisis crítico sobre los factores que limitan el crecimiento económico de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador, como forma de ampliar la visión sobre esta temática desde el ámbito regional. Para ello se realizó una consulta bibliográfica sobre los diferentes enfoques que buscan determinar aquellos elementos que hacen que las PYMES tengan un promedio de vida máximo de cinco años y mínimo de tres. Se ha encontrado que como característica fundamental estas empresas se conforman por miembros de familia, característica distintiva que se constituye como debilidad al ser la falta de preparación de sus miembros, la carencia de herramientas administrativas gerenciales indispensables para la permanencia de las pymes. Además se encontró que limitaciones organizacionales, administrativas y contables, las debilidades en la planeación estratégica, gestión empresarial, control de calidad, capacitación, uso de tecnologías eficientes, dificultan su crecimiento económico y dentro de ellos, la literatura hace énfasis en las marcadas limitaciones en el financiamiento, siendo que las entidades bancarias poseen preferencias crediticias dirigidas hacia las grandes empresas destinando del total de créditos comerciales y productivos el 70%, para empresas corporativas, del mientras que los Pymes representan únicamente el 12%, evidenciándose la gran brecha, preferencia y/o facilidad que tienen unos sobre otros.

(Encina & López, 2021) en su estudio tuvo como objetivo de este estudio es analizar los factores que contribuyen al liderazgo empresarial femenino en el rubro gastronómico a través de un estudio cualitativo, de tipo descriptivo, de casos múltiples, con una muestra intencionada de 6 mujeres propietarias de empresas; que cuentan con un mínimo de cinco años en el mercado local. Toma como categoría de análisis el perfil de la emprendedora, sus motivaciones y las

dificultades que atravesaron en el proceso de creación de la empresa; igualmente se utilizó la entrevista a profundidad como estrategia de recolección de datos, apoyada por una guía semiestructurada. El principal hallazgo de este estudio fue que las propietarias se lanzaron al mercado motivadas por una oportunidad visualizada en el rubro; pero limitadas en ciertos casos por la falta de una educación financiera, de acceso a créditos, redes de contactos y programas y políticas de ayuda a emprendedores.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Crecimiento empresarial

Es el proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovido por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas, todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo (Blázquez et al., 2006).

El crecimiento empresarial se presenta en muchas formas y debe planificarse cuidadosamente y adaptarse a su negocio único. El crecimiento empresarial puede significar muchas cosas, incluido el crecimiento de las ventas, la expansión del mercado y el crecimiento del valor empresarial (Delfín & Acosta, 2016). Si bien es posible que simplemente desee aumentar sus ventas, hay muchas maneras de lograr este resultado. En última instancia, se quiere asegurar de que cualquier crecimiento en las ventas aumente las ganancias y el valor del capital. Puede parecer extraño decir que queremos asegurarnos de que aumentar las ventas genere más ganancias y valor, pero muchas empresas han fracasado porque los propietarios se centraron en el crecimiento de las ventas a corto plazo y no vieron venir el acantilado no rentable. De acuerdo con Aguilera (2016) El crecimiento empresarial es un proceso natural de adaptación y desarrollo que se produce en condiciones favorables. El crecimiento de una empresa comercial es similar al de un ser humano que atraviesa las etapas de la infancia, la infancia, la edad adulta y la madurez. Muchas empresas comerciales comenzaron pequeñas y se han vuelto grandes a través del crecimiento continuo. Sin embargo, el crecimiento empresarial no es un proceso homogéneo. La tasa y el patrón de crecimiento varía de una empresa a otra. Algunas empresas crecen a un ritmo rápido, mientras que otras crecen lentamente. Además, no todas las empresas sobreviven para crecer. Esto puede deberse a la naturaleza de la empresa o al emprendedor. Algunos emprendedores no quieren hacer crecer sus empresas, sino que eligen perseguir otros intereses, pasar más tiempo con la familia o desarrollar otras actividades comerciales. Se utiliza para referirse a varias cosas, como el

aumento en el volumen total de ventas por año, un aumento en la capacidad de producción, un aumento en el empleo, un aumento en el volumen de producción, un aumento en el uso de materias primas. material y poder.

Necesidad de crecimiento empresarial

La empresa comercial es como un ser humano, el crecimiento es un estimulante necesario para la mayoría de las empresas comerciales. De hecho, el crecimiento es una condición previa para la supervivencia de una empresa comercial. Una empresa que no crece puede, con el tiempo, tener que cerrar debido a sus productos obsoletos. El mercado está lleno de ejemplos de productos muy populares que desaparecen de la escena por falta de planes de crecimiento (Rosendo & Pérez, 2016). Por ejemplo, los buscadores desaparecieron del mercado porque se introdujeron mejores productos tecnológicos, es decir, teléfonos celulares. De acuerdo con C. A. Aguilera y Virgen, (2014) las razones que impulsan a las empresas comerciales hacia el crecimiento se describen a continuación:

Supervivencia: en un mercado competitivo, ninguna empresa puede tener el monopolio. La competencia puede ser directa o indirecta. La competencia directa proviene de otras empresas que fabrican el mismo producto. La competencia indirecta puede provenir de la disponibilidad de sustitutos más baratos. La competencia severa obliga a una empresa a crecer y ganar fuerza competitiva. Cualquier empresa comercial que no crece no puede sobrevivir por mucho tiempo. Una preocupación creciente será un innovador y puede enfrentar fácilmente el riesgo de la competencia. Por lo tanto, el crecimiento es un medio de supervivencia en un entorno competitivo y desafiante.

Medidas del crecimiento

El crecimiento empresarial puede ser abordado desde distintas perspectivas, es evidente que dicho proceso puede ser medido asumiendo también tal presunción. De esta forma, el aumento de la cuota de mercado, el número de nuevos productos que oferta, el número de nuevos clientes que capta, etc. podrían ser buenos indicadores del crecimiento que ha experimentado la empresa. Sin embargo, tal conjetura no deber ser adoptada sin especificar con claridad la magnitud que interesa ser medida y en el que la relación causa-efecto justifique la idoneidad de las variables utilizadas para realizar dicha medición.

Se hace una recopilación de principales formas de identificar el crecimiento empresarial de forma que las cualidades y características del crecimiento se puedan identificar , las sintetizamos en partes :

Decisiones

El crecimiento empresarial es hablar de la búsqueda potencial del beneficio, de una actitud, de un acto premeditado, de una toma de decisión adoptada por el empresario o equipo directivo en aras de satisfacer sus ansias personales o empresariales. Sin embargo, esta determinación debe venir avalada por un conocimiento exhaustivo del entorno en el que opera la empresa, de manera que la inducción al crecimiento venga contrastada por verdaderas oportunidades de negocio donde la ventaja competitiva sea el eje conductor de dicha decisión (Blázquez et al ,2006) . De igual manera, coincide con los autores anteriores y alude al interés personal y pecuniario de los que participan en las decisiones y dirigen la empresa como motivo de crecimiento. Galbraith (1984) .Por otro lado, tal como establecen Galve Górriz y Salas Fumás (1993, p. 211), una mayor dispersión accionarial permite transferir el control de la empresa a los directivos, generando consecuencias económicas importantes, al disponer éstos de una mayor discrecionalidad para la toma de decisiones.

Dificultades

La teoría del ciclo de vida fue tempranamente refutada por Penrose (1962), quien argumentó la falta de hallazgos empíricos que apoyaran la analogía de la organización con el proceso o ciclo de vida natural, en el que las empresas están abocadas a morir o que las etapas del ciclo de vida son función de su edad. Al tiempo, considerando una analogía con las barreras de entrada, dicho autor examinó la relación entre recursos y rentabilidad en términos de barreras de posición del recurso, de tal manera que la ventaja de ser primer entrante en un nicho o posición estratégica es un recurso atractivo que debería generar grandes beneficios en aquellos mercados donde tal recurso sea clave (Blázquez et al 2006)

Motivaciones y aspiraciones del crecimiento

La perspectiva basada en la motivación ayuda a entender por qué algunos empresarios o directivos actúan de una manera determinada o cómo afrontan mayores riesgos en determinadas decisiones, sobre todo en lo referente al crecimiento empresarial; mientras que otros, con idénticos e incluso mayores recursos, no desarrollan una actitud más emprendedora. De ahí que dicha perspectiva se centre más en las actitudes individuales que en el conjunto de la organización o, como especifican Davidsson y Wiklund (1999), en la estructura de gobierno como unidad de análisis. Por otro lado mencionan los motivadores comunes pueden incluir escapar de la rutina corporativa, aprovechar más las habilidades especiales, complementar los ingresos o un fuerte impulso para lograr el éxito personal o financiero, menciona que la participación empresarial refiere a que el emprendedor quiere ser parte del equipo de diseño de productos, ventas, marketing, ingeniería y producción. Un emprendedor tiene una forma

muy específica de sentir que un negocio exitoso debe ser administrado, y esto motiva al emprendedor a comenzar su propio negocio e involucrarse directamente. El Personal es importante para que el emprendedor puede sentir que hacer negocios con una gran corporación, o trabajar para una compañía más grande, puede volverse muy impersonal. El impulso para iniciar un negocio proviene del deseo de volver a poner un toque personal en el negocio. Por otro lado, estar a cargo significa que los emprendedores comienzan su propio negocio porque quieren ser su propio jefe y estar a cargo de todas las operaciones diarias de una empresa. El emprendedor quiere ser quien tome las decisiones comerciales importantes, determinar la dirección que tomará la empresa, hacer un llamado al desarrollo de productos y marketing y ser responsable de todos los aspectos de la operación de la empresa.

Las aspiraciones en todos los negocios comienzan iguales: alguien tiene un producto, una idea o un conjunto particular de habilidades que pueden intercambiarse por valor. Algunas empresas comienzan con un producto de moda y un mercado listo y comienzan muy rápidamente. Otros requieren más cuidados y son difíciles de cultivar. Las empresas también vienen en muchos tipos diferentes (proveedor de servicios, venta minorista, fabricación, etc.) que ofrecen una cantidad casi infinita de productos y servicios. Además está la Necesidad financiera que son obligaciones a comenzar su propia empresa por necesidad. Si un trabajo no ofrece suficientes ingresos, un emprendedor podría comenzar un negocio paralelo para generar ingresos adicionales que pueden convertirse en un negocio de tiempo completo. Finalmente está el Logro, tener un negocio exitoso les brinda una sensación de logro. Sienten que están ofreciendo un servicio valioso a sus clientes y se enorgullecen de hacer el mejor trabajo posible. Muchos empresarios retribuyen a sus comunidades a través de donaciones de caridad y participando en eventos de caridad. Este sentimiento de logro y orgullo es un factor importante para iniciar un negocio. (Marulanda, 2017).

Por otro lado existen definiciones para explicar el contexto del trabajo tales como:

Mujer emprendedora

La presente investigación se ha tomado a partir de una base ya existente del autor Switten, (2015) en donde menciona que después de haber realizado un estudio de literatura, se plantea lo siguiente: saber, que no se ha alcanzado un consenso sobre la mayoría de los temas de investigación sobre mujeres emprendimiento y las diferencias en comparación con el emprendimiento masculino. No se puede ignorar eso, las mujeres, al igual que los hombres, son un grupo heterogéneo y no pueden verse como un grupo monolítico, únicamente basado en ellos compartiendo el mismo sexo. El uso de vistas estereotípicas puede, en ese sentido, ser peligroso y debe aplicarse con cuidado. Durante el proceso de desarrollo de este estudio

de literatura surgieron dos preguntas principales que parecían atractivas para estudiar más extensamente. En primer lugar, buscó saber en qué medida las mujeres empresarias tienen problemas de puesta en marcha de la experiencia de las PYME y si estos se perciben como género relacionado. Es importante tener en cuenta que informa sobre las percepciones de las mujeres empresarias, en lugar de que realmente experimenten una cierta barrera. En segundo lugar, estudió la relación entre experimentar problemas de arranque y la evolución de las aspiraciones de crecimiento de las mujeres empresarias.

Emprendimiento

Es definido como los valores y preferencias compartidas que afectan las posibilidades de que un individuo se convierta en emprendedor” (Foreman y Peng 2014). Esta descripción apunta a la importancia de la creación de redes como un componente dentro de la estructura del emprendimiento. Las redes ayudan a los empresarios a establecer contacto con otros empresarios y, por lo tanto, crean un proceso de aprendizaje.

Emprendimiento femenino

Un emprendimiento femenino puede definirse como mujeres o un grupo de mujeres, que inician, organizan y operan una empresa comercial a partir de una oportunidad de negocio que está dispuesta a asumir un riesgo, poseyendo características y valores como la pasión por los negocios, la necesidad de logro, su autoconfianza, tolerancia a riesgos, entre otros (Briseño, Briseño, y López 2016). Por otro lado Rashmi (2016) ha definido a la mujer empresaria como “una empresa propiedad de y controlada por una mujer que tiene un interés financiero mínimo del 51% del capital y que otorga al menos el 51% del empleo generado en la empresa a la mujer”. En pocas palabras, las mujeres empresarias son aquellas que piensan en una empresa comercial, la inician, organizan y combinan los factores de producción, operan la empresa, asumen riesgos y manejan la incertidumbre económica que implica la gestión de una empresa comercial.

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

La investigación fue de tipo aplicada ya que tiene como finalidad conocer las limitaciones del crecimiento empresarial de mujeres emprendedoras y a partir de esos conocimientos tomar acciones o recomendaciones para la superación, esto concuerda con Lozada, (2015) quien indica que la investigación aplicada permite resolver problemas prácticos del mundo moderno, en lugar de adquirir solo conocimiento por el bien del conocimiento.

Se empleo el nivel descriptiva ya que incluye encuestas y consultas de investigación, llegando a especificar propiedades y características , describiremos la problemática causas así como lo encontrado en resultados profundizando (Villafuerte, 2015).

3.2. Diseño de la investigación

El diseño a usar en esta investigación es no experimental ya que así como mencionan Morrison y Heidtke, (2015) es una investigación que carece de la manipulación de una variable, la asignación aleatoria de participantes a condiciones u órdenes de condiciones, o ambas, lo que significa que o bien está describiendo una situación o fenómeno simplemente como está, todo sin la interferencia del investigador.

3.3. Población, muestra y muestreo

Las unidades de análisis descritas en el trabajo estuvieron conformadas por mujeres integrantes del comité gremial Mujer Empresaria Lambayecana registradas durante el año 2019. De acuerdo con Hamui, (2016) menciona que en una investigación cualitativa el tamaño de la muestra no se conoce al inicio, sino sólo cuando la indagación ha culminado. El diseño de muestreo orienta la forma en la que empieza a buscarse a los participantes, pero su incorporación se hace en forma iterativa, de acuerdo con la información que va surgiendo en el trabajo de campo.

Para la muestra la investigadora ha tomado 9 integrantes del comité gremial Mujer Empresaria Lambayecana. El tipo de muestreo a usar es el no probabilístico pues, tal como lo mencionan Otzen y Manterola, (2017) el muestreo no probabilístico por conveniencia se define como una técnica de muestreo en la que el investigador selecciona muestras en función del juicio subjetivo del investigador se llevó a cabo por observación.

El criterio para juzgar cuándo detener el muestreo de los diferentes grupos pertinentes a una categoría es la saturación teórica de la categoría. Saturación significa que no se encuentran datos adicionales por los cuales el investigador pueda desarrollar propiedades de la categoría. A medida que ve casos similares una y otra vez, el investigador se vuelve

empíricamente seguro de que una categoría está saturada. Los datos nuevos tienden a ser redundantes de los datos ya recopilados. En las entrevistas, cuando el investigador comienza a escuchar los mismos comentarios una y otra vez, se alcanza la saturación de datos, es hora de dejar de recopilar información y comenzar a analizar lo que se ha recopilado. (p. 1895).

3.4. Criterios de selección

Los criterios de selección para la muestra son el emprendedurismo femenino, empresarias con empresas establecidas y empresas consolidadas de los sectores: comercial, servicios y agroindustriales, se incluyen empresas formales, de diferente edad y que pertenezcan al Comité Gremial Mujer Lambayecana durante el año 2019.

El motivo que marcó la decisión para investigar al gremio mencionado fue porque éste no tiene ninguna investigación minuciosa de las participantes sobre el emprendedurismo lo cual es muy necesario conocer su historia y factores que han sido clave para iniciar su negocio, además que la investigadora tenía un mayor acceso para llegar a las emprendedoras y de esa forma se facilitaría la investigación.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Factor de Análisis	Definición Conceptual	Definición Operacional	Categorías	Sub-Categorías	Instrumento
Crecimiento empresarial	Es el proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovido por el espíritu emprendedor del directivo. (Blázquez et al., 2006)	Es desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas, todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo	Momentos de decisiones del crecimiento empresarial	Apoyo del entorno Financiamiento Igualdad de género Distancia de la empresa	Entrevista
			Momentos de dificultades del crecimiento empresarial	Problemas al iniciar la empresa Barreras	
			Motivaciones y aspiraciones del crecimiento empresarial	Aspiraciones de la empresa Factores motivacionales Nivel de satisfacción Aspiraciones futuras	

Nota: Elaboración propia

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas son procedimientos sistematizados, operativos que sirven para la solución de problemas prácticos. Las técnicas deben ser seleccionadas teniendo en cuenta lo que se investiga, porque y para qué y cómo se investiga. En la presente investigación se usa la entrevista abierta estandarizada, pues según como menciona Couto, (2016):

En este formato, los entrevistadores se adhieren a un guion estricto, y se sigue en la redacción o el orden de las preguntas, las respuestas son de composición abierta. Esta es

la técnica de entrevista cualitativa más estructurada y eficiente y es útil para reducir el sesgo cuando varios entrevistadores están involucrados, o cuando es importante poder comparar las respuestas de los diferentes encuestados (p. 1614).

La entrevista estuvo conformada con 33 ítems dividida en seis sesiones de las cuales fueron: Detalles personales, Detalles de la compañía, Motivaciones y ambiciones, Barreras para la puesta en marcha, Aspiraciones de crecimiento. Fue una entrevista de tipo abierta-estandarizada, la cual previamente fue sometida a juicio de expertos (3) conocedores del tema.

Para la validez y confiabilidad se utilizó prueba de jueces , por tres expertos conocedores del tema, el cual según su calificación con el método de Aiken se obtuvo una confiabilidad de 0.97, el cual indica ser mayor a 0.8. por lo tanto, el instrumento de esta investigación es confiable.

3.7. Procedimientos

Luego de haber preparado el instrumento con el objetivo en claro el cual es conocer los factores que impiden la expansión de la empresa de las mujeres, se presenta la solicitud al comité gremial para el inicio formal de la investigación, seguidamente de la coordinación sobre quienes van a participar en la muestra de la población en estudio mediante el muestreo no probabilístico, para luego coordinar el día y la hora de cada una de las mujeres empresarias para el llenado del consentimiento informado y finalmente dar respuesta al instrumento preparado, de acuerdo con la encuesta semiestructurada la entrevista tiene una duración de 30 minutos. Se empezó las entrevistas el mes de octubre del año 2019 y finalizó en enero del 2020, en la cual a las primeras 5 participantes se acordó entrevistarlas en su local de trabajo y para las 3 entrevistas restantes se acordó que sea a través de llamada telefónica con el mismo tiempo de duración.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Rodríguez, Lorenzo, y Herrera, (2005) con su metodología que todavía se pone en práctica, mencionan que el análisis de datos está configurado en torno a tres grandes tareas admitidas de la siguiente forma:

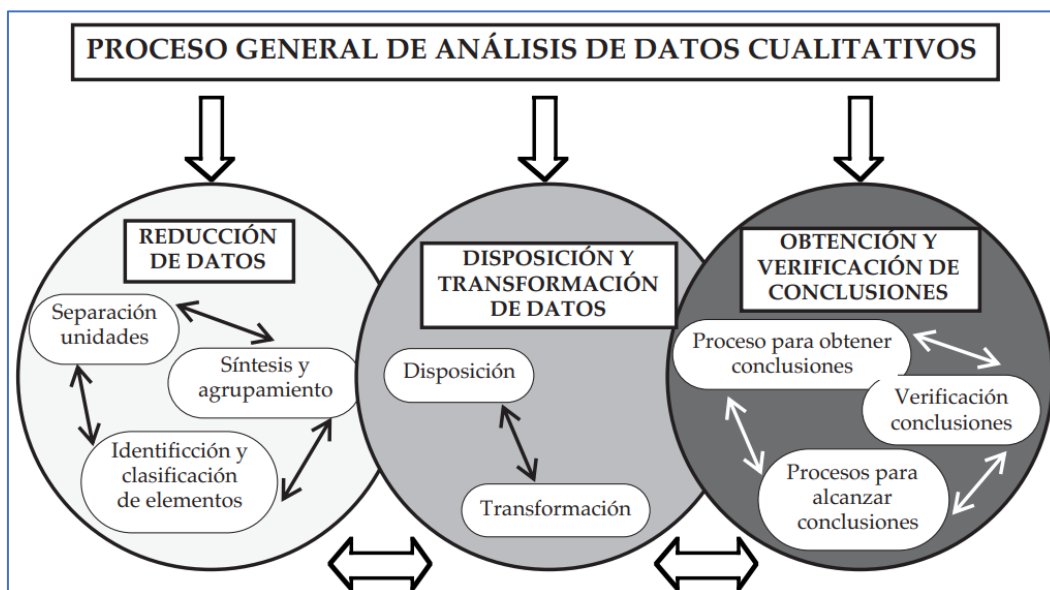


Figura 1: Proceso general del análisis de datos cualitativos.

Nota: Gruña de análisis cualitativos, Rodríguez, Lorenzo, y Herrera, (2005)

Una vez completado las entrevistas, se clasificó, registró y codificó la información obtenida mediante el software NVivo ya que como lo indica Zamawe, (2015) la función principal de este tipo de programas no es analizar los datos, sino más bien ayudar al proceso de análisis, que el investigador siempre debe mantener bajo control. La forma en que se haya recopilado la información probablemente determinará cómo se puede analizar mejor. Se reunió toda la información relevante que se ha logrado obtener, se clasificaron, los datos y aplicaron un análisis más interpretativo que se refiere a la respuesta, así como a lo que puede haberse inferido o implicado.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 2

Matriz de consistencia

Problema Principal	Objetivo Principal	Factor de Análisis	
¿Como se desarrolla la etapa de crecimiento empresarial de emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019?	Identificar la etapa de crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019	Crecimiento empresarial	
	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías
	Identificar los momentos de decision que generaron crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019.	Momentos de decisiones del crecimiento empresarial	Apoyo del entorno Financiamiento Igualdad de género Distancia de la empresa
	Identificar los momentos de dificultad durante la etapa de crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019.	Momentos de dificultades del crecimiento empresarial	Problemas al iniciar la empresa Barreras
	Identificar los momentos de motivacion y aspiraciones que generaron en la etapa de crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019.	Motivaciones y aspiraciones del crecimiento empresarial	Aspiraciones de la empresa Factores motivacionales Nivel de satisfacción Aspiraciones futuras
Diseño, enfoque y Tipo de investigación	Población	Procedimiento y procesamiento de datos	
Aplicada	Gremio “Mujer Empresaria Lambayecana” de la cámara de comercio de Lambayeque	Entrevista abierta estandarizada - Análisis interpretativo	
Cualitativo			
No experimental			

3.10. Consideraciones éticas

La presente investigación que involucra directamente a personas también tiene implicancias para abordar cuestiones éticas y confidencialidad, especialmente debido al entorno en que las participantes están inmersas en las expectativas de la investigación y el rol que cumple cada una de ellas en el entorno empresarial. El daño y beneficio del estudio son de naturaleza no física, en el que las áreas de interés son los factores de motivación para emprender un negocio y las integrantes del comité Gremial Mujer Lambayecana.

En el presente estudio se toma muy en cuenta los aspectos éticos fundamentales en lo cual se estudiará a mujeres con una reputación intachable, por lo tanto, el sometimiento a la investigación contará con la autorización correspondiente por parte de la presidenta del comité.

En tal sentido, se mantendrá la peculiaridad y el anonimato, tal como también hacia las participantes en todo momento y protegiendo los instrumentos de recolección respecto a las respuestas obtenidas con mucho cuidado y sin juzgar si han sido las más acertadas o no para el participante.

IV. Resultados y discusión

Según el objetivo específico **Identificar los momentos de decisión que generaron crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019** nos comentan que algunas decisiones de crecimiento son la necesidad de logro, la posibilidad de crear el propio trabajo o el deseo de autonomía, a menudo están a la vanguardia de los factores motivadores, relegando a un segundo plano la idea de maximización de beneficios. Es por ello por lo que al comparar los resultados con (Saavedra et al., 2022) en su estudio encuentro que la motivación la necesidad de obtener fuentes de ingresos; así también, las mujeres fueron capaces de percibir oportunidades para emprender, aunque estas se vieron influenciadas por el miedo al fracaso.

“Una de mis ambiciones es abrir otra sucursal, y lograr tener el mismo número de clientes además de ello tener mi propio local dejando el alquiler”

“Ya a los 70 años quisiera que mis hijos asuman este reto y puedan ellos consolidar mi marca y hagan crecer esta empresa, posicionándose en el mercado”

Por otro lado las decisiones de crecimiento son motivadas por la familia

Por ayuda a mi esposo, ganancia financiera y por la familia. Ya que en esa época sufrían los rezagos de la reforma agraria, pues mi esposo se dedicaba a la venta de lácteos, tenía un establo donde se recolectaba leche, se le vendía al público por la mañana y en la tarde se llevaba a la fábrica.

Pero también mencionan el cumplimiento personal e independencia económica para poder brindar una mejor calidad de vida a sus hijos. Finalmente, también una de las empresarias mencionó su gran anhelo por emprender un negocio:

Siempre me consideré una pastelera frustrada, a pesar de que estudiaba una carrera universitaria y no tenía necesidad económica siempre preparaba recetas y realmente me salían bien, de inmediato las empezaba a vender a conocidos, familiares y así me volví en la “chica que prepara postres”, hasta que en un momento decidí que realmente deseaba materializar todo aquello que estaba en mi mente divagando por mucho tiempo.

De estos relatos se puede identificar que los factores que impulsan a las mujeres a la toma de decisiones son múltiples y que cada una tiene un sueño y muchos objetivos por

alcanzar y que los van alcanzando al lograr tener éxito con su empresa. Dados los caminos profesionales mencionados anteriormente, el proceso de iniciar un negocio resulta directamente, para algunas mujeres, del deseo de pasar de una etapa en la que una ha pasado por ciertas situaciones a una era en la que a partir de ahora tendrá más control, el hilo de los acontecimientos. En este contexto, la creación de un negocio procede de un enfoque de "reparación", especialmente para las mujeres que han experimentado despidos, percibidos como la negación de cualquier valor personal y cualquier habilidad. Por lo tanto, algunas mujeres del comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana muestran claramente la idea de que establecer un negocio sigue siendo para ellos la única forma de tener un trabajo. La creación de un negocio se convierte en un fin en sí mismo, una opción estratégica destinada a garantizar, en un contexto de crisis económica, cualquier actividad. Por otro lado, las empresarias comentan que los factores de motivación para emprender su negocio fueron los factores de cumplimiento personal y satisfacción al dirigir una empresa buscando lograr independencia económica para poder brindar una mejor calidad de vida a sus hijos, pero que además de ello también se tiene a otro el cual es la autosuficiencia, para poder ayudar en casa al esposo o sus familiares que en ese momento pasaban por situaciones difíciles. Además piensan en la toma de decisiones como oportunidades futuras, las empresarias también mencionaron que sí aprovecharían alguna oportunidad que se les presente para seguir creciendo y expandiendo su negocio:

Estoy dispuesta a crecer, sin límites. En unos años me veo con más clientes, y hasta sucursales.

Sí claro estaría dispuesta, pero no creo importante el hecho de crecer poniendo otra sucursal porque siento que puedo descuidar a mi otro negocio.

En el caso de las mujeres lambayecanas una mayor comprensión de las motivaciones y las vías previas al emprendimiento de las mujeres en la tecnología podría ayudar a identificar formas de alentar a más mujeres a considerar tomar esa carrera, desde una perspectiva de desarrollo, empoderar a las mujeres y otorgarles la igualdad de derechos en áreas como el emprendimiento y la innovación también tiene efectos indirectos positivos en los resultados clave del desarrollo. El emprendimiento femenino es un campo en crecimiento en todo el mundo. Está en la agenda de la mayoría de las agencias internacionales de desarrollo y organizaciones multilaterales y es el foco de muchas fundaciones y organizaciones de la sociedad civil. Sin embargo, las mujeres siguen

estando subrepresentadas sustancialmente como empresarias en los campos de la innovación y empresas startups, incluso en países donde la participación de las mujeres en el mercado laboral ha aumentado constantemente. Además, quedan varias lagunas de conocimiento sobre los obstáculos que obstaculizan el papel de las mujeres en la promoción del desarrollo sostenible y el crecimiento económico mediante la creación de empresas innovadoras de alto crecimiento.

Así mismo en relación con la toma de decisiones para alcanzar el éxito, las empresarias comentaron también sobre que era el éxito para ellas, entre las respuestas que se obtuvo fueron que el éxito es sentirse feliz por hacer lo que se está haciendo. Sin embargo, también hablaron sobre el cumplimiento objetivos:

...Al lograr independencia económica, y al cumplir mis objetivos, aunque aún me falta y se podría decir que para sentirme realizada debo cumplir con otros objetivos que me he propuesto como empresaria...

...Cada vez que me salen las cosas bien o hice mi mayor esfuerzo, también me doy cuenta que hice un buen trabajo al recibir cariño y sonrisas de las personas, es gratificante, aparte de obtener ingresos con los que puedo pagar mi educación, me siento realizada y en continuo aprendizaje...

El espíritu empresarial entre las mujeres lambayecanas es un enfoque principal en las estrategias de desarrollo y en la promoción del género. Desafortunadamente, las mujeres empresarias en los países en desarrollo como el Perú a menudo tienen un acceso muy limitado a las redes de comercialización, capital, crédito y conocimiento técnico, todo lo cual es esencial para mejorar la competitividad de sus negocios. En este sentido, es probable que las políticas específicamente dirigidas a facilitar el acceso al crédito para las pequeñas empresas, organizar asociaciones de exportadores y proporcionar capacitación técnica sobre los requisitos de cumplimiento del mercado de exportación la transición de pequeñas y microempresas a un entorno de mercado más abierto para mujeres y hombres también.

Además, solo pueden confiar en los ahorros personales o en las contribuciones de los padres y la familia para financiar sus negocios, incluso si este límite también existe para los negocios masculinos. Y sin propiedad, no se le garantiza el acceso al crédito de las instituciones financieras. También enfrentan obstáculos administrativos y una falta de información que limita el desarrollo de las empresas y dificulta la transición del sector informal a la economía formal. Por lo tanto, permitir que las mujeres tengan éxito en el

desarrollo de negocios requiere desarrollar una estrategia de implementación y al mismo tiempo enfrentar restricciones regulatorias. Se necesita un apoyo continuo para iniciar el negocio y proporcionar un servicio de tutoría para mujeres, al tiempo que se promueven medidas para proporcionar un entorno empresarial propicio y un sistema financiero más inclusivo. Es por ello por lo que (Paredes et al., 2020) encontró como característica fundamental estas empresas se conforman por miembros de familia, característica distintiva que se constituye como debilidad al ser la falta de preparación de sus miembros, la carencia de herramientas administrativas gerenciales indispensables para la permanencia de las pymes.

Según el objetivo específico Identificar los momentos de dificultad durante la etapa de crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019, con respecto al apoyo del entorno según (Paredes et al., 2020) en su estudio de análisis crítico sobre los factores que limitan el crecimiento económico de las pequeñas y medianas empresas encontró como característica fundamental estas empresas se conforman por miembros de familia, característica distintiva que se constituye como debilidad al ser la falta de preparación de sus miembros, la carencia de herramientas administrativas gerenciales indispensables para la familia también influye en cómo las mujeres manejan sus negocios. Las mujeres emprendedoras pueden integrar la familia, la comunidad y los negocios. Las mujeres no ven su negocio como una unidad separada en su vida, sino como un "sistema interconectado de relaciones". Esto significa que los roles continuarán influyendo profundamente en su experiencia empresarial. Pueden facilitar su trabajo, pero también pueden obstaculizarlo, tal es el caso de la siguiente respuesta de una de las emprendedoras:

...inicié el negocio por ayuda al esposo, ganancia financiera y por la familia. Ya que en esa época sufrían los rezagos de la reforma agraria, pues su esposo se dedicaba a la venta de lácteos, tenía un establo donde se recolectaba leche, se le vendía al público por la mañana y en la tarde se llevaba a la fábrica...

Es por eso por lo que es importante centrarse en el papel de la familia en el emprendimiento femenino, para identificar y describir diferentes situaciones que involucran a mujeres emprendedoras en la vida real. Precisamente por esta razón, es importante centrarse en el papel de la familia en las experiencias empresariales de las

mujeres, también para identificar y describir las muchas facetas que la relación entre las mujeres empresarias y la familia puede presentar. Esto expuesto por (Mendoza et al., 2021) comento que se evidencia que la mujer debe compartir un rol en el hogar mientras busca emprender para mejorar su economía y afrontar la crisis. Se concluyo que la emprendedora presenta dificultades debido a sus limitaciones en materia de financiamiento, su rol social y el estereotipo de género.

Por otro lado limitan con el equilibrio entre el trabajo y la familia , afortunadamente, para las emprendedoras entrevistadas no fue alguna limitación el no apoyo de los familiares y allegados, más bien al contrario, fueron fuente de apoyo económico y moral para el negocio, así como también el factor familia, tampoco es un limitante para las emprendedoras ya que indican que pueden organizar su tiempo muy bien para su trabajo y familia sin descuidar alguno de ellos. Así mismo se encuentra el financiamiento es posible mencionar que el Perú, los obstáculos para el emprendimiento femenino son numerosos y, a menudo, inconscientes. Esta autocensura también puede originarse en la infancia, cuando se remonta a la primera infancia, se les pide a las niñas que sean sabias, dóciles, que sean buenas alumnas, mientras que los niños pequeños tienen muchas más oportunidades de hablar, interrumpir, ejercer actividades deportivas donde exista un riesgo, esto refiere a que las mujeres pueden tener problemas porque han sido educadas de esta manera.

...Sí, problemas de financiamiento con los bancos al inicio ya que no éramos formales y no sabían mucho sobre el tipo de documentación como boletas, facturas que se tenían que presentar para obtener un crédito. Sin embargo, poco a poco fueron aprendiendo...

...Sí, no me daban crédito es decir un monto fuerte para poder invertir ya que en ese momento yo estaba ya separada de mi esposo y el banco no quería firmar. Y si me lo daban me ponían un poco difícil puesto que me pedían un aval y esto era una gran dificultad. Claro que me daban un crédito, pero de monto bajo, que me limitaba la capacidad de potenciar mi negocio...

Además , en cuanto a igualdad de género estos comentarios muestran que todavía sigue existiendo alguna cultura machista aún predominante en estos tiempos y que el hecho de ser mujer no debe ser sinónimo de debilidad o llevándolo al campo de la percepción como clientes, tal como lo indica una de las entrevistadas, los varones

también pueden hacer uso de una estética de belleza ya que el cuidado en la imagen personal compete a varones y mujeres.

No, pero si siguen existiendo diferencias en lo que es ocupar cargos importantes. En la sociedad actual, con las comunicaciones y toda la temática de diversidad de cambios y sus particularidades, están apareciendo nuevas opciones laborales para la mujer, además, son ideales para el desempeño femenino, ya que exigen mucha observación y mucha flexibilidad; atributos muy femeninos.

Si, en mi caso en el rubro de la estética y belleza, los hombres piensan que no les compete a ellos, que es más femenino, eso es un tema más para mujeres y no para hombres, que no deberían cuidarse, ni atenderse. Sin embargo, este año el % de pacientes es 50/50 tantos hombres y mujeres.

El problema es que ya es hora de cambiar la concepción del papel de la mujer en el trabajo, sino también en la sociedad en general. A pesar de estos múltiples obstáculos, una vez lanzados, la mayoría de las mujeres validan su elección. Las barreras para el espíritu empresarial de las mujeres incluyen el acceso al capital, la educación y la capacitación, la libertad para trabajar y viajar, el apoyo y los ideales culturales de los negocios de mujeres fuertes y el liderazgo político. La discriminación tiene múltiples caras y consecuencias. En algunos lugares, las mujeres enfrentan serias barreras para acceder al capital cuando los derechos de propiedad son limitados o se les imponen requisitos especiales, como la firma conjunta de un hombre para obtener préstamos.

Además existen otras limitaciones para seguir su expansión es el financiamiento para aumentar la capacidad de producción, en el que piden ayuda a entidades bancarias, pero éstos no confían en las empresarias porque aún las catalogan como clientes en riesgo, negando de esta forma el emprendimiento en el Perú. Sin embargo, también mencionaron la falta de adquirir conocimientos en cuestión del uso de la tecnología y dentro de ellos el uso de redes sociales para poder publicitar mejor sus productos y llegar a más clientes. Resultados similares a (Mendoza et al., 2021) quien concluyo que la emprendedora presenta dificultades debido a sus limitaciones en materia de financiamiento, su rol social y el estereotipo de género. Emprender es su principal temor vinculado al descuido de su hogar. La identificación de oportunidades a través de un análisis del entorno no es una práctica planificada. El concepto de educación financiera es considerado un factor clave para enfrentar las limitaciones socioeconómicas propias de un país de desarrollo intermedio, sin embargo en el Perú y específicamente en

Lambayeque no existe un interés para ayudar a las mujeres empresarias o con ideas de negocio a educarlos financieramente para empezar a mejorar el acceso a los servicios financieros. Se requiere que las personas conozcan los principios financieros básicos y adquieran las habilidades necesarias para manejar adecuadamente sus recursos de capital, ahorrando con destino a la inversión requerida en cada actividad, generando excedentes operacionales y retornos eficientes de capital. Pero que finalmente la realidad peruana no brinda opciones de educación financiera ni tampoco educación para el emprendedurismo.

Según el objetivo específico Identificar los momentos de motivación y aspiraciones que generaron en la etapa de crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019.

Por otro lado, también las emprendedoras están dispuestas a seguir creciendo pero no expandirse con nuevos locales porque sienten que van a descuidar su local principal y la calidad, servicio y prestigio se verá afectada, este factor también es importante tenerlo en cuenta ya que ese miedo que disminuir la calidad al abrir nuevos locales se puede controlar con una buena gestión administrativa y así permitir que las emprendedoras sigan creciendo. Según las entrevistadas, estas mencionaron que sí tienen aliados estratégicos como proveedores y clientes, así como empresas de otros rubros que complementan a la empresa, sin embargo, hubo una emprendedora que indicó no querer más socios o aliados estratégicos porque no quiere depender de alguien más y tampoco quiere compartir decisiones, este limitante es un factor de gran importancia por el cual la empresa no pueda seguir creciendo de manera más rápida, mientras que otras emprendedoras, mencionan que tener aliados estratégicos es muy importante para poder aprender y mejorar nuestros métodos de procesos.

“Es indistinto, no importa. Con tal que tengas una motivación sea un amigo, familia, personaje. La motivación la buscas tú”

“Entre los factores que motivaron fueron por independencia económica, y ganancia financiera y sobre todo cumplimiento personal”

“sí, considero que es importante porque te puede servir de estímulo como mujer o referente ver a otra mujer exitosa.”

Por último, se tiene que los problemas iniciales que tuvieron las emprendedoras siguen presentes actualmente, no de una manera directa pero sí indirectamente, el que es el miedo a perder clientes o volverlos a educar para que se acostumbren al enfoque de la empresa, además que aún por ser mujeres las empresas financieras no facilitan los préstamos para que las emprendedoras puedan mejorar sus infraestructuras y/o expandir su negocio. Resultados similares a los encontrados en (Saavedra et al., 2022) en su trabajo la participación de las mujeres en el emprendimiento ha ido en aumento como principal motivación la necesidad de obtener fuentes de ingresos; así también, las mujeres fueron capaces de percibir oportunidades para emprender, aunque estas se vieron influenciadas por el miedo al fracaso; sigue prevaleciendo la participación mayoritaria de las empresas de mujeres en el sector servicios, siendo importante la creación de mano de obra impulsada por la innovación. Por otro lado (Mendoza et al., 2021) afirma que la identificación de oportunidades a través de un análisis del entorno no es una práctica planificada, por lo que se debería reforzar la cultura y las capacidades de planificación a mediano y largo plazo. Las emprendedoras se adaptan al entorno y ven oportunidades que las motivan a salir adelante con su empresa, hacen valer sus habilidades creativas, conocimientos e innovación en productos y servicios, descubriendo una diversidad de actividades posibles para desarrollar en sus tiempos libres.

Según el objetivo general Identificar la etapa de crecimiento empresarial de las emprendedoras del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana durante el año 2019, En la etapa de crecimiento se presentaron varias oportunidades de iniciar un negocio la mayoría de las emprendedoras iniciaron su negocio con ayuda de su esposo o familiar, en cuanto a la distribución de tareas también involucraban a la familia ya sea en el proceso de producción o en la administración y búsqueda de cliente. Al consultar el motivo o factor por el cual decidieron emprender, una de las empresarias dijo que inició su negocio porque quiere alcanzar sus sueños y sentir que puede lograrlo. En cuanto a las demás tuvieron razones o factores externos o extrínsecos, pues, decidieron emprender porque necesitaban ayudar económicamente en casa y lograr una independencia económica. En cuanto a la idea de emprendimiento, la mayoría comentó que una empresa se forja de acuerdo con la situación y la oportunidad que el entorno ofrezca, además no se tuvo claro desde el inicio la idea de negocio, incluso inició en otro rubro, por otro lado las indecisiones y término al principio al iniciar el negocio y las

empendedoras razonan constantemente al emprender, se comentó además que auge del nicho de mercado en el querían incursionar y decidió emprender. Resultados similares encontramos con (Saavedra et al., 2022) en su trabajo las mujeres fueron capaces de percibir oportunidades para emprender, aunque estas se vieron influenciadas por el miedo al fracaso; sigue prevaleciendo la participación mayoritaria de las empresas de mujeres en el sector servicios.

“Lo más importante es tener las ideas claras, precisos con objetivos de lo que quieres emprender. Pero también es necesario tener modelos de empresarias, ya esto empodera más a la mujer”

“No, yo demoré mucho para tomar la decisión en emprender en lo que me apasiona: salud y belleza”.

Por otro lado las empresarias nos comentan que el financiamiento es la limitación más desafiante en el entorno emprendedor resultados que son similares a los de (Mendoza et al., 2021) la emprendedora presenta dificultades debido a sus limitaciones en materia de financiamiento, su rol social y el estereotipo de género. Sin embargo se han adaptado a la tecnología para manifestar sus emprendimientos y hacer valer sus habilidades creativas, conocimientos e innovación en productos y servicios, descubriendo una diversidad de actividades posibles para desarrollar en sus tiempos libres.

“La idea se inició de dos, mi pareja y yo. Nos dimos cuenta que Chiclayo se prestaba para hacer una ciudad donde había turismo, entonces vimos esta oportunidad de poder tener un hostel y compramos una casa antigua en la cual encajaba para poner el negocio”.

Si se relaciona ya que, si yo obtengo el financiamiento que deseo, podre renovar mi infraestructura de la empresa, hacerlo crecer además de invertir en tecnología.

Inicialmente concientizar a las personas en este rubro de salud y bienestar, porque la gente lo ve como tema mundano y materialista y esto no es así. El tema de la estética es más de cuidado personal, salud de la piel, respetarte, aprender a cuidarte y en tema económico porque al principio tienes que financiarte para tener un espacio apropiado, otro tema fue las certificaciones, los procesos de las licencias, muy burocrático

V. Conclusiones

Se concluyo que las futuras empresarias se beneficiarían al enfocarse en los desafíos de construir vínculos financieros y los mecanismos utilizados / requeridos para ayudar al desarrollo de la red. Adicionalmente, tener una relación sólida o asociación con un banco puede ser beneficioso, esto conlleva a motivarlas. Cuanto más fuerte sea la relación con un banquero, mejor podrá comprender el negocio cuando acuda a ellos en busca de apoyo y soluciones financieras para ayudarlo a crecer. Un banquero también puede brindar orientación sobre cómo establecer una base financiera sólida para el negocio, como establecer un plan de negocios. Ciertamente, hay mucho que aprender de las muchas mujeres emprendedoras exitosas que lo han logrado en el entorno empresarial cambiante y desafiante de hoy. No existe una receta única para el éxito, por así decirlo, pero las estrategias descritas anteriormente de cierta manera ayudarán a comenzar, administrar y hacer crecer el negocio.

Se concluyo que las empresas dirigidas por las mujeres lambayecanas se caracterizan por ser sostenibles en el tiempo ya que hay algunas que incluso han sido creadas desde los años 70s y aún siguen manteniendo su posicionamiento como marca exitosa ante la competencia, en cuanto al liderazgo se obtuvo que todas las mujeres asumen el mando dentro de la empresa y son ellas quien toman las decisiones en su organización sin depender de nadie más, el número de empleados que tienen varía en cuanto al rubro de la empresa pero van hasta un máximo de 25 trabajadores, finalmente, en cuanto a su facturación las entrevistadas mencionaron que varía entre S/ 2 mil a S/ 20 mil soles mensual.

Se concluyo que los problemas al inicio de la empresa son el financiamiento ya que muchas de ellas indican que fue muy difícil encontrar financiamiento para implementar su empresa, en donde detallan que los bancos no apoyan a empresarias con ideas de emprendimiento o negocios que recién se están implementando, y peor aún piden documentos que finalmente llevan a procesos extremadamente burocráticos que terminan por abandonar la idea de negocio o simplemente ni siquiera lo siguen intentando. En cuanto al factor familia y entorno, estas dijeron no afectarlas ni ser un peso negativo al iniciar su negocio, más bien por contrario todas las empresarias dijeron haber recibido ayuda de sus familiares y amigos, si bien es cierto a veces no directamente con dinero, pero sí emocionalmente las animaban.

La toma de decisiones es relacionada a las aspiraciones que las empresarias tienen sobre el futuro de su empresa, se ha obtenido que la gran mayoría sí quiere seguir creciendo y expandir más su negocio, pero el principal problema que ellas encuentran es el financiamiento para volver a reestructurar la empresa.

Se concluyo que el crecimiento empresarial presenta dificultades como el financiamiento para aumentar la capacidad de producción, en el que piden ayuda a entidades bancarias, pero éstos no confían en ellas porque aún las catalogan como clientes en riesgo, esto demuestra la importancia relativa de los lazos comerciales formales, abordados por las mujeres empresarias en la etapa inicial y posteriormente utilizadas en gran medida con el tiempo para ayudar a identificar y acceder a las fuentes financieras, además, otras de las estrategias que se puede tomar es la implementación de plataformas y eventos de redes para quienes desean acceder a los recursos financieros, así como a los actores que podrían ser una fuente de financiación o proporcionar acceso a otros que buscan invertir.

Finalmente, concluyendo sobre la metodología usada en la presente investigación, se puede mencionar que se ha optado por entrevistar Mujeres empresarias activas en diversos sectores del panorama del Comité Gremial Mujer Empresaria Lambayecana, tratándose de una investigación exploratoria, lo que significa que no se pretende validar ciertas teorías o hipótesis propuestas. Por el contrario, como lo menciona también Switten, (2015) se desea ilustrar una imagen del estado actual de las desventajas relacionadas con la mujer empresaria lambayecana y su influencia en ambiciones de crecimiento de mujeres emprendedoras. Esto puede servir como base para estudios posteriores, o incluso inspirar futuras investigaciones. Esta investigación estuvo basada en las percepciones de nuestros encuestados, además de un posible sesgo retrospectivo, sus comentarios podrían sufrir verdades a medias y elementos distorsionados.

VI. Recomendaciones

Fomentar la innovación a través de la capacitación y la inversión mediante el financiamiento de la innovación, introducir una capacitación más orientada al crecimiento y centrada en la innovación y crear programas especiales para empresas sociales.

Promover el acceso a nuevos mercados y TIC proporcionando más asistencia de acceso al mercado y aumentando el acceso a Internet, introducir mecanismos para el empoderamiento de las mujeres mediante el aumento de la aceptación cultural, destacando modelos femeninos y sensibilizando al público.

Las autoridades y los líderes de la comunidad deben definir un programa de educación y oportunidades para mujeres emprendedoras y admitir que invertir en mujeres siempre vale la pena. Hombres y mujeres trabajan juntos en el negocio para satisfacer las necesidades del mercado y la comunidad. Invertir en mujeres emprendedoras permite anclar el crecimiento económico sobre una base más sólida porque estas inversiones se sienten en toda la comunidad, lo que consolida el entorno empresarial.

Las políticas públicas deben estar orientadas a apoyar el desarrollo económico mediante el fomento de la innovación, la creatividad y el crecimiento. Los gobiernos deberían apoyar la formación, el desarrollo y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas y alentar a las personas a participar en actividades empresariales. Los encargados de formular políticas deben percibir a las mujeres empresarias como un grupo especial que merece atención y enfoque especiales.

Crear entornos innovadores es esencial para garantizar la innovación y la competitividad en las pequeñas empresas. Esto también es algo que los sistemas de soporte actuales tienen como objetivo hacer, es decir, crear un semillero para aumentar la innovación en la industria basada en los recursos naturales, ya que se considera que esta área de negocios tiene un gran potencial de desarrollo, así como posibilidades de crear empleo a tiempo completo. Los actores públicos deben crear mejores condiciones que tengan un impacto positivo en la capacidad de supervivencia de las empresas, brindando alguna provisión continua de capacitación en comercio físico, electrónico y exportación para mujeres en las áreas regionales, rurales y remotas a través del apoyo con programas integrales.

El sistema de soporte necesita no solo apuntar a negocios innovadores sino también mantener negocios existentes. Es por ello que se deben enseñar habilidades de marketing y comunicación, y se deben tomar medidas para garantizar un mejor acceso de las mujeres emprendedoras para comercializar los productos que producen. Además, los programas

exitosos deberían analizar cómo ampliar la participación económica entre las mujeres de clase media.

En cuanto a la metodología usada, agregar conceptos relacionados con el género para aclarar qué son las desigualdades de género para proporcionar una visión general de la mujer emprendedora y sus características para obtener más información sobre el objeto de estudio.

VII. Referencias

- Agarwal, S., & Sing, T. F. (2018). Gender Gap in Personal Bankruptcy Risks: Empirical Evidence from Singapore. *22(2)*, 813-847. <https://doi.org/10.1093/ROF>
- Aguilera, C. (2016). Modelo para la formulación de estrategias orientado al crecimiento empresarial de las pymes (Universidad Libre de Colombia. Seccional Cali (ed.)). <http://revistasojs.unilibrecali.edu.co/index.php/entramado/article/view/360/409>
- Aguilera, C. A., & Virgen, O. V. (2014). Principales Indicadores De Crecimiento Empresarial En Las Pequeñas Y Medianas Empresas: Caso Santiago De Cali – Colombia (Main Indicators of Business Growth in SMEs: Case Santiago De Cali – Colombia). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2334385
- Álvarez, M. A. C. (2011). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA Guía didáctica. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Alvarez, V., & Cáceres, R. (2017). DIAGNÓSTICO DE MOTIVOS DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS DEL PERÚ (CAPÍTULO AREQUIPA), 2017. http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15388/1/ALVAREZ_VALLE_ANA_DIA.pdf
- Arteaga, M., & Valencia, S. (2022). Estudio del carácter emprendedor de las mujeres jóvenes bolivianas de 22 a 30 años en las ciudades de La Paz y El Alto. *Revista Perspectivas*, (49), 59-96. Epub 01 de mayo de 2022. Recuperado en 20 de octubre de 2022, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332022000100059&lng=es&tlng=es.
- Arteaga, W., Villamil, D., & González, A. (2019). Caracterización de los procesos productivos de las pymes textiles de Cundinamarca. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 11(2). <https://doi.org/10.22335/rlct.v11i2.839>
- Banco Mundial. (2020). ¡Se necesitan estadísticas sobre las mujeres emprendedoras! <https://blogs.worldbank.org/es/datos/se-necesitan-estadisticas-sobre-las-mujeres-emprendedoras>
- Barbarán, B. N. A., & Arteaga, C. P. (2018). Limitaciones que impiden el desarrollo empresarial de MYPES: distritos de Coishco, Chimbote, Nuevo Chimbote y Santa - 2017. Universidad San Pedro. <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/57>

- Baron, R. A. (2008). The Role of Affect in the Entrepreneurial Process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328-340. <https://doi.org/10.5465/amr.2008.31193166>
- Bilbao, E. (2016). Emprendimiento con perspectiva de género buenas prácticas. [http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO8/Temas/Informes y Publicaciones/Manual_buenas_practica_es.pdf?hash=a5a5a5da76790ae80bec614b63aa812f&idioma=CA](http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO8/Temas/Informes_y_Publicaciones/Manual_buenas_practica_es.pdf?hash=a5a5a5da76790ae80bec614b63aa812f&idioma=CA)
- Blázquez, F., Dorta Velázquez, J. A., & Verona Martel, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medidadel crecimiento empresarial. 19(31), 165–195.
- Briseño, G. O., Briseño, G. A., & López, L. A. A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *nnovaciones de Negocios*. https://www.researchgate.net/publication/316553915_El_emprendimiento_femenino_un_estudio_multi-caso_de_factores_criticos_en_el_noreste_de_Mexico_Female_entrepreneurship_a_multi-case_study_of_critical_factors_in_Northeastern_Mexico
- Cabeza, G. L., Del Brio, E. B., & Oscanoa, V. M. L. (2019). Female financial inclusion and its impacts on inclusive economic development. *Women’s Studies International Forum*, 77, 102300. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2019.102300>
- Cantú, R. H. (2015). La OCDE y los derechos humanos: El caso de las Directrices para Empresas Multinacionales y los Puntos de Contacto Nacional. *Anuario Mexicano de Derecho Internacional*, 15(1), 611-658. <https://doi.org/10.1016/j.amdi.2014.09.011>
- Christiansen, I. (2017). Women Entrepreneurs Booming, and the Numbers Show They’re Thriving. <https://www.smallbizdaily.com/women-entrepreneurs2/>
- Décaro, L. A., Soriano, M. G., Benítez, J. P., & Soriano, J. G. (2021). La conducta financiera entre estudiantes universitarios emprendedores. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 89. <https://doi.org/10.21158/01208160.N89.2020.2816>
- Delfín, P. F. L., & Acosta, M. M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. En *Revista científica Pensamiento y Gestión* (Vol. 0, Número 40). <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/8810/8595>
- Devece, C., Ortiz, M., & Rueda, A. (2016). Entrepreneurship during economic crisis: Success factors and paths to failure. *Journal of Business Research*, 69(11), 5366-5370. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2016.04.139>

- Diario la República. (2018). Más del 53% de negocios son promovidos por mujeres en el Perú | Sociedad - La República. <https://larepublica.pe/sociedad/1221130-mas-del-53-de-negocios-son-promovidos-por-mujeres-en-el-peru/>
- Encina, L. M., & López, G. (2021). Emprendedurismo Femenino: Un estudio multi-caso de factores que influyen en la Intención Emprendedora. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), 1642–1659. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.374
- Foreman, P. J., & Peng, Z. (2014). Cultures of Female Entrepreneurship' (Working paper). Cardiff Business School,.
- GEM. (2021, November). Global entrepreneurship monitor research highlights significant increase in growth-oriented women entrepreneurs worldwide. <https://gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2018). Emprendimientos femeninos en el Perú: ¿en qué situación se encuentran? | Emprendimiento. La Voz de los Emprendedores. <https://www.pqs.pe/emprendimiento/emprendimientos-femeninos-peru>
- Gomersall, S. R., Norton, K., Maher, C., English, C., & Olds, T. S. (2015). In search of lost time: When people undertake a new exercise program, where does the time come from? A randomized controlled trial. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 18(1), 43-48. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2014.01.004>
- Gómez, G., Montalvo, M., & Molina, R. (2017). Mujeres Emprendedoras y su Acceso a Microcréditos en las micro y pequeñas empresas de saltillo. Editorial Corporación CIMTEO, I, 9-24. <http://memoriascimted.com/wp-content/uploads/2018/11/libro-coincom-congreso-2018.pdf#page=9>
- Grabowska, M. (2015). Innovativeness in Business Models. En M. Grabowska (Ed.), *Procedia Computer Science* (Vol. 65, pp. 1023-1030). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.09.057>
- Grégoire, D. A., Barr, P. S., & Shepherd, D. A. (2010). Cognitive Processes of Opportunity Recognition: The Role of Structural Alignment. *Organization Science*, 21(2), 413-431. <https://doi.org/10.1287/orsc.1090.0462>
- Hamui, S. A. (2016). La pregunta de investigación en los estudios cualitativos. *Investigación en Educación Médica*, 5(17), 49-54. <https://doi.org/10.1016/j.riem.2015.08.008>
- Hernández, C. (2016). Las pequeñas empresas en las cadenas productivas: crecimiento o dependencia. En *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura* (Vol. 13, Número 1). http://190.169.30.98/ojs/index.php/rev_ac/article/view/10470

- INEI. (2020). Boletín Demografía Empresarial en el Perú: III Trimestre. https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia_empresarial.pdf
- Katila, R., Chen, E. L., & Piezunka, H. (2016). ALL THE RIGHT MOVES: HOW ENTREPRENEURIAL FIRMS COMPETE EFFECTIVELY. *Strategic Entrepreneurship Journal Strat. Entrepreneurship J*, 6, 116-132. <https://doi.org/10.1002/sej.1130>
- Lee, M. (2017). Identifying new business opportunities from competitor intelligence: An integrated use of patent and trademark databases. *Technological Forecasting and Social Change*, 119, 170-183. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.026>
- López, J., & Cabeza, G. (2016). Crecimiento empresarial a nivel corporativo: el caso de la Multinacional The Coca-Cola Company. Universidad de León. https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5565/71469875C_GE_julio16.pdf?sequence=1
- Lowe, B. H., Oglethorpe, D. R., & Choudhary, S. (2020). Shifting from volume to economic value in virtual water allocation problems: A proposed new framework and methodology. *Journal of Environmental Management*, 110239. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.110239>
- Lozada, J. (2015). La Configuración Simbólica del Mundo: Identidad y Otredad en el Documental: The Devil's Miner. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 4(1), 23-27. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Maroney, N., Wang, W., & Kabir Hassan, M. (2019). Incorporating active adjustment into a financing based model of capital structure. *Journal of International Money and Finance*, 90, 204-221. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2018.09.011>
- Martínez, M., & Cruz, R. S. (2019). Women on corporate boards and firm's financial performance. *Women's Studies International Forum*, 76, 102251. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2019.102251>
- Marulanda, V. (2017). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1872/187258177007/html/index.html>
- Mendoza, J. A., Pinto, Y. M., & Galvez, M. C. (2021). Peruana del bicentenario: promotora del emprendimiento en tiempos de crisis. *Comuni@cción*, 12(4), 332-342. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.586>

- Ministerio de Producción. (2016). Perfil de la mujer emprendedora en el Perú.
<http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/789-perfil-de-la-mujer-emprendedora-en-el-peru>
- Monitor de Emprendimiento Global. (2017). Womens Entrepreneurship Report. GEM.
- Moore, P., & H. Buttner. (2015). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. 35, 34-46.
- Moreira, M. (2020). Caracterización de los emprendimientos y empresas de base científica tecnológica en Chile. Cematrix.
http://www.minciencia.gob.cl/sites/default/files/20200310_informe_final_ebct.pdf
- Morrison, K. M., & Heidtke, L. D. (2015). Causal inference from descriptions of experimental and non-experimental research: Public understanding of correlation-versus-causation. En *Journal of General Psychology* (Vol. 142, Número 1, pp. 48-70). Routledge.
<https://doi.org/10.1080/00221309.2014.977216>
- Napoleon, H. (2014). Think and Grow Rich – Foundation.
<http://www.naphill.org/shop/books/think-and-grow-rich/>
- Ortega, J. A. Á., Blanco, J. L. Y., & Cangahuala, G. (2016). Social capital and adaptive planning in an innovative industrial community in Peru. *Estudios Gerenciales*, 32(139), 162-169.
<https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.05.001>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Paredes, J. G., Toaquiza, B. E., Bonilla, F. P., & López, E. G. (2020). Análisis de los factores que limitan el crecimiento económico de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de La Investigación y Publicación Científico-Técnica Multidisciplinaria)*. ISSN : 2588-090X . Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5(5), 255–267.
<https://doi.org/10.23857/FIPCAEC.V5I5.195>
- Rashmi, D. (2016). Women Entrepreneur in Micro, Small and Medium Enterprises in India-An Overview. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 4(2), 60-64. www.arcjournals.org
- Reynolds, P., Bygrave, W., & Autio, E. (2017). *Global entrepreneurship monitor: 2002 executive monitor*. London Business School, London.

- Rodríguez, S., Lorenzo, Q., & Herrera, T. (2005). Teoría y práctica del análisis de datos cualitativos. Proceso general y criterios de calidad. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 23. <https://www.redalyc.org/pdf/654/65415209.pdf>
- Rosendo, R., & Pérez, del C. (2016). *Business Research Methods: theory and Practice*. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=5885761>
- Ruiz, A. M. (2015). Emprendedores con expectativas de alto crecimiento. Una perspectiva de género a nivel mundial. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=59193&info=resumen&idioma=SPA>
- Saavedra, M. L., Briseño, N. de la L., & Velázquez Rojas, K. G. (2022). Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica. <https://doi.org/10.36677/recai.v11i32.19391>
- Saunders, B., & Sim, J. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Quality and Quantity*, 52(4), 1893-1907. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0574-8>
- Silva, Y. F., & Rompató, M. E. (2020). Perfil psicosocial de la mujer emprendedora. Un análisis cualitativo y local. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 88, 145–164. <https://doi.org/10.21158/01208160.n88.2020.2697>
- Silva-Peralta, Y. F., & Rompató, M. E. (2020). Perfil psicosocial de la mujer emprendedora. Un análisis cualitativo y local. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, (88), 145–164. <https://doi.org/10.21158/01208160.n88.2020.2697>
- Soto, P. M. E. (2016). Microcréditos y educación financiera como factores clave del crecimiento económico en Colombia. Universidad Militar Nueva Granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/15508>
- Suárez, O. M., & Gálvez, G. R. (2017). Motivations and Decisive Factors in Women's Entrepreneurship. A Gender Perspective in Education and Professional Guidance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237, 1265-1271. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.208>
- Switten, L. (2015). Female entrepreneurs: a state of the art. 1-104. https://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/062/264/RUG01-002062264_2013_0001_AC.pdf
- Talavera, C. (2018). Factores determinantes que limitan a las micro pequeñas empresas en su desarrollo económico y social en el Perú, estudio de casos microempresas del sector manufactura en el Emporium Comercial de Gamarra Distrito de La Victoria periodo

- 2015-2016. [http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/unfv/2386/talavera guerrero carlos alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/unfv/2386/talavera%20guerrero%20carlos%20alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Torres, O. (2010). Mujeres a cargo - 4 tipos de mujeres empresarias. <https://bit.ly/2Ws0CzN>
- Vásquez, H. (2016). Emprendimiento: actitudes, actividad, y aspiraciones - II | Metodologías para Emprendedores. http://metodologiasparaemprender.blogspot.com/2013/09/emprendimiento-actitudes-actividad-y_7.html
- Villafuerte, L. (2015). Análisis metodológico en los trabajos de tesis. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=5307893&query=investigacion+descriptiva>
- Wellalage, N., & Locke, S. (2017). Access to credit by SMEs in South Asia: do women entrepreneurs face discrimination. *Research in International Business and Finance*, 41, 336-346. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.04.053>
- Zabludovsky, G. (2020). Mujeres y empresas: tendencias estadísticas y debates conceptuales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 65(240). <https://doi.org/10.22201/FCPYS.2448492XE.2020.240.76632>
- Zabludovsky, K. G. (2015). Las mujeres en los ámbitos de poder económico y político de México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 60(223), 61-94. [https://doi.org/10.1016/s0185-1918\(15\)72131-8](https://doi.org/10.1016/s0185-1918(15)72131-8)
- Zamawe, F. C. (2015). The implication of using NVivo software in qualitative data analysis: Evidence-based reflections. *Malawi Medical Journal*, 27(1), 13-15. <https://doi.org/10.4314/mmj.v27i1>.
- Blázquez Santana, Félix, Dorta Velázquez, José Andrés, & Verona Martel, María Concepción. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*, 19(31), 165-195. Retrieved January 15, 2023, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922006000100007&lng=en&tlng=es.
- Galbraith, J. K. (1984). *El nuevo estado industrial*. Barcelona: Ariel.
- Davidsson, P. y Wiklund, J. (1999). Theoretical and methodological issues in the study of firm growth (Working paper). Suecia: Jönköping International Business School

VIII. Anexos

a. Validación por juicio de expertos



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Mg. CESAR LUIS OLIVOS VILLASIS**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado **"FACTORES QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS EMPRENDEDORAS DEL COMITÉ GREMIAL "MUJER EMPRESARIA LAMBAYECANA" DURANTE EL AÑO 2019"**, elaborado por la estudiante **LESLIE TATIANA FARROÑAN MARTINEZ**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 30 de setiembre de 2019.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "C. Olivos Villasis", written over a horizontal dashed line.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Cesar Luis Olivos Villasis

Cargo Actual: DOCENTE FCCCE. - COORDINADOR ENCOBADORA DE NEGOCIOS IMAUSAT

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Mg. RUDY SALAZAR CABRERA**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado **“FACTORES QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS EMPRENDEDORAS DEL COMITÉ GREMIAL “MUJER EMPRESARIA LAMBAYECANA” DURANTE EL AÑO 2019”**, elaborado por la estudiante **LESLIE TATIANA FARROÑAN MARTINEZ**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 30 de setiembre de 2019.



Rudy Salazar
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Rudy Salazar Cabrera

Cargo Actual: Director IES USAT



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Ph.D

Quien suscribe, **Mg. JORGE HUARACHI CHAVEZ**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado **"FACTORES QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS EMPRENDEDORAS DEL COMITÉ GREMIAL "MUJER EMPRESARIA LAMBAYECANA" DURANTE EL AÑO 2019"**, elaborado por la estudiante **LESLIE FARROÑAN MARTÍNEZ**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 30 de setiembre de 2019.



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: **JORGE HUARACHI CHAVEZ**

Cargo Actual: _____

Profesor

b. Confiabilidad del instrumento

	JUEZ 1			JUEZ 2			JUEZ 3			RESUMEN			TOTAL	V de AIKEN	Condición
	Pet.	Rele.	Cla.	Pet.	Rele.	Cla.	Pet.	Rele.	Cla.	Pet.	Rele.	Cla.			
Pgt1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	3	3	2	8	0.88888889	Valido
Pgt2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	3	3	2	8	0.88888889	Valido
Pgt3	1	1	1	1	1	0	1	1	0	3	2	2	7	0.77777778	Valido
Pgt4	1	1	1	1	1	1	1	1	0	3	3	2	8	0.88888889	Valido
Pgt5	1	1	1	1	1	1	1	0	1	3	3	2	8	0.88888889	Valido
Pgt6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt9	1	1	1	1	1	1	1	0	1	3	3	2	8	0.88888889	Valido
Pgt10	1	1	1	1	1	1	1	1	0	3	3	2	8	0.88888889	Valido
Pgt11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	9	1	Valido
Pgt36	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	8	0.88888889	Valido
Pgt37	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	8	0.88888889	Valido
														0.97	Valido

La validación se realizó por tres expertos conocedores del tema, el cual según su calificación con el método de Aiken se obtuvo una confiabilidad de 0.97, el cual indica ser mayor a 0.8. por lo tanto, el instrumento de esta investigación es confiable.

c. Detalle de respuestas de las participantes

Entrevista a LA BÓVEDA DEL BAR INGLÉS

5. ¿es este su primer negocio o ya ha dirigido / fundado otra empresa? (en caso de que la encuestada diga que ha dirigido otro negocio antes, pregunte: "¿estaba en el mismo sector que su negocio actual?")

Otros negocios en Panamá, Brasil, Italia y en otro rubro artesanía, exportación de pescados, procesadora de polos

6. ¿cuántos años ha trabajado en un empleo remunerado antes de comenzar su negocio? ¿en qué campos trabajaste? ¿posición gerencial también?

6 años, gerente de Agencia, y gerente de Nextel

7. ¿podría estimar aproximadamente cuántas horas por semana dedica a administrar su empresa?

14 horas, todo al 100 %

8. ¿cuál es la fecha de inicio de su empresa? Mes y año son suficientes.

25 de julio de este año.

9. ¿fue usted la única persona involucrada en la fundación de la empresa o también hubo otras personas involucradas?

Inicio de actividad con esposo

10. ¿divide el liderazgo sobre la empresa proporcionalmente? ¿tienes una estricta división de tareas?

Marketing la dueña del negocio y su esposo en la producción.

11. ¿cuántos empleados tiene hoy?

4 colaboradores

12. ¿cuál es la facturación anual de su empresa aproximadamente?

No es necesario dar esa información.

13. ¿qué factores han contribuido a la decisión de iniciar su propio negocio? (en caso de que el encuestado no mencione los siguientes aspectos, solicítelos explícitamente: ganancia financiera - ejemplo en la familia - independencia - cumplimiento personal - ayuda al esposo - falta de posibilidades profesionales en el trabajo actual - estado)

Ninguna de las anteriores, esto se inicia por alcanzar sueños y se trata de llegar a eso.

14. ¿sabía de inmediato que deseaba iniciar este tipo de negocio o primero decidió iniciar un negocio y luego pensó en qué tipo de negocio?

“los negocios son como cuando uno se enamora, cuando se hace un negocio tienes que tener el coraje de realizarlo rápido, no es necesario de hacer un análisis de mercado, si ves que sirve en el mercado, se realiza. Tratar de ser siempre los mejores, ser el foco para que otros nos sigan. Hacemos negocio no para sobrevivir sino para tener ganancias.”

15. ¿qué problemas ha enfrentado durante la fase de inicio de su empresa? (dependiendo de los aspectos mencionados por la encuestada, haga preguntas adicionales para comprender realmente los problemas que ha enfrentado)

“cuando hacemos la realización de obras, del proyecto, o en el aspecto laboral. Pero considero que tenemos todo organizado, y si vemos que no rinde el negocio. Lo cerramos”

16. ¿cómo reaccionó su entorno (es decir, familia, amigos, empleador actual...) cuando anunció sus planes de iniciar su propio negocio? ¿alguna vez has sentido la falta de apoyo de ellos?

“al hacer negocio, en principio no nos interesa lo que piense la familia o los demás puesto que pueden tener distintos puntos de vista, algunos dirán que nos les gustó, y las opiniones hacen que cambien nuestras direcciones a lo que vamos enfocados, pero son nuestros sueños y no nos guiamos de ellos”

17. ¿alguna vez ha tenido dificultades para obtener fondos suficientes, ya sea para el inicio de su empresa o para las operaciones en curso de su empresa?

“no, porque no es el único negocio, tenemos los fondos suficientes”

18. ¿alguna vez ha percibido esta falta de experiencia previa y / o educación relacionada con los negocios como un problema? ¿alguna vez te ha hecho dudar acerca de dar el paso al autoempleo?

“no claro que no, pero por ejemplo la falta de alta cocina en Chiclayo no ha sido desarrollada y hace falta poner sin embargo nos hemos adaptado al mercado y hemos puestos platos cómodos para los clientes chiclayanos”

19. ¿tenía un modelo a seguir o alguien a quien admiraba durante el proceso de iniciar su negocio?

“no, nosotros mismos2

20. ¿cree que es importante que las mujeres emprendedoras tengan un modelo a seguir femenino, o cree que el sexo no importa para un modelo a seguir?

“sí, puede ser hombre o mujer lo importante que esta persona triunfe”

21. ¿ha podido construir una red de aliados estratégicos que beneficien a su empresa? (en el caso de los encuestados responde “no”, en el otro caso, pregunte: “¿alguna vez ha encontrado dificultades en el proceso de construcción de esta red?”)

“Si claro tenemos a américa tv, Scotiabank, BBVA, aplicativo con tarjetas de crédito”

22. ¿alguna vez ha tenido dificultades para ganarse el respeto de los socios comerciales masculinos?

No.

23. ¿sientes que pasas muy poco tiempo construyendo una red aliados estratégicos? (en caso de que el encuestado responda "sí", pregunte: "¿podría explicar por qué no dedica el tiempo suficiente?")

Sin respuesta

24. ¿hay algo que le gustaría cambiar en su vida actual relacionado al tiempo que dedica a su empresa? ¿o el equilibrio vida personal y trabajo está bien para usted?

“siempre hago lo que yo deseo, no puedes tener todo en la vida, bien puedes ser buena esposa, buena empresaria, buena madre, tienes que escoger lo que te genere mayor satisfacción, si estás trabajando puedes darle alguna educación en tu empresa”

25. ¿cuál es el tiempo de viaje entre su empresa y su hogar? (en caso de que el tiempo de viaje sea corto, es decir, menos de 15 minutos, pregunte: "¿fue esto una elección deliberada?"; en el otro caso, pregunte: "¿este tiempo de viaje representa un problema para usted? ¿preferiría que su negocio se ubicara más cerca de su hogar?")

15 minutos

26. ¿emplea algún tipo de ayuda de algún profesional u organización para mejorar su equilibrio entre el trabajo y la vida?

"no, pero si nos tratamos de organizar tanto para ir a la escuela con el hijo como para atender el negocio, sin quedar mal con nadie."

27. ¿alguna vez te has sentido culpable por tus hijos porque no eres una madre tradicional?

"no, porque me organizo y me doy mi tiempo con mi pequeño"

28. ¿cuándo te sientes exitoso?

El éxito lo haces, y si te sientes feliz por hacer lo que haces. Es algo que no puedes describir.

29. ¿cuáles son las ambiciones de crecimiento para su empresa hoy? (en el caso de los siguientes aspectos no se mencionan por el demandado, pregunte por ellos explícitamente: beneficio - número de empleados - número de instalaciones / clientes / productos.

"lo que se quiere hacer es tener más cliente, por eso estamos haciendo publicidad y marketing hoy en día"

30. ¿está dispuesto a seguir creciendo si el entorno lo permite (nuevos asociados, mayor número de clientes, nuevas tecnologías) o solo crecer hasta cierto punto? Pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que no quiere hacer crecer su negocio:

Sin respuesta

31. ¿cuál es la razón por la que no quiere hacer crecer su negocio? Pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que se ha enfrentado a ninguno de los problemas de puesta en marcha encima:

Sin respuesta

32. ¿diría que su ambición de crecimiento actual está influida por cualquiera de los problemas mencionados al comienzo?

Sin respuesta

33. ¿tiene limitado los recursos y oportunidades en sus intentos de hacer crecer su negocio?

"cuando uno se enfrenta a un negocio, tenemos que tener la capacidad de enfrentarlo y no tener impedimentos ni sentirnos minimizados, hay que tratar de tener en claro lo que quieres hacer y seguir con sus ideas, creer en ellas"

Entrevista a JUANA ZUNINI VICTORIA CHIRA: EL CÁNTARO

5. ¿Es este su primer negocio o ya ha dirigido / fundado otra empresa? (En caso de que la encuestada diga que ha dirigido otro negocio antes, pregunte: "¿Estaba en el mismo sector que su negocio actual?")

Fue su primer negocio, empezando en la cuarta parte de su hogar donde colocaron cocina, baño, además de las seis primeras mesas que colocaron, agrandando el local según el crecimiento de clientes.

6. ¿Cuántos años ha trabajado en un empleo remunerado antes de comenzar su negocio? ¿En qué campos trabajaste? ¿Posición gerencial también?

No trabajó para ninguna empresa.

7. ¿Podría estimar aproximadamente cuántas horas por semana dedica a administrar su empresa?

Al inicio más de 8 horas, hoy en día 5 horas aproximadamente.

8. ¿Cuál es la fecha de inicio de su empresa? Mes y año son suficientes.

12 de marzo de 1975

9. ¿Fue usted la única persona involucrada en la fundación de la empresa o también hubo otras personas involucradas?

Inicio de actividad con esposo

10. ¿Divide el liderazgo sobre la empresa proporcionalmente? ¿Tienes una estricta división de tareas?

Al inicio, su esposo se encargaba en hacer las compras y contratos; mientras tanto la dueña se involucró en el lado de la cocina. Actualmente después del fallecimiento su esposo tomó el cargo de la administración de la empresa, al lado de su hijo.

11. ¿Cuántos empleados tiene hoy?

22 colaboradores

12. ¿Cuál es la facturación anual de su empresa aproximadamente?

Rango de 20 mil soles

13. ¿Qué factores han contribuido a la decisión de iniciar su propio negocio? (En caso de que el encuestado no mencione los siguientes aspectos, solicítelos explícitamente: Ganancia financiera - Ejemplo en la familia - Independencia - Cumplimiento personal - Ayuda al esposo - Falta de posibilidades profesionales en el trabajo actual - Estado)

Por ayuda al esposo, ganancia financiera y por la familia. Ya que en esa época sufrían los rezagos de la reforma agraria, pues su esposo se dedicaba a la venta de lácteos, tenía un establo donde se recolectaba leche, se le vendía al público por la mañana y en la tarde se llevaba a la fábrica.

14. ¿Sabía de inmediato que deseaba iniciar este tipo de negocio o primero decidió iniciar un negocio y luego pensó en qué tipo de negocio?

Al inicio lo pensaron, quisieron hacer una panadería, luego vieron una oportunidad en Chiclayo la venta de los pollos a la brasa y quisieron trasladarlo a Lambayeque, compraron un horno pequeño sin embargo el movimiento por las noches era bajo, y no vendieron lo que se esperaba. Solo llegaron a vender para el aniversario de una cooperativa.

15. ¿Qué problemas ha enfrentado durante la fase de inicio de su empresa? (Dependiendo de los aspectos mencionados por la encuestada, haga preguntas adicionales para comprender realmente los problemas que ha enfrentado)

“Los problemas que tuvieron fueron: la seguridad en las calles cerca al negocio, el recojo de la basura, tenían que pagar a terceros para que botasen las bolsas de basura, otro punto era educar al cliente y que se adapten a los horarios que se había establecido, ya que había algunos clientes que confundían y querían alquilar el local”

16. ¿Cómo reaccionó su entorno (es decir, familia, amigos, empleador actual...) cuando anunció sus planes de iniciar su propio negocio? ¿Alguna vez has sentido la falta de apoyo de ellos?

Todo bien, la felicitaban por el inicio del emprendimiento.

17. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para obtener fondos suficientes, ya sea para el inicio de su empresa o para las operaciones en curso de su empresa?

Si, con los bancos al inicio ya que no eran formales y no sabían mucho sobre el tipo de documentación como boletas, facturas que se tenían que presentar para obtener un crédito. Sin embargo, poco a poco fueron aprendiendo.

18. ¿Alguna vez ha percibido esta falta de experiencia previa y / o educación relacionada con los negocios como un problema? ¿Alguna vez te ha hecho dudar acerca de dar el paso al autoempleo?

“Sí un poco de miedo, porque cuando me hablaban del negocio en el sector de comercio, no entendía y esto ha sido un proceso donde se ha aprendido de a pocos.”

19. ¿Tenía un modelo a seguir o alguien a quien admiraba durante el proceso de iniciar su negocio?

“No, fuimos los primeros en poner este tipo de negocio en Lambayeque, no tenía a quien seguir el patrón o guiarnos y he ido aprendiendo en el camino.”

20. ¿cree que es importante que las mujeres emprendedoras tengan un modelo a seguir femenino, o cree que el sexo no importa para un modelo a seguir?

“sí, considero que es importante porque te puede servir de estímulo como mujer o referente ver a otra mujer exitosa.”

21. ¿ha podido construir una red de aliados estratégicos que beneficien a su empresa? (en el caso de los encuestados responde “no”, en el otro caso, pregunte: “¿alguna vez ha encontrado dificultades en el proceso de construcción de esta red?”)

“no, no es que haya encontrado dificultades, pero es mejor trabajar sola, si me han propuesto ser socios, pero es mejor ser dueña de tus propias decisiones y de lo que quieras hacer con el negocio”

22. ¿alguna vez ha tenido dificultades para ganarse el respeto de los socios comerciales masculinos?

“no, pero tienes que quedar bien con tus proveedores pues ellos te ayudan en el proceso del negocio, te levantan y son fundamentales.”

23. ¿Sientes que pasas muy poco tiempo construyendo una red aliados estratégicos? (En caso de que el encuestado responda "sí", pregunte: "¿Podría explicar por qué no dedica el tiempo suficiente?")

Sin respuesta

24. ¿Hay algo que le gustaría cambiar en su vida actual relacionado al tiempo que dedica a su empresa? ¿O el equilibrio vida personal y trabajo está bien para usted?

“no, ya que a todos en el tema familiar ha involucrado a sus hijos en el negocio también, ha mantenido el equilibrio en lo familiar y el trabajo.”

25. ¿cuál es el tiempo de viaje entre su empresa y su hogar? (en caso de que el tiempo de viaje sea corto, es decir, menos de 15 minutos, pregunte: "¿fue esto una elección deliberada?"; en el otro caso, pregunte: "¿este tiempo de viaje representa un problema para usted? ¿preferiría que su negocio se ubicara más cerca de su hogar?")

5 minutos, esto se adaptó para estar más cerca al negocio

26. ¿emplea algún tipo de ayuda de algún profesional u organización para mejorar su equilibrio entre el trabajo y la vida?

“sí, tenía una ayuda en el sentido que había una chica que lo ayudaba en la casa, con los hijos o a limpiar”

27. ¿alguna vez te has sentido culpable por tus hijos porque no eres una madre tradicional?

No, pues se daba tiempo para ir de campamento con ellos, ir a los scouts, a las reuniones de sus hijos. Pues tenían un horario de trabajo que no le ocupaba todo el día y podía organizarse

28. ¿cuándo te sientes exitoso?

“el ser exitosa es ser perseverante, paciente y comprensiva con el cliente que estos se sientan bien en mi negocio regresando nuevamente”

29. ¿cuáles son las ambiciones de crecimiento para su empresa hoy? (en el caso de los siguientes aspectos no se mencionan por el demandado, pregunte por ellos explícitamente: beneficio - número de empleados - número de instalaciones / clientes / productos.

Tener más clientes, y mantener a los que ya tiene.

30. ¿está dispuesto a seguir creciendo si el entorno lo permite (nuevos asociados, mayor número de clientes, nuevas tecnologías) o solo crecer hasta cierto punto? Pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que no quiere hacer crecer su negocio:

Si claro estaría dispuesta, pero no creo importante el hecho de crecer poniendo otra sucursal porque siento que puedo descuidar a mi otro negocio.

31. ¿cuál es la razón por la que no quiere hacer crecer su negocio? Pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que se ha enfrentado a ninguno de los problemas de puesta en marcha encima:

Sin respuestas

32. ¿diría que su ambición de crecimiento actual está influida por cualquiera de los problemas mencionados al comienzo?

Sin respuesta

33. ¿tiene limitado los recursos y oportunidades en sus intentos de hacer crecer su negocio?

“considero que no, porque por ahora estoy bien y si puedo hacerlo crecer y mantener este negocio, al lado de mis hijos”

Entrevista a CELESTE SERRA ROMERO – GABINETE ESTÉTICO “CELESTE

5. ¿Es este su primer negocio o ya ha dirigido / fundado otra empresa? (En caso de que la encuestada diga que ha dirigido otro negocio antes, pregunte: "¿Estaba en el mismo sector que su negocio actual?")

Ha tenido otra en el rubro: social organización de eventos

6. ¿Cuántos años ha trabajado en un empleo remunerado antes de comenzar su negocio? ¿En qué campos trabajaste? ¿Posición gerencial también?

19 años en empresas privadas

7. ¿Podría estimar aproximadamente cuántas horas por semana dedica a administrar su empresa?

Las 24 horas del día, porque es un negocio propio, bien produciendo o atendiendo

8. ¿Cuál es la fecha de inicio de su empresa? Mes y año son suficientes.

Diciembre, 2017

9. ¿Fue usted la única persona involucrada en la fundación de la empresa o también hubo otras personas involucradas?

Sola

10. ¿Divide el liderazgo sobre la empresa proporcionalmente? ¿Tienes una estricta división de tareas?

Todo se encargaba la dueña del negocio

11. ¿Cuántos empleados tiene hoy?

Única

12. ¿Cuál es la facturación anual de su empresa aproximadamente?

10,000 mil a más

13. ¿Qué factores han contribuido a la decisión de iniciar su propio negocio? (En caso de que el encuestado no mencione los siguientes aspectos, solicítelos explícitamente: Ganancia financiera - Ejemplo en la familia - Independencia - Cumplimiento personal - Ayuda al esposo - Falta de posibilidades profesionales en el trabajo actual - Estado)

Cumplimiento personal

14. ¿Sabía de inmediato que deseaba iniciar este tipo de negocio o primero decidió iniciar un negocio y luego pensó en qué tipo de negocio?

“No, yo demoré mucho para tomar la decisión en emprender en lo que me apasiona: salud y belleza”.

“Al inicio yo quería dar opciones de satisfacción personal no invasivas a las personas para el cuidado personal, ya que este rubro no estaba trabajado realmente a conciencia como salud, belleza, autoestima, amor propio, complemento para que el ser humano se sintiese bien consigo mismo”

15. ¿Qué problemas ha enfrentado durante la fase de inicio de su empresa? (Dependiendo de los aspectos mencionados por la encuestada, haga preguntas adicionales para comprender realmente los problemas que ha enfrentado)

Inicialmente concientizar a las personas en este rubro de salud y bienestar, porque la gente lo ve como tema mundano y materialista y esto no es así. El tema de la estética es más de cuidado personal, salud

de la piel, respetarte, aprender a cuidarte y en tema económico porque al principio tienes que financiarte para tener un espacio apropiado, otro tema fue las certificaciones, los procesos de las licencias, muy burocrático

16. ¿Cómo reaccionó su entorno (es decir, familia, amigos, empleador actual...,) cuando anunció sus planes de iniciar su propio negocio? ¿Alguna vez has sentido la falta de apoyo de ellos?

“Me han apoyado, estuvieron contentos”

17. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para obtener fondos suficientes, ya sea para el inicio de su empresa o para las operaciones en curso de su empresa?

“Complicado, porque habría que endeudarse para comprar las maquinarias”

18. ¿Alguna vez ha percibido esta falta de experiencia previa y / o educación relacionada con los negocios como un problema? ¿Alguna vez te ha hecho dudar acerca de dar el paso al autoempleo?

“No, porque yo inicie capacitándome, y estoy segura de lo que hago, de las maquinarias que trabajo, soy consciente profesionalmente en lo que hago. Me prepare para este tipo de negocio”

19. ¿Tenía un modelo a seguir o alguien a quien admiraba durante el proceso de iniciar su negocio?

“No”

20. ¿Cree que es importante que las mujeres emprendedoras tengan un modelo a seguir femenino, o cree que el sexo no importa para un modelo a seguir?

“Es indistinto, no importa. Con tal que tengas una motivación sea un amigo, familia, personaje. La motivación la buscas tú”

21. ¿Ha podido construir una red de aliados estratégicos que beneficien a su empresa? (En el caso de los encuestados responde “no”, En el otro caso, pregunte: “¿Alguna vez ha encontrado dificultades en el proceso de construcción de esta red?”)

“Si he tenido proveedores, y he tenido alianzas estratégicas”

22. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para ganarse el respeto de los socios comerciales masculinos?

“Si, en mi caso en el rubro de la estética y belleza, los hombres piensan que no les compete a ellos, que es más femenino, eso es un tema más para mujeres y no para hombres, que no deberían cuidarse, ni atenderse. Sin embargo, este año el % de pacientes es 50/50 tantos hombres y mujeres.”

23. ¿Sientes que pasas muy poco tiempo construyendo una red aliados estratégicos? (En caso de que el encuestado responda "sí", pregunte: "¿Podría explicar por qué no dedica el tiempo suficiente?")

Sin respuesta

24. ¿Hay algo que le gustaría cambiar en su vida actual relacionado al tiempo que dedica a su empresa? ¿O el equilibrio vida personal y trabajo está bien para usted?

“Ahora no, ya está manejado ya que mis hijos crecieron, y además porque soy la planificadora y ejecutora pudiendo así manejar mis tiempos.”

25. ¿Cuál es el tiempo de viaje entre su empresa y su hogar? (En caso de que el tiempo de viaje sea corto, es decir, menos de 15 minutos, pregunte: "¿Fue esto una elección deliberada?"; En el otro caso, pregunte: “¿Este tiempo de viaje representa un problema para usted? ¿Preferiría que su negocio se ubicara más cerca de su hogar?”)

“2 minutos, esto ha sido decisión planificada porque yo necesito tener la casa cerca porque atiendo a mis hijos, limpio la casa, preparo las loncheras, almuerzo, desayuno por eso las mujeres son multifacéticas”

26. ¿Emplea algún tipo de ayuda de algún profesional u organización para mejorar su equilibrio entre el trabajo y la vida?

“Si, trate de tener un par de asistentes en mi negocio, para dedicarme a mi casa, pero no era igual ya que mis clientes no querían atenderse, porque querían tener el profesional que la había atendido, ya que yo era la imagen, la capacitada en el trabajo.”

27. ¿Alguna vez te has sentido culpable por tus hijos porque no eres una madre tradicional?

“No tengo problemas ya que estoy organizada y tengo tiempo para almorzar con ellos, estar con ellos, reuniones, tareas, claro que no puedo compartir todas sus experiencias. Es una libertad limitada”

28. ¿Cuándo te sientes exitoso?

Me siento exitosa cuando veo renovada, feliz y satisfecha a mi cliente al terminar cada sesión, así este cansada, yo al final del día estoy tranquila porque sé que ese cliente va a volver, y además porque me gusta y apasiona mi trabajo.

29. ¿Cuáles son las ambiciones de crecimiento para su empresa hoy? (En el caso de los siguientes aspectos no se mencionan por el demandado, pregunte por ellos explícitamente: Beneficio - Número de empleados - Número de instalaciones / clientes / productos.

“Ahora estamos bien, como no es un negocio de primera necesidad, por lo tanto, hay que analizar bien en poner otro local, pero sí, a mediano plazo me gustaría aperturar otro gabinete más para un segmento más amplio y también me gustaría incursionar en enseñar a lo que he aprendido, y que les sirva a otras personas”

30. ¿Está dispuesto a seguir creciendo si el entorno lo permite (nuevos asociados, mayor número de clientes, nuevas tecnologías) o solo crecer hasta cierto punto? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que no quiere hacer crecer su negocio:

Sin respuesta

31. ¿Cuál es la razón por la que no quiere hacer crecer su negocio? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que se ha enfrentado a ninguno de los problemas de puesta en marcha encima:

Sin respuesta

32. ¿Diría que su ambición de crecimiento actual está influida por cualquiera de los problemas mencionados al comienzo?

Si el hecho de crecer está influenciado en el hecho de querer tener más cliente y poder adaptarlos cambiándoles el chip que este negocio es por salud y no por ser materialistas.

33. ¿Tiene limitado los recursos y oportunidades en sus intentos de hacer crecer su negocio?

“Una limitación es el tema de la sucia competencia ya que existen opciones de mercado informal que no tienen ni el más mínimo cuidado en salubridad ni de bienestar. Pues hay competencia a menor precios. Pero no son capacitados. Otras limitaciones son los costos altos de los productos, las certificaciones y las legalizaciones, te ponen peros, y burocracia en el papeleo.”

Entrevista a GRACIELA ALEGRÍA OLAZÁBAL

5. ¿Es este su primer negocio o ya ha dirigido / fundado otra empresa? (En caso de que la encuestada diga que ha dirigido otro negocio antes, pregunte: "¿Estaba en el mismo sector que su negocio actual?")

Dirigido una ONG como apoyo.

6. ¿Cuántos años ha trabajado en un empleo remunerado antes de comenzar su negocio? ¿En qué campos trabajaste? ¿Posición gerencial también?

Sí en una ONG por más de veinte años, en el área de coordinación y posteriormente como directora.

7. ¿Podría estimar aproximadamente cuántas horas por semana dedica a administrar su empresa?

Generalmente seis horas diarias

8. ¿Cuál es la fecha de inicio de su empresa? Mes y año son suficientes.

En el año 2005

9. ¿Fue usted la única persona involucrada en la fundación de la empresa o también hubo otras personas involucradas?

Inicio de actividad con esposo

10. ¿Divide el liderazgo sobre la empresa proporcionalmente? ¿Tienes una estricta división de tareas?

En los años anteriores la dueña tenía el cargo de gerencia y su esposo de administración; así se dividían las funciones dentro del negocio.

11. ¿Cuántos empleados tiene hoy?

Actualmente cuenta con 6 colaboradores, 3 mujeres y 3 hombres.

12. ¿Cuál es la facturación anual de su empresa aproximadamente?

20,000 mil soles

13. ¿Qué factores han contribuido a la decisión de iniciar su propio negocio? (En caso de que el encuestado no mencione los siguientes aspectos, solicítelos explícitamente: Ganancia financiera - Ejemplo en la familia - Independencia - Cumplimiento personal - Ayuda al esposo - Falta de posibilidades profesionales en el trabajo actual - Estado)

Lo inició por independencia económica

14. ¿Sabía de inmediato que deseaba iniciar este tipo de negocio o primero decidió iniciar un negocio y luego pensó en qué tipo de negocio?

“La idea se inició de dos, mi pareja y yo. Nos dimos cuenta que Chiclayo se prestaba para hacer una ciudad donde había turismo, entonces vimos esta oportunidad de poder tener un hostel y compramos una casa antigua en la cual encajaba para poner el negocio”.

15. ¿Qué problemas ha enfrentado durante la fase de inicio de su empresa? (Dependiendo de los aspectos mencionados por la encuestada, haga preguntas adicionales para comprender realmente los problemas que ha enfrentado)

“El primer problema fue conseguir el crédito puesto a que antes te pedían tener historia crediticia, y no se abrían las puertas fácilmente por parte de las financieras. Por eso optamos por tener préstamos por parte de la familia al inicio”

16. ¿Cómo reaccionó su entorno (es decir, familia, amigos, empleador actual...) cuando anunció sus planes de iniciar su propio negocio? ¿Alguna vez has sentido la falta de apoyo de ellos?

Todos estaban entusiasmados, interesados, apoyaban la idea de poner este negocio en la ciudad de Chiclayo.

17. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para obtener fondos suficientes, ya sea para el inicio de su empresa o para las operaciones en curso de su empresa?

Sí, claro como lo mencioné anteriormente, no me daban crédito es decir un monto fuerte para poder invertir ya que en ese momento yo estaba ya separada de mi esposo y el banco no quería firmar. Y si me lo daban me ponían un poco difícil puesto que me pedían un aval y esto era una gran dificultad. Claro que me daban un crédito, pero de monto bajo, que me limitaba la capacidad de potenciar mi negocio.

18. ¿Alguna vez ha percibido esta falta de experiencia previa y / o educación relacionada con los negocios como un problema? ¿Alguna vez te ha hecho dudar acerca de dar el paso al autoempleo?

“Si claro, por ejemplo, en asistencia técnica, poder tener un contador en la empresa, el manejo interno que tenía que tener con mis empleados, sin embargo, en esos años pude capacitarme en comercio exterior y turismo, donde dictaban algunos cursos de turismo y en la parte operativa a Prom Perú pude llevar otros cursos más”

19. ¿Tenía un modelo a seguir o alguien a quien admiraba durante el proceso de iniciar su negocio?

“No tenía, yo sola empecé, es más me gustaba observar que cosas podría realizar con mi empresa, y lo realizaba. Empecé con la auto capacitación.”

20. ¿Cree que es importante que las mujeres emprendedoras tengan un modelo a seguir femenino, o cree que el sexo no importa para un modelo a seguir?

“Lo más importante es tener las ideas claras, precisos con objetivos de lo que quieres emprender. Pero también es necesario tener modelos de empresarias, ya esto empodera más a la mujer”

21. ¿Ha podido construir una red de aliados estratégicos que beneficien a su empresa? (En el caso de los encuestados responde “no”, En el otro caso, pregunte: “¿Alguna vez ha encontrado dificultades en el proceso de construcción de esta red?”)

“Sí, claro con gente que está dentro del mismo sector como turismo, además también poder aprender de otros gremios”

22. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para ganarse el respeto de los socios comerciales masculinos?

“No, pero si he sentido las diferencias que existe en el sentido de las micro, pequeñas y grandes empresas, pues las pequeñas empresas no siempre tienen las mismas oportunidades que en las grandes empresas, no tenemos las puertas abiertas.

Además, que hay diferencia de oportunidades entre hombre y mujeres en la sociedad; debería existir la igualdad entre ambos”

23. ¿Sientes que pasas muy poco tiempo construyendo una red aliados estratégicos? (En caso de que el encuestado responda "sí", pregunte: "¿Podría explicar por qué no dedica el tiempo suficiente?")

“No porque mayormente y gracias a la carrera que ha tenido ha sentido la necesidad de poder aportar y contribuir con la sociedad, pudiendo conocer y relacionarme con amigos, profesionales en varios ámbitos tanto empresarial, como social.”

24. ¿Hay algo que le gustaría cambiar en su vida actual relacionado al tiempo que dedica a su empresa? ¿O el equilibrio vida personal y trabajo está bien para usted?

“Si tal vez bajar un poco mi ritmo de trabajo asimismo por sugerencia de mi hija, que me pide no meterme en más cosas, para poder descansar y disfrutar un rato con mi nieto.”

25. ¿Cuál es el tiempo de viaje entre su empresa y su hogar? (En caso de que el tiempo de viaje sea corto, es decir, menos de 15 minutos, pregunte: "¿Fue esto una elección deliberada?"; En el otro caso, pregunte: "¿Este tiempo de viaje representa un problema para usted? ¿Preferiría que su negocio se ubicara más cerca de su hogar?")

“No representa un problema para mí porque vivo cerca, y además porque así viva lejos cuento con un buen equipo humano comprometido con las funciones designadas que ayudan en la organización.”

26. ¿Emplea algún tipo de ayuda de algún profesional u organización para mejorar su equilibrio entre el trabajo y la vida?

“Cuando me siento estresada por el trabajo y a parte que ando metida en varias cosas no solo en mi negocio, sino en grupos colectivos. Suelo ir a mis terapias que permiten que este más relajada conmigo misma, me ayuda a mejorar.”

27. ¿Alguna vez te has sentido culpable por tus hijos porque no eres una madre tradicional?

“Sí, a todas las mujeres que pasamos por la etapa de niños pequeños, sentimos esa falta de apoyo para con nuestros hijos, y que necesitamos como madres. Que a veces podamos descuidarlos un poco”

28. ¿Cuándo te sientes exitoso?

“El éxito es llegar a las metas establecidas, tener el reconocimiento y poder estar en el camino que nos hemos propuesto”.

29. ¿Cuáles son las ambiciones de crecimiento para su empresa hoy? (En el caso de los siguientes aspectos no se mencionan por el demandado, pregunte por ellos explícitamente: Beneficio - Número de empleados - Número de instalaciones / clientes / productos.

“Mayor rentabilidad que va en paralelo el de tener un mayor número de clientes, poder estar en la capacidad del 70% como mínimo que es de ocupabilidad diaria. Tener una línea de trabajo”

30. ¿Está dispuesto a seguir creciendo si el entorno lo permite (nuevos asociados, mayor número de clientes, nuevas tecnologías) o solo crecer hasta cierto punto? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que no quiere hacer crecer su negocio:

Claro, si la oportunidad se lo amerita poder tener un crecimiento económico y llegar como promedio mínimo del 70% de ocupabilidad diaria.

31. ¿Cuál es la razón por la que no quiere hacer crecer su negocio? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que se ha enfrentado a ninguno de los problemas de puesta en marcha encima:

Sin respuesta

32. ¿Diría que su ambición de crecimiento actual está influida por cualquiera de los problemas mencionados al comienzo?

Si se relaciona ya que, si yo obtengo el financiamiento que deseo, podre renovar mi infraestructura de la empresa, hacerlo crecer además de invertir en tecnología.

33. ¿Tiene limitado los recursos y oportunidades en sus intentos de hacer crecer su negocio?

“El limitante para mí es no contar con conocimientos en recursos tecnológicos, el uso de las tics en la empresa por ejemplo el uso de redes sociales, para promocionar o hacer concursos, ya que hoy en día los clientes están al día con los móviles y obtienen la información en redes. Actualmente hacemos difusión de marketing de boca en boca solamente.”

Entrevista a LUPE FERNÁNDEZ CASTILLO

5. ¿Es este su primer negocio o ya ha dirigido / fundado otra empresa? (En caso de que la encuestada diga que ha dirigido otro negocio antes, pregunte: "¿Estaba en el mismo sector que su negocio actual?")

Primer negocio de hace 35 años

6. ¿Cuántos años ha trabajado en un empleo remunerado antes de comenzar su negocio? ¿En qué campos trabajaste? ¿Posición gerencial también?

Hace 13 años en altos cargos como: fundadora y presidenta de sociedad nacional de industrias en Lambayeque.

Cuatro veces presidenta del consejo nacional Lambayeque, Cajamarca, norte de SENATI y consejera. Paralelamente directora de la cámara de comercio y producción de Lambayeque.

Representante de microempresarios en FOGAP

7. ¿Podría estimar aproximadamente cuántas horas por semana dedica a administrar su empresa?

Las 24 horas, es decir todo el 100 %.

8. ¿Cuál es la fecha de inicio de su empresa? Mes y año son suficientes.

10 de julio de 1984

9. ¿Fue usted la única persona involucrada en la fundación de la empresa o también hubo otras personas involucradas?

Única fundadora

10. ¿Divide el liderazgo sobre la empresa proporcionalmente? ¿Tienes una estricta división de tareas?

Sí. Área de ventas y atención al cliente está a cargo de su hija, y el área de producción a cargo de su fundadora.

11. ¿Cuántos empleados tiene hoy?

Actualmente tiene 7 trabajadores.

Pero también terceriza procesos.

12. ¿Cuál es la facturación anual de su empresa aproximadamente?

Mayor de 20,000 soles anuales

13. ¿Qué factores han contribuido a la decisión de iniciar su propio negocio? (En caso de que el encuestado no mencione los siguientes aspectos, solicítelos explícitamente: Ganancia financiera - Ejemplo en la familia - Independencia - Cumplimiento personal - Ayuda al esposo - Falta de posibilidades profesionales en el trabajo actual - Estado)

Dar mejor calidad de vida a sus hijos ya que era madre soltera. Trabajaba en un empleo durante el día y en la noche en su negocio.

(independencia económica)

14. ¿Sabía de inmediato que deseaba iniciar este tipo de negocio o primero decidió iniciar un negocio y luego pensó en qué tipo de negocio?

Al inicio no sabía nada de costura, pero empezó tejiendo vinchas.

15. ¿Qué problemas ha enfrentado durante la fase de inicio de su empresa? (Dependiendo de los aspectos mencionados por la encuestada, haga preguntas adicionales para comprender realmente los problemas que ha enfrentado)

No contar con capital de trabajo.

Ahorrraba de su sueldo para lograr un capital de trabajo, luego cuando la empresa iba creciendo fue el banco para solicitar préstamo, y en ese entonces tuvo que formalizar el negocio.

16. ¿Cómo reaccionó su entorno (es decir, familia, amigos, empleador actual...) cuando anunció sus planes de iniciar su propio negocio? ¿Alguna vez has sentido la falta de apoyo de ellos?

Sus familiares y amigos apoyaron la idea.

17. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para obtener fondos suficientes, ya sea para el inicio de su empresa o para las operaciones en curso de su empresa?

No, porque cuando formalizó su negocio el dinero que ganaba lo reinvertía y de esa forma, no tenía inconvenientes con capital de trabajo.

18. ¿Alguna vez ha percibido esta falta de experiencia previa y / o educación relacionada con los negocios como un problema? ¿Alguna vez te ha hecho dudar acerca de dar el paso al autoempleo?

Sí, pero se capacitaba en su rubro, estudió en senati para desarrollar prendas y llenar un nicho de mercado insatisfecho.

19. ¿Tenía un modelo a seguir o alguien a quien admiraba durante el proceso de iniciar su negocio?

No, propia iniciativa y consolidación.

20. ¿Cree que es importante que las mujeres emprendedoras tengan un modelo a seguir femenino, o cree que el sexo no importa para un modelo a seguir?

“Sí, pero pueden ser un referente, la mujer emprendedora debe ir de la idea a la acción; allí viene el emprendimiento que no lo deje en pensamiento ni en sueño, que lo convierta en realidad.”

21. ¿Ha podido construir una red de aliados estratégicos que beneficien a su empresa? (En el caso de los encuestados responde “no”, En el otro caso, pregunte: “¿Alguna vez ha encontrado dificultades en el proceso de construcción de esta red?”)

Sí, alianzas estratégicas con otras empresas de su rubro, e incluso da oportunidades a otras emprendedoras

22. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para ganarse el respeto de los socios comerciales masculinos?

“No, pero si siguen existiendo diferencias en lo que es ocupar cargos importantes. En la sociedad actual, con las comunicaciones y toda la temática de diversidad de cambios y sus particularidades, están

apareciendo nuevas opciones laborales para la mujer, además, son ideales para el desempeño femenino, ya que exigen mucha observación y mucha flexibilidad; atributos muy femeninos”

23. ¿Sientes que pasas muy poco tiempo construyendo una red aliados estratégicos? (En caso de que el encuestado responda "sí", pregunte: "¿Podría explicar por qué no dedica el tiempo suficiente?")

“No ha sido tan difícil, por el mismo hecho que he participado y estado relaciones con personas del rubro empresarial”

24. ¿Hay algo que le gustaría cambiar en su vida actual relacionado al tiempo que dedica a su empresa? ¿O el equilibrio vida personal y trabajo está bien para usted?

“No, estoy tranquila porque he podido distribuir mi tiempo; para poder participar en la vida empresarial, gremial, he representado a Perú en Suiza, he podido planificar mi tiempo en lo institucional, ya que ocupe cargos importantes”

25. ¿Cuál es el tiempo de viaje entre su empresa y su hogar? (En caso de que el tiempo de viaje sea corto, es decir, menos de 15 minutos, pregunte: "¿Fue esto una elección deliberada?"; En el otro caso, pregunte: "¿Este tiempo de viaje representa un problema para usted? ¿Preferiría que su negocio se ubicara más cerca de su hogar?")

“Menos de 1 minuto, puesto que tengo mi negocio en casa por el tema de alquilar un local, pudiendo ahorrar, y poder dar un precio competitivo con mis productos”

26. ¿Emplea algún tipo de ayuda de algún profesional u organización para mejorar su equilibrio entre el trabajo y la vida?

“Sí, tuve una asistente de hogar para que se encargue de mis niños y yo poder administrar mi negocio y trabajar en mi puesto de trabajo”

27. ¿Alguna vez te has sentido culpable por tus hijos porque no eres una madre tradicional?

“No, me he dado mi tiempo para todo; me organicé. Claro que cuando me inicie empresarialmente, necesité de una asistente para que me pueda ayudar. Los domingos estaba con mis hijos”

28. ¿Cuándo te sientes exitoso?

“Cuando veo que mi empresa se consolidó en el mercado, y veo que en otras regiones del país es aceptado. Hasta llegué a una exposición en suiza, donde mi producto estaba apto ya que cubría las expectativas, pero lamentablemente no pude exportar porque no tenía la capacidad de maquinaria para cubrir y producir 50 mil prendas, además tenía que estandarizar en otros talleres, pero mis compañeros no querían”

29. ¿Cuáles son las ambiciones de crecimiento para su empresa hoy? (En el caso de los siguientes aspectos no se mencionan por el demandado, pregunte por ellos explícitamente: Beneficio - Número de empleados - Número de instalaciones / clientes / productos.

“Ya a los 70 años quisiera que mis hijos asuman este reto y puedan ellos consolidar mi marca y hagan crecer esta empresa, posicionándose en el mercado”

30. ¿Está dispuesto a seguir creciendo si el entorno lo permite (nuevos asociados, mayor número de clientes, nuevas tecnologías) o solo crecer hasta cierto punto? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que no quiere hacer crecer su negocio:

“Si claro, nuevos asociados, tener mejores clientes”

31. ¿Cuál es la razón por la que no quiere hacer crecer su negocio? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que se ha enfrentado a ninguno de los problemas de puesta en marcha encima:

Sin respuesta

32. ¿Diría que su ambición de crecimiento actual está influida por cualquiera de los problemas mencionados al comienzo?

Sin respuesta

33. ¿Tiene limitado los recursos y oportunidades en sus intentos de hacer crecer su negocio?

No.

Entrevista a ZOILA DÍAS CARUAJULCA

5. ¿Es este su primer negocio o ya ha dirigido / fundado otra empresa? (En caso de que la encuestada diga que ha dirigido otro negocio antes, pregunte: "¿Estaba en el mismo sector que su negocio actual?")

Primer negocio

6. ¿Cuántos años ha trabajado en un empleo remunerado antes de comenzar su negocio? ¿En qué campos trabajaste? ¿Posición gerencial también?

3 años en una empresa pesquera – análisis microbianos

7. ¿Podría estimar aproximadamente cuántas horas por semana dedica a administrar su empresa?

Dos horas por semana

8. ¿Cuál es la fecha de inicio de su empresa? Mes y año son suficientes.

Hace 8 años, en el mes de septiembre del año 2012

9. ¿Fue usted la única persona involucrada en la fundación de la empresa o también hubo otras personas involucradas?

Sí única

10. ¿Divide el liderazgo sobre la empresa proporcionalmente? ¿Tienes una estricta división de tareas?

“El liderazgo lo asumo yo”

11. ¿Cuántos empleados tiene hoy?

3 empleados

12. ¿Cuál es la facturación anual de su empresa aproximadamente?

10,000 mensual

13. ¿Qué factores han contribuido a la decisión de iniciar su propio negocio? (En caso de que el encuestado no mencione los siguientes aspectos, solicítelos explícitamente: Ganancia financiera - Ejemplo en la familia - Independencia - Cumplimiento personal - Ayuda al esposo - Falta de posibilidades profesionales en el trabajo actual - Estado)

“Entre los factores que motivaron fueron por independencia económica, y ganancia financiera y sobre todo cumplimiento personal”

14. ¿Sabía de inmediato que deseaba iniciar este tipo de negocio o primero decidió iniciar un negocio y luego pensó en qué tipo de negocio?

“En sí, ya tenía un capital ahorrado, pero claro no fue de inmediato sino fue porque me motivé por un amigo mío que se inició en este rubro, logró emprender su laboratorio clínico, y fue allí que yo también decidí tener mi propio laboratorio. Inicialmente fue él quien me asesoró para poder iniciarlo”

15. ¿Qué problemas ha enfrentado durante la fase de inicio de su empresa? (Dependiendo de los aspectos mencionados por la encuestada, haga preguntas adicionales para comprender realmente los problemas que ha enfrentado)

No había ingresos de pacientes en salud, luego otro fue el de contar con los médicos adecuados, profesionales y pues si se habla de la formación del negocio los tramites, los requisitos que tienes que cumplir, lo que te pide la municipalidad

16. ¿Cómo reaccionó su entorno (es decir, familia, amigos, empleador actual...,) cuando anunció sus planes de iniciar su propio negocio? ¿Alguna vez has sentido la falta de apoyo de ellos?

Positivamente

17. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para obtener fondos suficientes, ya sea para el inicio de su empresa o para las operaciones en curso de su empresa?

“No, como te comentaba yo tenía unos ahorros y esto ayudo a que poco a poco genere más ingresos a largo plazo y poder solventarme en este negocio como comprando mi maquinaria. Salud y vida 4 años”

18. ¿Alguna vez ha percibido esta falta de experiencia previa y / o educación relacionada con los negocios como un problema? ¿Alguna vez te ha hecho dudar acerca de dar el paso al autoempleo?

“Si, cuando al comienzo pues no llegaba nadie, lo dudé realmente porque fue casi 1 año en que estuve en esa situación, los ingresos solo eran para pagar mi alquiler, pero no tenía utilidad para mí, es más, yo quería dejarlo y pues vender mis maquinarias; así regresaría a trujillo para ganar un sueldo fijo y trabajar dependientemente”

19. ¿Tenía un modelo a seguir o alguien a quien admiraba durante el proceso de iniciar su negocio?

“Se puede decir que si, al ver un amigo mío tener su propio laboratorio; yo también quise tener mi negocio, y no solo trabajar para otros. Realmente mi meta era tener algo propio, y a largo plazo aún tengo más objetivos por realizar”

20. ¿Cree que es importante que las mujeres emprendedoras tengan un modelo a seguir femenino, o cree que el sexo no importa para un modelo a seguir?

“Considero que el sexo no importa, lo que importa es tener una visión; tener un patrón a que seguir, claro que no ser iguales sino se tiene que ser mucho mejor”

21. ¿Ha podido construir una red de aliados estratégicos que beneficien a su empresa? (En el caso de los encuestados responde “no”, En el otro caso, pregunte: “¿Alguna vez ha encontrado dificultades en el proceso de construcción de esta red?”)

“Sí, no sé si considerarlo una cuestión de suerte, pero gracias a dios y también luchándola he tenido convenio de 4 años con un centro médico, y pues las cuales me han ayudado a tener más pacientes”

22. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para ganarse el respeto de los socios comerciales masculinos?

“No, para nada”

23. ¿Sientes que pasas muy poco tiempo construyendo una red aliados estratégicos? (En caso de que el encuestado responda "sí", pregunte: "¿Podría explicar por qué no dedica el tiempo suficiente?")

No

24. ¿Hay algo que le gustaría cambiar en su vida actual relacionado al tiempo que dedica a su empresa? ¿O el equilibrio vida personal y trabajo está bien para usted?

“No realmente he sabido manejarlo bien, además que estoy soltera tal vez no tengo tantas responsabilidades como ser ya una madre. He podido tener controlado el aspecto personal con lo laboral.

Además, que cuento con un excelente personal que tiene ya la experiencia, han comenzado conmigo desde hace 8 años, y puedo manejar el lado laboral correctamente sin tener inconvenientes”

25. ¿Cuál es el tiempo de viaje entre su empresa y su hogar? (En caso de que el tiempo de viaje sea corto, es decir, menos de 15 minutos, pregunte: "¿Fue esto una elección deliberada?"; En el otro caso, pregunte: “¿Este tiempo de viaje representa un problema para usted? ¿Preferiría que su negocio se ubicara más cerca de su hogar?)

7 minutos

26. ¿Emplea algún tipo de ayuda de algún profesional u organización para mejorar su equilibrio entre el trabajo y la vida?

Sin respuesta

27. ¿Alguna vez te has sentido culpable por tus hijos porque no eres una madre tradicional?

Sin respuesta

28. ¿Cuándo te sientes exitoso?

“Al lograr independencia económica, y al cumplir mis objetivos, aunque aún me falta y se podría decir que para sentirme realizada debo cumplir con otros objetivos que me he propuesto como empresaria”

29. ¿Cuáles son las ambiciones de crecimiento para su empresa hoy? (En el caso de los siguientes aspectos no se mencionan por el demandado, pregunte por ellos explícitamente: Beneficio - Número de empleados - Número de instalaciones / clientes / productos.

“Una de mis ambiciones es abrir otra sucursal, y lograr tener el mismo número de clientes además de ello tener mi propio local dejando el alquiler”

30. ¿Está dispuesto a seguir creciendo si el entorno lo permite (nuevos asociados, mayor número de clientes, nuevas tecnologías) o solo crecer hasta cierto punto? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que no quiere hacer crecer su negocio:

Si claro, aprovechar las oportunidades

31. ¿Cuál es la razón por la que no quiere hacer crecer su negocio? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que se ha enfrentado a ninguno de los problemas de puesta en marcha encima:

Sin respuesta

32. ¿Diría que su ambición de crecimiento actual está influida por cualquiera de los problemas mencionados al comienzo?

Sí tiene relación

33. ¿Tiene limitado los recursos y oportunidades en sus intentos de hacer crecer su negocio?

“Bueno por ahora limitado tenemos el recurso económico ya que el mercado está siendo más competitivo y la reducción de clientes”

Entrevista a SABRINA FUENTES

5. ¿Es este su primer negocio o ya ha dirigido / fundado otra empresa? (En caso de que la encuestada diga que ha dirigido otro negocio antes, pregunte: "¿Estaba en el mismo sector que su negocio actual?")

Primer negocio, emprendido como parte de hobbies que es la decoración y detalles, así misma repostería.

Anteriormente inició con realizar eventos de índole social.

6. ¿Cuántos años ha trabajado en un empleo remunerado antes de comenzar su negocio? ¿En qué campos trabajaste? ¿Posición gerencial también?

1 año en el área de marketing en el hotel Mohegan Sun

7. ¿Podría estimar aproximadamente cuántas horas por semana dedica a administrar su empresa?

Dedico 3 o 4 días por semana ente 5 a 6 horas ya que es una tienda virtual.

8. ¿Cuál es la fecha de inicio de su empresa? Mes y año son suficientes.

Setiembre, 2018

9. ¿Fue usted la única persona involucrada en la fundación de la empresa o también hubo otras personas involucradas?

Inicio de actividad con ayuda de su madre.

10. ¿Divide el liderazgo sobre la empresa proporcionalmente? ¿Tienes una estricta división de tareas?

No, ella se encarga de hacer la publicidad, fotografía del producto y la venta online.

11. ¿Cuántos empleados tiene hoy?

1 colaborador

12. ¿Cuál es la facturación anual de su empresa aproximadamente?

10,000

13. ¿Qué factores han contribuido a la decisión de iniciar su propio negocio? (En caso de que el encuestado no mencione los siguientes aspectos, solicítelos explícitamente: Ganancia financiera - Ejemplo en la familia - Independencia - Cumplimiento personal - Ayuda al esposo - Falta de posibilidades profesionales en el trabajo actual - Estado)

Independencia, crecimiento personal y ganas de aprender a administrar su propio dinero, para distribuirlo e invertir, dentro de 1 mes, ganando más de lo esperado.

14. ¿Sabía de inmediato que deseaba iniciar este tipo de negocio o primero decidió iniciar un negocio y luego pensó en qué tipo de negocio?

“Si siempre me ha gustado ser creativa, y solo me faltaba el tiempo para comenzar. Entonces lo primero que hice fue buscar un tipo de negocio que tuviera relación con lo que me apasiona luego armé la página virtual y los productos personalizados para comenzar.”

15. ¿Qué problemas ha enfrentado durante la fase de inicio de su empresa? (Dependiendo de los aspectos mencionados por la encuestada, haga preguntas adicionales para comprender realmente los problemas que ha enfrentado)

“Los problemas que he tenido han sido por ganarme el cliente, saber que tendencias o que preferencias tienen en los postres, y en la venta de regalos y detalles, además de la competencia que existe. Al principio me costaba completar las ordenes de pedido, pero conforme fui creciendo pude agilizar los procesos”

16. ¿Cómo reaccionó su entorno (es decir, familia, amigos, empleador actual...) cuando anunció sus planes de iniciar su propio negocio? ¿Alguna vez has sentido la falta de apoyo de ellos?

“Me apoyaron y me felicitaron, es más comenzaron a difundir en redes sociales mi servicio, me empujaron a inscribirme en la cámara de comercio de Chiclayo, donde fui participe de eventos sociales y se abren muchas puertas”

17. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para obtener fondos suficientes, ya sea para el inicio de su empresa o para las operaciones en curso de su empresa?

No, trabajó con capital propio y ayuda de sus padres para iniciar el negocio de detalles

18. ¿Alguna vez ha percibido esta falta de experiencia previa y / o educación relacionada con los negocios como un problema? ¿Alguna vez te ha hecho dudar acerca de dar el paso al autoempleo?

“Las cosas pueden resultar difíciles, pero aún soy joven y tengo mucho por aprender, claro que se siente temor, pero por eso decidí aprender a base de experiencia y sola, no tuve dificultad alguna. Creo que todo sale bien cuando haces algo que te gusta y también cuando lo haces con entusiasmo”

19. ¿Tenía un modelo a seguir o alguien a quien admiraba durante el proceso de iniciar su negocio?

“Sí mi madre, ella es multifuncional, claro ejemplo de emprendedora”

20. ¿Cree que es importante que las mujeres emprendedoras tengan un modelo a seguir femenino, o cree que el sexo no importa para un modelo a seguir?

“Creo que el sexo no importa, pero entre mujeres siempre hay una a la que ves y dice wow esta mujer y sientes envidia sana por lo grande y empoderada que es e indirectamente te ayuda a ser mejor, lo cual deberían hacer muchas en vez de criticar y no apoyarse entre sí. Opino que las mujeres deben extenderse la mano unas a otras.”

21. ¿Ha podido construir una red de aliados estratégicos que beneficien a su empresa? (En el caso de los encuestados responde “no”, En el otro caso, pregunte: “¿Alguna vez ha encontrado dificultades en el proceso de construcción de esta red?”)

“No, pero considero que el secreto es estar confiada con lo que haces, cada vez que conoces a alguien tratar como te gustaría que te traten a ti, eso abre muchas puertas nunca sabes con quien estas tratando y el carisma ayuda mucho para estas alianzas.”

22. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para ganarse el respeto de los socios comerciales masculinos?

“No, la verdad que no, presentaba mi propuesta en varias ocasiones tomaban en cuenta el valor que agregaba y los productos que presentaba”

23. ¿Sientes que pasas muy poco tiempo construyendo una red aliados estratégicos? (En caso de que el encuestado responda "sí", pregunte: "¿Podría explicar por qué no dedica el tiempo suficiente?")

“No, me gusta conocer personas y estar en contacto con ellas siempre que se pueda, me gusta tener relaciones interpersonales sólidas y es ahí en donde ahora soy representante de marca "hongos del bosque" en Chiclayo en la que genere un punto de venta fijo en un Biomarket conocido (simple)”

24. ¿Hay algo que le gustaría cambiar en su vida actual relacionado al tiempo que dedica a su empresa? ¿O el equilibrio vida personal y trabajo está bien para usted?

“Me encantaría tener más tiempo y dedicación en mí persona, pero creo que mi crecimiento profesional es más importante, lo cual es mi prioridad sin dejar de realizar proyectos que me hacen sentir llena.”

25. ¿Cuál es el tiempo de viaje entre su empresa y su hogar? (En caso de que el tiempo de viaje sea corto, es decir, menos de 15 minutos, pregunte: "¿Fue esto una elección deliberada?"; En el otro caso, pregunte: “¿Este tiempo de viaje representa un problema para usted? ¿Preferiría que su negocio se ubicara más cerca de su hogar?)

Implementó un pequeño almacén en casa, todo es más sencillo así hasta llegar al punto de tener una tienda.

26. ¿Emplea algún tipo de ayuda de algún profesional u organización para mejorar su equilibrio entre el trabajo y la vida?

“No, solo consejos familiares y de amigos”

27. ¿Alguna vez te has sentido culpable por tus hijos porque no eres una madre tradicional?

Sin respuesta

28. ¿Cuándo te sientes exitoso?

“Cada vez que me salen las cosas bien o hice mi mayor esfuerzo, también me doy cuenta que hice un buen trabajo al recibir cariño y sonrisas de las personas, es gratificante, aparte de obtener ingresos con los que puedo pagar mi educación, me siento realizada y en continuo aprendizaje”

29. ¿Cuáles son las ambiciones de crecimiento para su empresa hoy? (En el caso de los siguientes aspectos no se mencionan por el demandado, pregunte por ellos explícitamente: Beneficio - Número de empleados - Número de instalaciones / clientes / productos.

“Aprendizaje, nuevos productos y hacer felices a las personas al estar satisfechas por la calidad de los productos.”

30. ¿Está dispuesto a seguir creciendo si el entorno lo permite (nuevos asociados, mayor número de clientes, nuevas tecnologías) o solo crecer hasta cierto punto? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que no quiere hacer crecer su negocio:

“Definitivamente sí, pero no en Chiclayo ya que tengo planes de mudarme a Lima para seguir creciendo profesionalmente.”

31. ¿Cuál es la razón por la que no quiere hacer crecer su negocio? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que se ha enfrentado a ninguno de los problemas de puesta en marcha encima:

Sin respuesta

32. ¿Diría que su ambición de crecimiento actual está influida por cualquiera de los problemas mencionados al comienzo?

“Si, el tiempo entre mis estudios y mi negocio tiene que estar equilibrado tienen mayor importancia terminar mis estudios”

33. ¿Tiene limitado los recursos y oportunidades en sus intentos de hacer crecer su negocio?

“Si el tiempo que lleva entregar los pedidos, aunque soy la que hace todas las tareas de entrega y arreglo ordenes de pedido, creo que me podre expandir en unos años cuando termine mi carrera”

Entrevista a Wendy Pérez Ruiz

5. ¿Es este su primer negocio o ya ha dirigido / fundado otra empresa? (En caso de que la encuestada diga que ha dirigido otro negocio antes, pregunte: "¿Estaba en el mismo sector que su negocio actual?")

Primer negocio

6. ¿Cuántos años ha trabajado en un empleo remunerado antes de comenzar su negocio? ¿En qué campos trabajaste? ¿Posición gerencial también?

5 años en el sector de comida rápida, entretenimiento, asimismo estuvo como asistente en el sector educación superior.

7. ¿Podría estimar aproximadamente cuántas horas por semana dedica a administrar su empresa?

Dedica 105 horas por semana

8. ¿Cuál es la fecha de inicio de su empresa? Mes y año son suficientes.

Octubre, 2017

9. ¿Fue usted la única persona involucrada en la fundación de la empresa o también hubo otras personas involucradas?

Al iniciar, emprendió sola posteriormente se asoció con una amiga.

10. ¿Divide el liderazgo sobre la empresa proporcionalmente? ¿Tienes una estricta división de tareas?

Entre las dos socias se dividen las tareas. Ella se encarga de las ediciones del post en redes sociales, y la otra en las ventas, como atención al cliente.

11. ¿Cuántos empleados tiene hoy?

Ninguno

12. ¿Cuál es la facturación anual de su empresa aproximadamente?

Se reserva a dar esa información

13. ¿Qué factores han contribuido a la decisión de iniciar su propio negocio? (En caso de que el encuestado no mencione los siguientes aspectos, solicítelos explícitamente: Ganancia financiera - Ejemplo en la familia - Independencia - Cumplimiento personal - Ayuda al esposo - Falta de posibilidades profesionales en el trabajo actual - Estado)

Cumplimiento personal – "(...) siempre me consideré una pastelera frustrada, a pesar de que estudiaba una carrera universitaria y no tenía necesidad económica siempre preparaba recetas y realmente me salían bien, de inmediato las empezaba a vender a conocidos, familiares y así me volví en la "chica que prepara postres", hasta que en un momento decidí que realmente deseaba materializar todo aquello que estaba en mi mente divagando por mucho tiempo"

14. ¿Sabía de inmediato que deseaba iniciar este tipo de negocio o primero decidió iniciar un negocio y luego pensó en qué tipo de negocio?

"Debido a la carrera que estudié tengo varias ideas de negocio las cuales quiero concretar, pero definitivamente la pastelería siempre estuvo en primer lugar."

15. ¿Qué problemas ha enfrentado durante la fase de inicio de su empresa? (Dependiendo de los aspectos mencionados por la encuestada, haga preguntas adicionales para comprender realmente los problemas que ha enfrentado)

“El primer inconveniente fue costear mis productos, realmente hay cosas que cuando todo empieza como jugando no tomas en cuenta, como la luz, el agua, el tiempo, etc.”

16. ¿Cómo reaccionó su entorno (es decir, familia, amigos, empleador actual...) cuando anunció sus planes de iniciar su propio negocio? ¿Alguna vez has sentido la falta de apoyo de ellos?

“Recibí muy buenos comentarios, mi madre es mi seguidora número uno, igualmente mis amigos. Muchos de ellos me felicitaron”

17. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para obtener fondos suficientes, ya sea para el inicio de su empresa o para las operaciones en curso de su empresa?

Si, ha tenido dificultades en cuanto al capital y que de a pocos lo hice crecer. Al inicio me faltaba para los utensilios, siendo esto herramienta básica para preparar mis productos con mayor calidad”

18. ¿Alguna vez ha percibido esta falta de experiencia previa y / o educación relacionada con los negocios como un problema? ¿Alguna vez te ha hecho dudar acerca de dar el paso al autoempleo?

“Hasta el momento no, gracias a la herramienta principal que es el internet con la cual yo empleo para mi tienda virtual, además que se puede encontrar de todo.”

19. ¿Tenía un modelo a seguir o alguien a quien admiraba durante el proceso de iniciar su negocio?

“Claro que sí, mi primer ídolo fue Buddy Valastro de Cake Boss. Así mismo con el tiempo he visto por Instagram a muchas pastelerías formadas por mujeres y en otros hombres, en las cuales hay siempre algo por aprender.”

20. ¿Cree que es importante que las mujeres emprendedoras tengan un modelo a seguir femenino, o cree que el sexo no importa para un modelo a seguir?

“Siempre será más inspirador ver a mujeres triunfar, rompiendo así los esquemas”

21. ¿Ha podido construir una red de aliados estratégicos que beneficien a su empresa? (En el caso de los encuestados responde “no”, En el otro caso, pregunte: “¿Alguna vez ha encontrado dificultades en el proceso de construcción de esta red?”)

“En el caso de escoger a los proveedores, al principio hemos tenido que ir probando por así decirlo, comprábamos en un lugar los insumos, pero luego íbamos asociándonos con otros, donde nos brindaban más opciones.”

22. ¿Alguna vez ha tenido dificultades para ganarse el respeto de los socios comerciales masculinos?

No

23. ¿Sientes que pasas muy poco tiempo construyendo una red aliados estratégicos? (En caso de que el encuestado responda "sí", pregunte: "¿Podría explicar por qué no dedica el tiempo suficiente?")

No, considera que si le dedica tiempo relacionado a su negocio y entre ellos a sus aliados.

24. ¿Hay algo que le gustaría cambiar en su vida actual relacionado al tiempo que dedica a su empresa? ¿O el equilibrio vida personal y trabajo está bien para usted?

“Cuando se trata de un negocio propio, pues uno no cuenta con un horario fijo, la pasamos todo el día pensando en cómo crecer. Como todo cuando recién empieza requiere de tiempo y yo invierto mi tiempo de esa manera, entonces claro quizás no dedico en mi vida personal, sin embargo, es por el bien de mi negocio, y con una buena organización toda calza en su lugar”

25. ¿Cuál es el tiempo de viaje entre su empresa y su hogar? (En caso de que el tiempo de viaje sea corto, es decir, menos de 15 minutos, pregunte: "¿Fue esto una elección deliberada?"; En el otro caso, pregunte: “¿Este tiempo de viaje representa un problema para usted? ¿Preferiría que su negocio se ubicara más cerca de su hogar?)

“Cero, lo tengo en casa y todo se realiza desde allí”

26. ¿Emplea algún tipo de ayuda de algún profesional u organización para mejorar su equilibrio entre el trabajo y la vida?

No

27. ¿Alguna vez te has sentido culpable por tus hijos porque no eres una madre tradicional?

Sin respuesta

28. ¿Cuándo te sientes exitoso?

“Cuando cumpla mis objetivos planteados, una de ellas es poder llegar a más clientes con mi servicio.”

29. ¿Cuáles son las ambiciones de crecimiento para su empresa hoy? (En el caso de los siguientes aspectos no se mencionan por el demandado, pregunte por ellos explícitamente: Beneficio - Número de empleados - Número de instalaciones / clientes / productos.

“De todas maneras, deseo crecer como empresaria y poder brindar puestos de trabajo a personas que lo necesiten y que se comprometan con el trabajo a realizar porque sin compromiso no se logra nada.”

30. ¿Está dispuesto a seguir creciendo si el entorno lo permite (nuevos asociados, mayor número de clientes, nuevas tecnologías) o solo crecer hasta cierto punto? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que no quiere hacer crecer su negocio:

“Estoy dispuesta a crecer, sin límites. En unos años me veo con más clientes, y hasta sucursales”

31. ¿Cuál es la razón por la que no quiere hacer crecer su negocio? pregunta adicional en caso de que el demandado haya indicado que se ha enfrentado a ninguno de los problemas de puesta en marcha encima:

Sin respuesta

32. ¿Diría que su ambición de crecimiento actual está influida por cualquiera de los problemas mencionados al comienzo?

No

33. ¿Tiene limitado los recursos y oportunidades en sus intentos de hacer crecer su negocio?

“El capital es insuficiente, por el momento la cual hace que me limite a seguir avanzando con este negocio.”

d. Dificultades y toma de decisiones para la expansión o crecimiento de la empresa

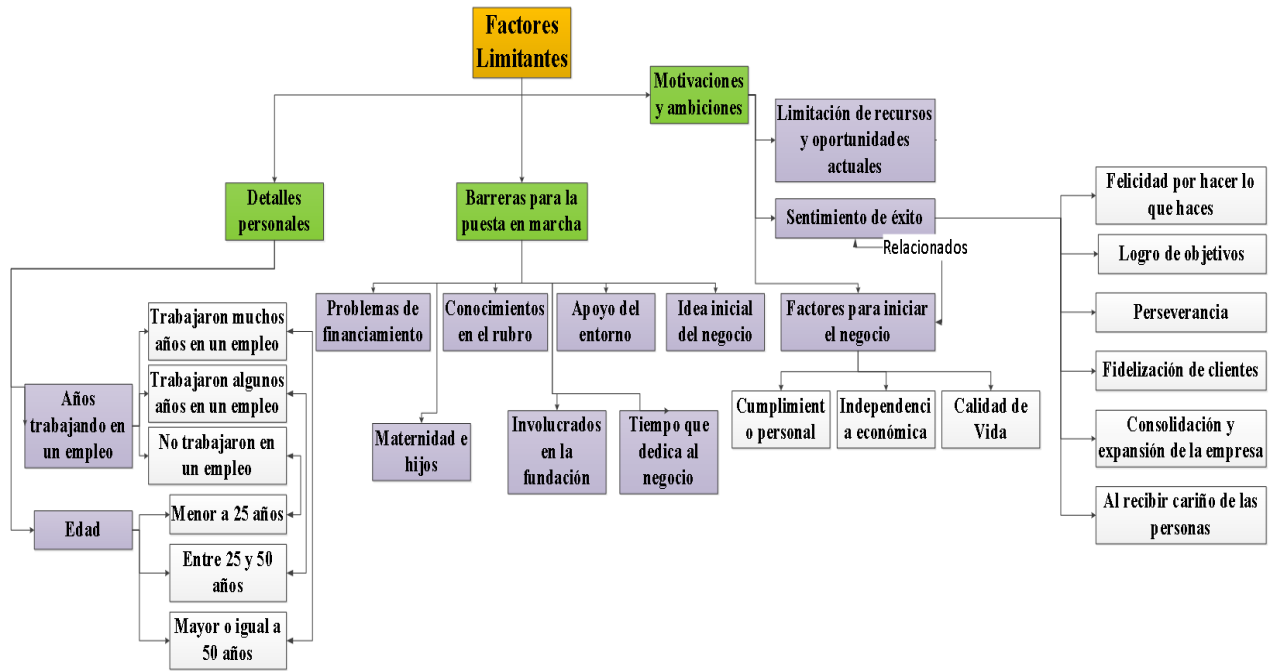


Figura 2: Dificultades para las empresarias

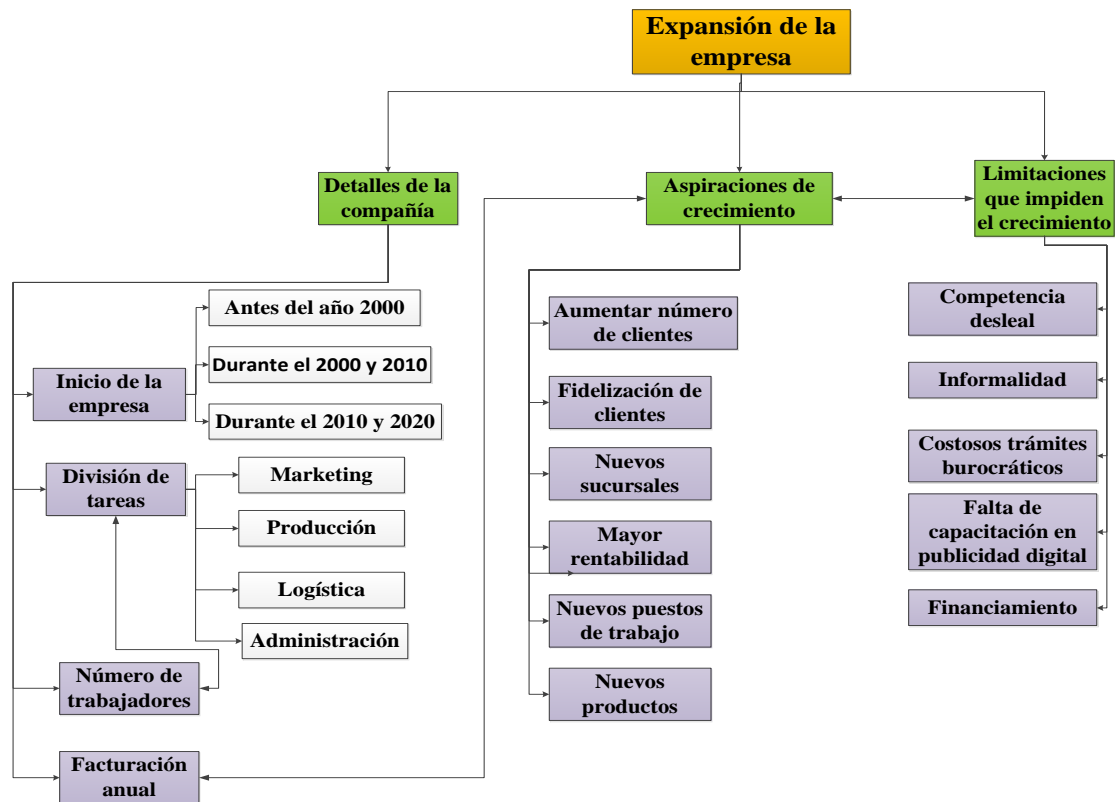


Figura 3: Influencia de factores en la expansión de la empresa