

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



**Motivos y barreras del emprendimiento femenino: caso mercado
mayorista de Moshoqueque – Lambayeque**

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

AUTOR

Angie Milagros Ortiz Guevara

ASESOR

Linda Marita Cruz Pupuche

<https://orcid.org/0000-0002-8600-8032>

Chiclayo, 2023

**Motivos y barreras del emprendimiento femenino: caso mercado
mayorista de Moshoqueque – Lambayeque**

PRESENTADA POR
Angie Milagros Ortiz Guevara

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

Valeria Tamara Llontop Hernandez
PRESIDENTE

Martha Fiorella Portero Inchaustegui
SECRETARIO

Linda Marita Cruz Pupuche
VOCAL

Dedicatoria

La presente tesis la dedico a mi familia, principalmente a mis padres y a mi abuelo Jose que han el principal apoyo en mi formación como profesional, por brindarme la confianza, consejos, oportunidad y recursos para poder lograrlo, a mi hija Gia, por ser mi motivación constante para salir adelante, y finalmente a mis hermanos agradecerles por estar siempre en esos momentos difíciles brindándome su paciencia y comprensión.

Agradecimientos

Agradezco a mi centro de estudios, la universidad Santo Toribio de Mogrovejo, por haberme abierto las puertas de su seno científico para poder culminar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que me brindaron sus conocimientos y apoyo para seguir adelante. Asimismo, especialmente al Dr. Guillermo Cabanillas Holguín, por haberme brindado la oportunidad de recurrir apoyo y a sus consejos, así como también haber tenido paciencia para guiarme durante todo el proceso de la presente investigación.

Motivos y barreras del emprendimiento femenino estudio de casos en el mercado mayorista de Moshoqueque - Lambayeque

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Trabajo del estudiante	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	<1%
6	www.repositorio.usac.edu.gt Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1%
8	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1%

Indice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Revisión de literatura	10
Materiales y métodos	12
Resultados y discusión	14
Conclusiones	22
Recomendaciones	23
Referencias	24
Anexos	27

Resumen

La presente investigación tuvo como propósito estudiar al emprendimiento femenino, siendo un estudio de caso en el mercado Moshoqueque- Lambayeque, considerando como objetivo general analizar los motivos y barreras del emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”. En cuanto a su metodología es de enfoque cualitativo, de tipo aplicada y nivel descriptivo, la técnica de recolección de datos se optó por usar es la entrevista, mediante una guía de la misma, el cual, se le aplicó a once mujeres emprendedoras, donde se emplearon criterios de inclusión y exclusión, para determinar dichos resultados presentados en esta investigación. El principal hallazgo muestra los motivos que influyeron para que estas decidan emprender como el mejorar sus condiciones de vida, el segundo las barreras que estas tuvieron que enfrentar y aun enfrentan como el factor financiero, y por último descubrir las oportunidades presentes que brinda a los comerciantes dicho mercado para el desarrollo continuo del emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento femenino, Mujeres, Emprendedoras.

Abstract

The purpose of this research was to study female entrepreneurship, being a case study in the Moshoque-Lambayeque market, considering as a general objective to analyze the reasons and barriers of female entrepreneurship in the commercial sector of the "Moshoque" market. Regarding its methodology, it has a qualitative approach, applied type and descriptive level, the data collection technique was chosen to use the interview, through a guide of the same, which was applied once to women entrepreneurs, where inclusion and exclusion criteria were used to determine the results presented in this research. The main finding shows the reasons that affected them to decide to undertake such as improving their living conditions, the second the barriers that they had to face and still face as the financial factor, and finally discover the present opportunities they offer to merchants. said market for the continuous development of the enterprise.

Keywords: Female entrepreneurship, Women, Entrepreneurs

Introducción

A través del tiempo los emprendimientos dados por mujeres se acrecentó, debido a la autonomía económica que ha perseguido las mujeres por mucho tiempo. En países de latinoamérica el 50% de negocios son lideradas por mujeres. Esto básicamente es causado porque las mujeres buscan una mayor flexibilidad para poder distribuir su tiempo con las tareas del hogar y tener su negocio propio. (Orihuela,2022)

Es importante recalcar que el emprendimiento promueve el desarrollo económico y la igualdad de ingresos; por lo tanto, cuantas más oportunidades empresariales ofrezca un país a su sociedad, más probabilidades habrá que se promueva el desarrollo (Solano y Rooks, 2018). Las mujeres emprendedoras crean puestos de trabajo contribuyendo así, al crecimiento económico y al progreso social, también, se debe recalcar que el espíritu empresarial femenino cada vez es más reconocido en los círculos de políticas públicas, pues en América Latina se tiene tasas crecientes de actividad emprendedora femenina (Giuseppina et al., 2020).

No obstante, los matices del espíritu empresarial y la cultura de las mujeres son actualmente poco estudiados y no le dan la relevancia que se le debería dar. (Bulloug, 2021). Además, se evidencia una brecha en la cuantificación del alcance de la propiedad empresarial femenina y las contribuciones económicas que estas puedan aportar, ya que, se enfrentan constantemente a dificultades sociales y políticas. (Zanini, 2021).

En el mismo contexto, existen dudas respecto a su evolución debido a las barreras que obstaculizan su desarrollo y que en la mayoría de los países subdesarrollados aún existen confusiones en la terminología por ausencia de resultados concluyentes para identificar los factores que influyeron en la creación de un emprendimiento (Vargas y Utterman, 2020). Se observa que los estudios son generales y no consideran el sexo como un factor, el cual, se debe tener en cuenta, puesto que, los hombres y las mujeres se enfrentan a diferentes factores entre los que destaca el social, cultural y económico.

Por otro lado, se considera que el emprendimiento en la mayoría de los casos, en especial en mercados, son muy comunes debido a su bajo nivel cultural y educativo, por lo que, lo toman como una opción rápida para poder generar ingresos sin requerir algún estudio previo, ya que carecen de información financiera y empresarial. Todo esto genera que los negocios no sobresalgan y solo se limiten a cubrir necesidades básicas. Por esto, es importante brindar la formación requerida para fortalecer y hacer crecer los negocios logrando disminuir la tasa de mortalidad de los emprendimientos. (Garza,2020).

El presente estudio es importante para comprender los aspectos que promueven y dificultan el desarrollo del emprendimiento en mujeres, de una manera más profunda y no sólo en variables económicas o financieras, sino otros aspectos como el apoyo de la familia, la educación, entre otros.

El estudio se realizó en el mercado Moshoqueque, donde se muestran diferentes tipos de emprendimientos por mujeres, donde se desconoce los factores que han repercutido en su emprendimiento, asimismo, conocer los motivadores que han generado la decisión para emprender un negocio y que permita mejorar las condiciones para las mujeres, en donde se encuentren en igualdad de oportunidades, para esto es necesario responder la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los motivos y barreras del emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”- Lambayeque?.

Para efectos de la presente investigación se planteó como objetivo general, analizar los motivos y barreras del emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado mayorista de “Moshoqueque”- Lambayeque. En esta misma línea, como objetivos específicos tenemos, conocer los motivos que impulsan el emprendimiento femenino, descubrir las dificultades del emprendimiento femenino y, conocer las oportunidades del emprendimiento femenino.

Asimismo, el desarrollo constante del mismo se ha convertido en un tema de relevancia, tanto en ámbitos académicos, sociales y empresariales. Por lo que, resulta indispensable realizar estudios a las emprendedoras, pues a medida que ha pasado el tiempo la cantidad de negocios formales son dirigidos por mujeres.

El valor teórico radica, en que la mayor parte de investigaciones provienen en el contexto de países desarrollados, asimismo en economías emergentes, y en especial en países de América Latina, son escasos y representan un campo de investigación poco explorado (Alecchi, 2020). Los pocos estudios existentes abordan sobre las limitaciones y motivaciones del emprendimiento femenino durante las etapas de concepción o inicio, sin embargo, no se centran en investigaciones de emprendimientos que han perdurado y han sido muy exitosos, lo cual representa una oportunidad de investigación.

El estudio tiene un impacto social, debido a que el emprendimiento femenino ha ayudado a contribuir el desarrollo del mismo, por lo que el conocer los motivadores ayudará a fomentar el espíritu empresarial de las mujeres y con este una fuente de crecimiento económico aun sin explotar. En efecto, el valor social del estudio beneficiará directamente a Mujeres Emprendedoras, ya que, con esta investigación podrían usar en un futuro a potenciar otros factores que quizás ellas no consideran importante, ayudando a ver posibles oportunidades de negocio y logrando un mayor posicionamiento de las mujeres en el ámbito empresarial.

Revisión de literatura

De los estudios analizados se aprecia un incremento en la literatura sobre emprendimiento femenino, sin embargo, los estudios siguen siendo escasos, por lo que se ha considerado antecedentes como, Carranza, Jiménez y Escamilla (2018), donde señalan que el espíritu empresarial de las mujeres ha evolucionado significativamente como una herramienta para el desarrollo personal y profesional de las mujeres por una variedad de razones, como las crisis financieras en los países y la independencia dentro de las ciudades; así mismo Mayorga (2019) confirma que los emprendimientos dado por mujeres, en su mayoría, son realizados con poca experiencia en el sector y sin un estudio previo del mercado; el auge lo representa el esfuerzo femenino para consolidar la actividad empresarial en ese país.

Asimismo, por su parte Orihuela (2022), analizó los motivos de éxito y limitantes de las mujeres peruanas, las cuales se caracterizan por ser perseverantes, positivas y nunca desmayarse ante cualquier situación adversa, asimismo se concluye que, el éxito de sus negocios se debe principalmente a la dedicación y perseverancia que le dan a la causa, además de ver la oportunidad en obstáculos que estas puedan afrontar, lo cual ha provocado para ellas el éxito personal y empresarial y por ende, obtengan un negocio bien dirigido. En la misma línea, Orlandini (2018), explica que el emprendimiento de la mujer indígena en los mercados de abasto consiguelograr autonomía económica y mejorar sus ingresos para mejorar las condiciones de vida familiar y su estilo de vida.

Por otro lado, Montero y Camacho (2018), afirma que las mujeres han visto el emprender como una oportunidad de incorporarse al mercado laboral con condiciones más favorables que la que ofrece el trabajo remunerado, donde la informalidad, segregación y discriminación salarial, son las más comunes; concluyendo que los factores que influyen en el emprendimiento son el desempleo y la poca estabilidad del mismo; por otro lado, en un estudio de Ruiz, Peña y Prieto (2020), concuerdan los resultados del estudio ya explicado, agregando también que es importante conocer la coyuntura interna, el impacto del entorno que incide en los diferentes aspectos que influyen al emprendimiento femenino.

Por otro lado, culminando con los estudios previos, es preciso recalcar los conceptos teóricos que dan registro sobre la mirada de la mujer en torno al emprendimiento femenino que se sustenta en la teoría del rol social propuesta por Eagly (1987), donde aborda que los estereotipos de género pueden hacer que una persona sea socialmente aceptable, sobre todo considera un rol donde está asociado con los hombres y las mujeres que no se adaptan al mismo porque no tienen las habilidades necesarias. Se empieza comparando las diferencias de comportamiento relacionadas con las percepciones, preferencias y actitudes específicas de género las cuales

podrían explicar la diferente inclinación de mujeres y hombres hacia el espíritu empresarial, (Cardella, et al., 2020). La teoría se fundamenta en patrones de cada género apelando a costumbres sociales que definen comportamientos adecuados para hombres y mujeres (Eagly, 1987).

Asimismo, el espíritu empresarial se define como el recurso y proceso mediante el cual los individuos utilizan oportunidades en el mercado a través de la creación de nuevas empresas. (García, Félix & Sánchez, 2018). Los emprendedores son personas que establecen un negocio o empresas, asumiendo algunos riesgos financieros con la esperanza de obtener ganancias, contribuyendo así al crecimiento económico, la productividad y la renovación de las redes productivas y sociales (Ribes, et al., 2018). Además, Ascher (2021), define al emprendimiento como un fenómeno complejo y multinivel en la economía global. El espíritu empresarial contribuye al crecimiento económico al ser un transmisor de la difusión de conocimientos nuevos o existentes y de ideas creativas que, de otro modo, no se podrían utilizar ni realizar en beneficio de todos.

Del mismo modo, según Marulanda, Montoya y Vélez (2014), define al emprendimiento, como el proceso de la creación de una empresa, que conlleva una formación práctica en análisis del mercado y planes de negocios, que factores como el rol de la educación, la disponibilidad del capital en el ámbito local y la experiencia del emprendedor son elementos que podrían afectar y variar a lo largo de las distintas etapas del desarrollo empresarial. (Arteaga y Lassio, 2011; Castaño y Chan, 2018). La comprensión del espíritu empresarial se encarga de evaluar el nivel micro de los empresarios individuales y sus recursos, como estos actúan en campos empresariales en sus contextos socioeconómicos nacionales (Kloosterman, 2010).

Las actividades emprendedoras femeninas surgen y son moldeadas por la interacción entre contextos económicos, políticos, sociales y culturales, los cuales, influyen en la actividad empresarial (Zanini, 2021). Asimismo, en el nivel micro los emprendedores recurren a sus recursos individuales, así como a las diversas formas de capital humano, social y financiero, disponibles para ellos (Rametse y Huq, 2015). Sin embargo, se dice que las mujeres son menos emprendedoras que los hombres, debido a estereotipos y roles que se les atribuyen según su género y alejándose de actitudes de dominio logro, ubicándolas en roles cercanos al trabajo doméstico, cuidado de niños y sus mayores (Rubio y Esteban, 2016).

Para efectos de esta investigación, se aborda el fenómeno emprendimiento femenino. De esta manera Pérez y Áviles (2017), en el primero aborda sobre los factores limitantes y explicativos, donde empieza con los factores personales o individuales asociadas con la misma mujer. En las que incluye aspectos cognitivos y psicológicos, concretamente motivación (deseo

de progreso y autonomía, necesidad de logro y realización, etc.) y percepción individual subjetiva (autoconfianza, tolerancia al riesgo, reconocimiento de oportunidad de negocio, etc.). Las características socioeconómicas de la mujer (edad, experiencia profesional, educación, ingresos etc.).

En el mismo contexto en el segundo, los factores sociales e institucionales, como barreras, los cuales, se refieren a la asociación con el entorno que rodea a las mujeres, donde destaca la familia, ya que, entienden que es un elemento que puede influir doblemente en la decisión de emprender, primero, como actor que aporta recursos económicos a la mujer para que se inicie en el mundo empresarial y segundo, como un agente de socialización que permite estimular su emprendimiento. (Pérez y Áviles, 2017).

Por su parte, García et al., (2018) identifica tres enfoques que condicionan de cierta forma el emprendimiento; el primero relacionado con la parte conductual, en otras palabras, son las características personales del emprendedor, el segundo es el económico y por último el enfoque sociológico o institucional que motivan de cierta forma la intención de crear un negocio. A este fundamento se le atribuye que el emprendedor parte del porque emprender (motivos) y el que necesita para emprender (facilitadores), donde el aspecto económico cobra sentido al porque emprender. Y son los aspectos conductuales e institucionales los motivos suficientes para el que emprender. Por lo tanto, para el emprendimiento se requiere de habilidades (oportunidades) y un entorno propicio.

Materiales y métodos

La presente investigación es de enfoque cualitativo. Según Hernández et al., (2014), afirma que la recopilación de datos que no requieren mediciones numéricas para descubrir o mejorar los problemas de investigación durante el proceso de interpretación. Es de tipo aplicada y nivel exploratorio; al mismo tiempo, el diseño es de carácter no experimental y de corte transversal, porque no se realizó la manipulación deliberada de las variables, sino sólo recopila la información de una realidad sin modificarla.

La unidad de análisis estuvo conformada por las mujeres con negocios del mercado Moshoqueque, donde se seleccionó una muestra conformada por once mujeres, las cuales cuentan con un negocio en dicho mercado, por lo cual, se manejó criterios de exclusión e inclusión, donde, se incluyó aquellas mujeres con negocios que comprendan desde 2 hasta los 4 años dedicados al comercio las cuales cuentan con negocios formales dentro del mercado mencionado anteriormente, asimismo, se excluyó a mujeres comerciantes que cuenten con mas de 5 años.

La técnica del estudio fue la entrevista y el instrumento que se utilizó fue la guía de entrevista, además, los datos se recolectaron de la siguiente manera, se eligió a una mujer con negocio para entrevistarle por la plataforma de Zoom, también se solicitó a una persona que recomiende a otra mujer donde se le aplicó también la entrevista y así sucesivamente, asimismo, a continuación, se transcribieron las respuestas a una base de datos por cada entrevistada, identificado y subrayando los factores de cada encuestada, los datos se muestran por categorías, identificando los principales hallazgos por entrevistada, asignando un seudónimo a la entrevistada y al mismo tiempo se contrarrestó con la el marco teórico.

Matriz de Operacionalización:

CATEGORIA	DEFINICION	SUB-CATEGORIA	ITEMS
Emprendimiento Femenino	El emprendimiento femenino son acciones encadenadas al desarrollo, a través de una iniciativa empresarial e interacción con otras personas o grupos (Pérez & Avilés, 2017)	Motivos	Liderazgo Experiencia Deseo de progreso Necesidad de logro Autoconfianza Tolerancia al riesgo Reconocimiento de oportunidad
		Barreras	Apoyo Financiero Acceso de Financiamiento Origen de Capital
		Oportunidades	Capacitación Vínculos Apoyo Familiar Adaptabilidad

Resultados y discusión

En cuanto a los resultados de la presente investigación, se ha recurrido por el análisis 11 mujeres entrevistadas los cuales, giraron a un entorno a un eje temático denominado emprendimiento femenino, se obtuvieron los datos sociodemográficos. A continuación, se muestran los hallazgos obtenidos de la investigación.

Las edades de las emprendedoras comprende entre los 35-54 años, donde siete de ellas son procedentes de diferentes distritos de la ciudad de Cajamarca, donde señalan que no tuvieron oportunidades para poder salir adelante asimismo, nueve de once mujeres tienen estudios superiores, sin embargo solo lograron sacar el grado de bachiller, estudiando la carrera de administración de empresas y negocios internacionales, ya sea antes o en el transcurso de la formación de sus negocios, la mayoría de ellas, emprendieron, teniendo unicamente completo su estudio primario.

Por otro lado, todas las mujeres son madres de familia, sin embargo, cinco de ellas son madres solteras, y no cuentan con una familia constituida, por lo que consideran que emprender fue una gran oportunidad para poder solver las necesidades de sus hijos, las otras mujeres son convivientes y trabajan en el mismo negocio con su pareja.

Conocer los motivos que impulsan el emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”

Acerca de la primera categoría se relaciona con el liderazgo. Se pudo apreciar que la gran mayoría de las entrevistadas considera que liderar su propio negocio le ha ayudado a auto desarrollarse, y mas que todo autosuficientes, a poder organizar su tiempo, logrando una estabilidad tanto en lo laboral como lo familiar.

“Yo mido mis tiempos y ya no dependo de nadie, también porque he podido desarrollarme en los negocios a pesar de las dificultades”. (A. Mejía, Comunicación Personal, 21 octubre de 2021).

“Me ha ayudado también a potenciar las habilidades que quizá no me daba cuenta que tenía”. (R. Vásquez, Comunicación personal, 20 de octubre 2021).

El poder organizar su tiempo, y ser sus propios jefes ha ayudado a contribuir y perfilar sus habilidades blandas, trabajando así más eficientemente para el éxito de sus negocios.

De igual modo Las 11 mujeres entrevistadas consideran que otra razón que motivo a ellas mismas fue la experiencia, las cuales, lo asocian con algún trabajo anterior que hayan tenido, donde indican que cuentan con una experiencia previa y fue un factor primordial para que estas puedan forjar un negocio exitoso, además nueve de las once de ellas indicó, que le ha ayudado

a saber desenvolverse y tener un buen servicio al cliente. Esto se puede manifestar en el siguiente enunciado.

“Me dedicaba a una red de mercado y ese negocio me motivo porque ya sabía cómo tratar a mis clientes, a ser amable”. (I. Chávez, Comunicación personal, 25 de octubre 2021).

No obstante dos de la entrevistadas comentaban que precisamente su experiencia no fue un trabajo anterior, si no, que sus padres eran propietarios de negocios similares a los que ellas tienen y desde muy pequeñas supieron trabajar para ayudar a sus padres a solver los gastos de su familia, lo que actualmente, una de ellas dos, considera que todo lo que ha aprendido ha sido por sus padres, debido que lo consideran como un modelo de seguir, por haber sacado adelante a toda su familia, ya que, eran de escasos recursos y actualmente viven una vida cómoda.

“Por la experiencia que mis padres se dedicaban al negocio y yo los ayudaba desde muy chiquita también en el mismo mercado, a vender, a cobrar, estoy muy agradecida por dejarme eso de enseñanza” (A. Mejía, Comunicación Personal, 21 octubre de 2021).

Por otro lado mediante estas entrevistas fue posible contrastar que el deseo progreso es eminente en todas las mujeres debido a la necesidad de mejorar la calidad de su familia, y con ello, brinden mejores oportunidades primordialmente a sus hijos.

“Ha permitido tener mayores ingresos, lo cual ha mejorado las condiciones de vida de mi familia”. (A. Mejía, Comunicación Personal, 21 octubre de 2021).

Además, las once concuerdan que el ser independiente económicamente, las hace sentir autosuficientes, además, tener conocimiento de cuánto ganan, en qué gasta su dinero todos los días y cuáles son sus obligaciones financieras; les ha ayudado a poder encontrar oportunidades para ahorrar dinero y apuntar a administrar lo que tiene de una manera que se adapte a sus necesidades y las de sus familias.

En el mismo contexto, acerca de la autoconfianza, ha influenciado significativamente según sus comentarios, pues influye en gran medida al éxito de las emprendedoras, ya que, las motiva ante cualquier situación difícil por la que puedan atravesar y así poder lograr sus metas y objetivos pues consideran que cuentan con las habilidades para sobresalir.

“Pienso que tengo el talento de ser amable, tener facilidad de palabra y tener un buen trato, eso es algo clave en este tipo de negocios”. (F. Montalvo, Comunicación Personal, 22 de octubre 2021).

Sin embargo, una de ellas manifiesta no tener el deseo de correr riesgos pues le gusta estar en una zona de confort por el temor de no tener los resultados esperados.

“Yo siempre voy a lo seguro, porque si me arriesgo puedo perder lo invertido, y como

madre no me puedo dar ese lujo". (C. Zapata, Comunicación personal, 20 de octubre 2021).

También el reconocimiento de oportunidad que se identificó, por las entrevistas se basan considerando sus experiencias pasadas, las tendencias del mercado y especialmente la flexibilidad de sus horarios; sin embargo, una entrevistada señaló que la manera en que reconoció su idea de negocio, fue porque no corría un riesgo para invertir, ya que, conocía el movimiento y el manejo del negocio.

"Conocía el rubro, tengo familiares que ya se dedican a eso, por lo que no tenía posibilidades de perder". (R. Vásquez, Comunicación personal, 20 de octubre 2021).

Las mujeres en general son inseguras y mucho más cuando se trata de invertir en un negocio, por lo que, cinco de las seis entrevistadas, indican que el emprender no es una tarea fácil, sin embargo, tampoco la consideran imposible, pues si se realiza con esfuerzo, convicción y dedicación, se van a afrontar y superar todos los riesgos que se presenten con el tiempo, cabe recalcar, que según la opinión de cuatro entrevistadas afirman que el apoyo por parte de su familia, es un factor clave por lo que ellas han salido adelante.

"Asumí con responsabilidad y sin miedo siempre motivándome y también mi familia me ayudó mucho en esto". (I. Chávez, Comunicación personal, 25 de octubre 2021).

Las mujeres decidieron iniciar su negocio por necesidad, debido a querer mejorar su estilo de vida,. Al comparar estos resultados con los obtenidos por Orlandini (2017), quienes concuerdan, las mujeres inciden en la creación de un negocio por el motivo del querer empoderarse así mismas y tener una autonomía económica. Esto es coherente pues liderar su propio negocio se considera clave para fortalecer sus negocios, debido a que estas asocian a un mayor compromiso, trabajo colaborativo y a buscar alternativas a cambios positivos. De igual modo, Carranza, Jiménez y Escamilla (2018), afirman lo mismo, agregando que las mujeres emprenden por la carencia de empleo en sus municipios, contrariando con los resultados, en el entorno donde se realizó el estudio las mujeres consideran que emprendieron por la carencia de formación académica superior, por lo que piensan, que es una forma más rápida de generar ingresos. Sin embargo, Zanini (2021), menciona que las mujeres realizan un emprendimiento desde su hogar, debido a que no descuidarían el labor que tienen en el mismo, no obstante las emprendedoras consideran haber encontrado un equilibrio entre las responsabilidades comerciales y familiares, profesionales y reproductivas, ya que, eso no es un impedimento para que ellas sobresalgan y puedan salir a trabajar diariamente.

Descubrir las dificultades del emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”.

Comenzar un negocio es a menudo difícil y más aún cuando es liderado por una mujer, ya que, se enfrentan a distintas dificultades. Las mujeres están condicionadas por normas culturales y sociales que hacen que este proceso sea más complicado que los hombres.

Asimismo una de las barreras que tuvieron para emprender se encontraron en la ausencia del apoyo financiero, todas entrevistadas manifiestan que lo tuvieron por un préstamo, también se recalca, los obstáculos que tuvieron para acceder al mismo, asimismo otras mujeres comentan que se autofinanciaron la inversión de sus negocios.

“Hacer un préstamo fue difícil, incluso con un asesor que me guioa como obtener el préstamo, por lo que tuve que sacar de mis ahorros”. (K. Pérez, Comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

Esta entrevistada indica que para poder obtener dicho préstamo fue muy complicado debido que les pedían muchos papeles y trabas para presentarlos, asimismo esta tuvo que conseguir un garante para poder obtener recién una ayuda financiera, por lo que el acceso a la financiación cae en estereotipos que insisten en la idea de que los préstamos a las mujeres son más arriesgados, a pesar de que los datos indican que no es así.

Además, otra dificultad que una de ellas comentaba, es el machismo, que aun existe en la sociedad, lo que les desmotivaba a seguir desarrollando su negocio.

“Mi ex esposa decía que yo debo concentrarme en la casa y mis hijos, que me ir mal si los descuidaba” (C. Zapata, Comunicación personal, 20 de octubre de 2021).

La desigualdad de género se presentaba en distintas situaciones, lo que limitaba a que ellas sigan con su negocio, y las hacían sentir insuficientes, pues los hombres consideran que la mujer solo las mujeres debe dedicarse a las tareas del hogar y a criar a sus hijos, asimismo, las normas sociales también imponen responsabilidades domésticas a la mujer.

Como se mencionó anteriormente tanto el apoyo financiero fue obstaculizado y mucho más para acceder al mismo, todas las mujeres concuerdan que el acceso de financiamiento, es algo primordial para poder iniciar su negocio, no obstante, fue donde tuvieron mayores dificultades, las entrevistadas que optaron por préstamo de una entidad bancaria tuvieron inconvenientes, pues manifestaron que le ponían trabas, además del machismo, desde su misma pareja que las desmotivaba hasta los mismos trabajos, en donde, las mujeres son menos remunerados.

“Fue difícil por ser nueva en acceder a préstamos, por no tener un historial crediticio”. (R. Ortiz, Comunicación personal, 15 de octubre del 2021).

“Tuve que esperar tres meses después de solicitar mi préstamo, para cobrarlo, fue una incertidumbre constante”. (C. Zapata, Comunicación personal, 20 de octubre 2021).

En el mismo contexto, para todo emprendimiento contar con el capital es necesario para dar iniciativa a su negocio y las entrevistadas son conscientes de ello, por otra parte, como se dijo anteriormente, el capital adquirido fue mediante préstamos, que en 9 casos fue un préstamo ajeno, originado por una entidad bancaria o/y por parte de un familiar.

“Bueno el capital lo conseguí por unos familiares me dieron un dinero para emprender mi negocio y luego me recomendaron a un sectorista de la caja Piura”. (A. Alarcón, comunicación personal, 14 de octubre de 2021)

“El capital que utilicé para mi negocio fueron propios, como te dije por mis ahorros”. (A. Mejía, Comunicación Personal, 21 octubre de 2021).

A cerca de la procedencia del dinero 6 de las 11 entrevistadas obtuvieron su dinero de parte una entidad bancaria o una financiera, teniendo en cuenta que duraron entre 6 a 8 meses para poder disponer ese dinero y así poner en marcha una idea de negocio y poder cubrir los costes iniciales, asimismo las otras 5 entrevistadas consideran que pudieron acceder de una manera mas sencilla debido que los préstamos eran entregados por su familia, y de sus propios ahorros obtenidos de sus trabajos anteriores.

En el mismo contexto Montero y Camacho (2018), consideran que el acceso a los recursos financieros es uno de los factores más importantes que permite operar de manera laboral y autónoma a una mujer, por lo que, resulta fundamental contar con ello, cuando se inicia un negocio. En la misma línea relacionándolo con los resultados, no se esta de acuerdo, debido a que las entrevistadas buscaron otra opción para poder iniciar su emprendimiento, pues se consideras que tienen la capacidad innata que distingue a muchas mujeres emprendedoras es la de asumir riesgos, por lo que la mayoría opta por utilizar su capital y dedicarse a actividades que implican una baja inversión y pocas expectativas de crecimiento. Por otro lado basándose en lo expuesto por Pérez y Avilés(2017), quienes mencionan que una de las principales barreras son la ausencia de equidad y la desigualdad de género existente aun en la sociedad. , Ruiz, Peña y Prieto (2020), se concuerdan y agregan que, el apoyo financiero puede variar dependiendo al entorno del emprendedor resultando dificultoso, pues, las entidades bancarias, observan si el tipo de negocio es apto para financiar, o el lugar donde seráubicado dicho negocio es propicio, por lo que relacionándolo, las emprendedoras notan la existente brecha de género , además se les solicitaba demasiada información para adquirir un préstamo, por lo que se deduce que, el acceso del financiamiento va depender de las necesidades que enfrentan las emprendedoras y los emprendimientos.

Conocer las oportunidades del emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”

En relación a las oportunidades que puede ofrecer el emprendimiento femenino, se considera que la capacitación es fundamental para que ellas puedan lograr sus objetivos, ya que, esto las ayuda a adquirir conocimientos, herramientas y actitudes para que puedan interactuar en el entorno laboral.

Sin embargo, cinco de las entrevistadas consideran que la capacitación, no es algo importante a la hora de emprender, ya que, nunca han ido a una y piensan que es una pérdida de tiempo y tienen la equivocada idea que eso no les va ayudar en su negocio.

“No he tomado ninguna de ellas, porque tengo que estar en mi negocio”.(I. Chávez, Comunicación personal, 25 de octubre 2021)

“No considero eso importante, pues ocupo mi tiempo en otras cosas más importantes”. (M. Núñez, Comunicación personal, 21 de octubre de 2021)

No obstante, seis de ellas comentan que en el último año se ha creado una asociación de mujeres en el mercado de Moshoqueque, en la cual asisten, y les ha brindado oportunidades de recibir charlas motivacionales, formas de como manejar su capital y relacionarse en el mismo entorno, asimismo ellas sienten que son una gran fuente de ayuda a personas que lo necesitan debido que ofrecen trabajos a otras personas, lo que les hace sentir satisfechas.

“Yo creo que nosotros adquirimos de acuerdo al tiempo, a las experiencias, luego gracias a la asociación del mercado nos ha brindado varias herramientas para ayudar a mejorar mi negocio y no solo a mi negocio si no brindar trabajo a otras personas”. (A. Mejía, Comunicación Personal, 21 octubre de 2021).

Asimismo, para todas las entrevistadas el emprender su propio negocio le ha ayudado a generar vínculos, en el entorno del negocio que les rodea, generando así mayores oportunidades como trabajar con grandes marcas y distribuidores, contribuyendo al crecimiento de su negocio y de ellas como emprendedoras.

“Juntarme con personas que llevan años en el negocio, los mismos vendedores, son personas que nos apoyan siempre”. (R. Vásquez, Comunicación personal, 20 de octubre 2021).

Para las mujeres, si no cuentan con el apoyo de su familia, piensan que no podrán alcanzar sus objetivos, debido a que la familia es su pilar fundamental, pues son su apoyo mental y emocional para seguir adelante y lograr metas que beneficien a todos, especialmente buscan la aceptación o aprobación de sus hijos, quienes son su mayor orgullo para que ellas

salgan adelante por sí mismas.

“Me impulso en salir adelante en querer lo mejor para todos mis hijos, todo lo que hago es por ellos, ellos me han apoyado en mi negocio, y siempre estar conmigo, y en salir adelante”. (M. Irigion, Comunicación personal, 22 de octubre de 2021).

Es aquí donde aparece el contexto cultural, en el que la mujer no siente poder tener logros por sí sola, solo ven sus éxitos a través de lo que les trasciende, además al profundizar en esta pregunta surgieron sentimientos de logro, ya que, también se ameritan el éxito de su negocio, pero en menor proporción.

“He sacado todas mis fuerzas por mis hijos para usar todas mis capacidades para seguir en mi negocio”. (C. Zapata, Comunicación personal, 20 de octubre 2021).

Por otro lado, la adaptabilidad consiste en responder a la flexibilidad a los cambios que puedan ocurrir en el entorno y con ello adaptarse con facilidad a la realidad, la mayoría de las entrevistadas, consideran que esto ha ayudado a poder actualizarse, debido a que anteriormente ejemplifican que el pago era en efectivo y hoy en día se puede realizar pagos por transferencias bancarias o solo utilizando YAPE, no obstante, aun es difícil para ellas someterse a ese ritmo de trabajo, 6 de las entrevistadas solo reciben pagos en efectivo, debido que consideran que no tienen la facilidad de poder adaptarse a este cambio.

“Con la practica ha sido fácil, aunque tenga poco tiempo, pero me he sabido adaptar, ahora mi celular es mi herramienta de trabajo, pues realizo pagos y cobros desde ahí”. (A. Alarcón, comunicación personal, 14 de octubre de 2021).

En síntesis las mujeres consideran que el mundo de los negocios les ha ayudado a sobresalir. Por otra parte, fueron diversas las oportunidades que estas supieron encontrar y ofrecer. Según Acosta, Zambrano y Suárez (2017); Castaño y Chan (2018), El emprendimiento se desarrolla de manera sostenible, por lo que ha ayudado a generar puestos de trabajo, y esto contribuye al incremento de la actividad económica en el entorno donde se realice. Ascher (2021), agrega, que es un fenómeno complejo y multinivel en la economía, el cual, contribuye al crecimiento económico al ser un transmisor de la difusión de conocimientos. En relación con el estudio, las principales actividades son el generar puestos de trabajo, asimismo comentan que comenzar su propio negocio ha ayudado a establecer conexiones con el entorno comercial que lo rodea, lo que le ha abierto oportunidades más amplias, como trabajar con los principales distribuidores para hacer crecer su negocio y ampliar su cartera de negocios. Sin embargo, Garcia et al., (2018), afirma que la adaptabilidad es esencial para los nuevos emprendedores, contrastando con los resultados, las emprendedoras consideran el ritmo del cambio tecnológico

se está acelerando y la automatización cambia constantemente el mundo del trabajo, no obstante, la mayoría de ellas no se adaptado completamente a dichos cambios, pero estas consideran que la experiencia también ha sido clave, para que traten de ser flexibles al cambio, ya que, si no hubieran tenido un trabajo anterior no tendrían una experiencia previa, por ende, no sabrían cómo sobrellevar su negocio.

Analizar los motivos y barreras del emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado mayorista de “Moshoqueque”- Lambayeque.

A todo esto, las mujeres califican el emprender como el inicio de poder satisfacer sus necesidades, bien sea de una idea previa o debido a la situación que están atravesando (Agora,2018) , por lo que, la idea emprendimiento aparece tomando de la mano de su inestabilidad económica, la ausencia de un equilibrio entre laboral-familiar, el sentimiento de no ser autosuficientes y el futuro de su familia. Entonces, se deduce que el emprendimiento es el puente donde la mujer puede organizar su mundo privado con el mundo publico (relaciones laborales y sociales) y le permite generar también recursos económicos para ellas y para su familia. En la misma línea, entonces el emprendimiento no es tomado como una meta ni un objetivo, sino esta vinculado con el infortunio, donde las mujeres se ven con la necesidad de emprender para poder salir adelante.

A todo esto es claro el papel de la mujer, como persona que tiene las capacidades suficientes para poder sobresalir sola, y empoderarse así misma, sin embargo se considera que la familia, es la principal institución social, por lo que si se dedica únicamente a su negocio, tiene que pagar un alto precio al asumir tal ambigüedad, marcada por constantes dilemas planteados. no solo los riesgos para la salud, sino también la ruptura de la familia misma, como la mala relación entre los hijos y los padres, el machismo por parte de las parejas y hasta de la misma sociedad que genera un obstáculo en las alternativas de crecimiento y desarrollo de los emprendimientos en cualquier entorno.

Por otro lado, si bien la capacidad innata que distingue a muchas mujeres emprendedoras es la de asumir riesgos, la mayoría opta por utilizar su capital y dedicarse a actividades que implican una baja inversión y bajas expectativas de crecimiento. Esto, junto con las altas tasas de interés de los préstamos de entidades bancarias, explica la baja tasa e influencia de este tipo de instituciones, de manera conjunta, estos factores también dificultan a las empresarias a lograr mayores niveles de crecimiento y éxito. (Paredes et. al 2019).

Conclusiones

Analizando el emprendimiento femenino, se han podido encontrar algunos aspectos interesantes en esta investigación, que se deben a una serie de afirmaciones que se hacen al tratar de explicar por qué las mujeres deberían iniciar sus negocios, donde las circunstancias que enfrentan las mujeres se condicionan principalmente en los desafíos que enfrentan, relacionadas a lo económico/familiar, por lo cual, se encuentran empujadas a emprender, siendo dicha actividad la alternativa que tienen para generar ingresos y conciliar los roles asignados tanto a la familia como al trabajo. Sin embargo, se ven limitadas, ya que, se encuentran dificultades englobadas a la ausencia de apoyo financiero y al machismo.

Las mujeres inician sus negocios por razones como, tener mayores posibilidades de empleo con la fortaleza adicional de lograr su independencia y reconocimiento tanto a nivel personal como social, asimismo, el aprendizaje continuo que estas puedan obtener de una actividad rentable para que se desarrollen en el entorno empresarial. También, la influencia familiar es una de las motivaciones para que esta logre su crecimiento y éxito en su negocio. Por otro lado, se considera poco probable que aspectos como el financiero tengan un impacto significativo en el espíritu empresarial femenino, debido a que estas emprendedoras son conscientes que cuentan con capacidades productivas para enfrentarlo.

Por otra parte, la falta de recursos financieros resulta un impedimento a la hora que las mujeres inician sus negocios que las obligan a limitarse, ellas a su vez tienen que redoblar sus esfuerzos para sobrevivir como empresarias, debido a que las instituciones bancarias no confían a la hora de solicitar un crédito. Asimismo, la desigualdad de género, relacionado con los roles reproductivos de las mujeres, con que sus emprendimientos son asimilables a su unidad doméstica, lo que provoca que las mujeres no tengan autoconfianza en sus habilidades y capacidades.

Las oportunidades que ofrece el mercado, es limitado, no obstante, estas han sabido aprovecharlas de manera oportuna, utilizando sus capacidades como, el optimizar los recursos alternos que las instituciones financieras ofrecen a la mujer emprendedora. El capital social (apoyo de redes personales) y el capital humano de las empresarias (sentir satisfacción, felicidad u obtener reconocimiento) son vitales para consolidar una empresa para así visualizar escenarios a corto, mediano y largo plazo para poder posicionar su negocio y finalmente aprovechar las oportunidades de la crisis actual global.

Recomendaciones

El emprendimiento femenino se ha venido fomentando al pasar de los años de manera global, debido a que la coyuntura actual provoca que estos se incrementen constantemente, por lo que, es importante reforzar los motivos y con ello eliminar las barreras, por eso es necesario incluir programas coaching motivacional, en los cuales se fomente el empoderamiento en las mujeres y en estas se realicen propuestas para que las empresarias reconozcan sus aptitudes.

La asociación de mujeres emprendedoras y empresarias del distrito, deben liderar talleres de empoderamiento a las mujeres del mercado de Moshoqueque, permitiendo que estas sean más autónomas e independientes, lo que lograra un impacto positivo en su vida laboral y familiar, contribuyendo a fortalecer sus habilidades y a que estas puedan fijarse metas y estrategias para lograr desarrollarse. Por otro lado, es fundamental desarrollar entrenamientos para reconocer sus habilidades blandas y duras para un mejor conocimiento del contexto emprendedor. De igual manera, es interesante poder realizar un estudio a otra segmentación de mujeres emprendedoras y poder utilizar el presente estudio para comparar los motivos que impulsas a las mujeres y por ende tener un perfil más completo de la empresaria lambayecana.

Con respecto a las barreras, para poder enfrentarlas, la mujer emprendedora voluntariamente debe profesionalizarse a través capacitaciones continuas en tópicos de administración y finanzas para entender el contexto financiero actual, las cuales, deben ser brindadas por las instituciones municipales, por lo que, es relevante su compromiso con las mismas, asimismo, las mujeres deben aprovechar el capital de trabajo en la inversión de actividades económicas potencialmente rentables para iniciar emprendimientos sostenibles en el tiempo. Asimismo, es vital que las emprendedoras asuman responsabilidades familiares delegando dichas funciones a terceros para así poder distribuir su tiempo y que no afecte a su emprendimiento. Por otra parte este estudio podrá ser útil para las micro financieras debido que al estudiar los motivos del emprendimiento , las entidades financieras puedan conocer mejor a sus clientes y lo que les incentiva hacer una empresa en sí y poder ofrecerle mayores facilidades para acceder a prestamos.

Finalmente, para que estas puedan aprovechar las circunstancias positivas que les brinda dicho entorno existente, se considera conveniente que elaboren una idea y con esta un plan o modelo de negocio antes de realizar una determinada inversión, teniendo en cuenta que amenazas se encuentran en dicho entorno, y a partir de ello elaborar una visión de un futuro deseado en el mediano a largo plazo y trabajar en el día a día para conseguirlo

Referencias

- Acosta, B., Zambrano, S., y Suárez, M.. (enero, 2017). Emprendimiento femenino y ruralidad en Boyacá, Colombia. *La Calidad Académica, un Compromiso Institucional* *Criterio Libre*, 15(26), 215-236.
- Alvarado, E., Ortiz, J., y Morales, D. (abril, 2018). Factores que influyen en el emprendimiento de un micronegocio familiar en México. *Revista de Economía del Rosario*. 21(1): 153-180
- Ascher, J. (2021). Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination
https://www.jemi.edu.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=265&Itemid=197
- Briseño, O., Briseño, A., y López, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*.
<http://eprints.uanl.mx/12629/1/13.25%20A2.pdf>
- Bulloug, A. (2021). Women’s entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. *Small Business Economics*. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-020-00429-6>
- Cardella, G. M., Hernández, B. R., y Sánchez, J. C. (2020). Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature. *Front. Psychol.*
 doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>
- Carranza, Y., Jiménez, M., y Escamilla, S. (2018). Emprendimientos Femeninos en Ecuador. *Revista Publicando*, 14(2), 57-66.
https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/1094/pdf_816
- Castrillon, C. (2019). *Why More Women Are Turning To Entrepreneurship*.
<https://www.forbes.com/sites/carolinecastrillon/2019/02/04/why-more-women-are-turning-to-entrepreneurship/?sh=2f8d04a542a7>
- Chávez, M y Estrada, P, (febrero, 2019). El Contexto social en el desarrollo del espíritu emprendedor de la mujer en el D.M. de Quito. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*. 8(1): 11-19
- Delavelle, F. (2020). *Female entrepreneurship, key ingredient for Africa’s growth*.
<https://ideas4development.org/en/ffemale-entrepreneurship-key-ingredient-africa-growth/>

- Eagly, A. (enero, 1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Psychology Press.
- García, M., Zerón, M., y Sánchez, Y. (octubre, 2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en Méxic. *Entramado*, 14(1).
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/2654/265457559007/index.html>
- Garza, C. (2020). La importancia del emprendimiento femenino en México.
<https://blockitlab.com/emprendimiento-femenino-mexico/>
- Giuseppina, M., Hernández, B. R., y Sánchez, J. (agosto, 2020). Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature. *Front. Psychol.* doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>
- Gutiérrez, J., Romero, J.; Díaz, M. y Sulburán, N. (2017). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reÀexiones sobre Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*. 23(4): 98-107.
- Kloosterman, R. (2010). Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(1), 25-45.
- Marulanda, F., Montoya, I., y Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 89-99.
 doi:10.25100/cdea.v30i51.46
- Montero, B., y Camacho, J. (febrero, 2018). Caracterización del emprendimiento femenino en España: Una visión de conjunto. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*(129), 39-65.
- Orihuela-Ríos, N.C.(2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVAResearch Journal*, 7(1), 109-122.
- Pérez, C., y Áviles, M. (noviembre, 2017). Explanatory factors of female entrepreneurship and limiting elementsFactores explicativos del emprendimiento femenino y elementos limitadores. *Suma de negocios*, 7(15), 25-31.
 doi:<https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.004>
- Rametse, N., y Huq, A. (2015). Social influences on entrepreneurial aspirations of higher education students: Empirical evidence from the University of Botswana women students. *Small Enterprise Research*, 22(1), 1-16.
- Ribes, G., Moya, I., Cervello, R., y Perello, M. (mayo, 2018). Domestic economic and social conditions empowering female entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 89, 182-189. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.005>

- Rubio, A., y Esteban, N. (abril, 2016). Cultural factors and gender role in female entrepreneurship. *Suma de Negocios*, 7(15), 9-17.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.002>
- Santander, P.; Fernández, C.; Yáñez, D. (marzo, 2016). Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. 22(2): 63-77
- Vargas, A., y Utterman, R. (octubre, 2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 90, 709-720.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29063559024/index.html>
- Zanini, P. (8 de marzo de 2021). *Female Entrepreneurship in Latin America*.
<https://intpolicydigest.org/female-entrepreneurship-in-latin-america/>

Anexos

Matriz de Consistencia

PREGUNTA DE INVESTIGACION	OBJETIVO GENERAL	VARIABLE	CATEGORIA	SUB- CATEGORIAS
¿Cómo se desarrolla el emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”?	Analizar cómo se desarrolla el emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”	EMPRENDIMIENTO FEMENINO	Motivos	Liderazgo Experiencia Deseo de progreso Autoconfianza Tolerancia de Riesgo Reconocimiento de oportunidad
	OBJETIVOS ESPECIFICOS		Barreras	Apoyo Financiero Acceso de Financiación Origen de Capital
	Conocer los motivos que impulsan el emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”. Descubrir las dificultades del emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”. Conocer las oportunidades del emprendimiento femenino en el sector comercial del mercado “Moshoqueque”.		Oportunidades	Apoyo Familiar Adaptabilidad Capacitación Vínculos
POBLACIÓN Y UNIDAD DE ANÁLISIS	INSTRUMENTO	PROCESAMIENTO	TECNICA DE ESTUDIO	PROCESAMIENTO
11 Mujeres Emprendedoras que cuenten con un negocio formal En el mercado moshoqueque	El instrumento que se utilizará será la ficha de entrevista	Se elegirá a una mujer con negocio para entrevistarle por la plataforma de Zoom, también se solicitará a una persona que recomiende	Como es cualitativa , la técnica es la entrevista	Se transcribirá en una base de datos por cada entrevistada, identificado y subrayando los factores de cada encuestado

Ficha de Entrevista

Mi nombre es Angie Milagros Ortiz Guevara, soy estudiante del 9no ciclo de la carrera de administración de empresas en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Estoy aquí para llevar a cabo la entrevista sobre los motivantes, oportunidades y dificultades en el emprendimiento femenino en el mercado “Moshoqueque”- Lambayeque.

Las respuestas que se obtengan de esta entrevista permitirán comprender a profundidad los factores que influyen al emprendimiento femenino. Además, es importante señalar que la información que se adquiriera será totalmente confidencial y será únicamente utilizada para fines de estudio. Asimismo, se puede detener la entrevista en cualquier momento y, si considera pertinente, no responder a alguna pregunta.

Con lo antes mencionado, ¿Está usted de acuerdo con empezar esta entrevista?

DATOS GENERALES:

Edad:

Procedencia:

Nivel de instrucción:

Tipo de negocio:

Categoría 1. Motivos

1. ¿Cuál fueron sus motivos que le impulsaron en la iniciativa de llevar a cabo su emprendimiento en el Mercado Moshoqueque?
2. ¿Considera que el liderar su propio negocio le ha ayudado a autodesarrollarse y actuar con resiliencia? ¿De que manera?
3. ¿Ha tenido que otro tipo de negocio o actividad empresarial antes de su emprendimiento del Mercado Moshoqueque?, ¿Qué tipo de negocio?, ¿Considera que eso le está ayudando a saber manejar su negocio actualmente?
4. ¿Qué tan importante es para usted el deseo de progresar y mejorar su calidad de vida?
5. ¿Qué tan importante era para usted tener su propia fuente de ingresos? ¿Sintió que tuvo las habilidades y el talento para emprender su negocio en el mercado Moshoqueque? ¿Por qué?

6. ¿De qué manera asumió el riesgo para tomar la decisión de emprender e invertir en su negocio?, ¿Considera que tuvo que salir de su estado de conformidad?, ¿Por qué?
7. ¿Cómo se dio cuenta de las oportunidades que se presentaban en este tipo de negocio colocar? ¿Por qué?

Categoría 2. Barreras

8. ¿Cuáles fueron las principales barreras para llevar acabo su emprendimiento en el Mercado Moshoqueque?
9. ¿Cuáles fueron sus fuentes de financiamiento?, ¿Cómo se dieron? ,¿Tuvo algún problema para conseguirlo?
10. ¿Cómo obtuvo el dinero para colocar su negocio?

Categoría 3. Oportunidades

11. ¿Qué oportunidades facilitaron su emprendimiento en el Mercado Moshoqueque? y ¿Cómo los aprovecho?
12. ¿Cómo adquirió el conocimiento para manejar su negocio?
13. ¿Cómo le apoyó o impulso su familia a colocar su negocio en el Mercado Moshoqueque? ¿De que manera?
14. ¿Qué tan fácil fue adaptarse al manejo de su negocio?