



UNSAAC

Universidad Nacional de
San Antonio Abad del Cusco



Volumen 1 - Número 2, Marzo 2024 (51-67)

Emprendimiento femenino: factores personales que intervienen en la sostenibilidad de emprendimientos de la comunidad Woman Power – provincia del Cusco

*female entrepreneurship: personal factors that
intervene in the sustainability of entrepreneurships
in the woman power community – province of
Cusco*

DOI: <https://doi.org/10.51343/revtrascender.v1i2.1228>

Recibido:23/11/2023

Aceptado:29/02/2024

Dayanna Alissone Quispe Alegria⁵

Universidad San Antonio Abad del Cusco [https://
orcid.org/0009-0001-0704-5776](https://orcid.org/0009-0001-0704-5776)
170828@unsaac.edu.pe

Luis Apolinar Virto Loayza⁶

Universidad San Antonio Abad del Cusco [https://
orcid.org/0009-0003-5013-551X](https://orcid.org/0009-0003-5013-551X)
163550@unsaac.edu.pe

⁵ Licenciado en Administración de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

⁶ Licenciado en Administración de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

EMPRENDIMIENTO FEMENINO: FACTORES PERSONALES QUE INTERVIENEN EN LA SOSTENIBILIDAD DE EMPRENDIMIENTOS DE LA COMUNIDAD WOMAN POWER – PROVINCIA DEL CUSCO
FEMALE ENTREPRENEURSHIP: PERSONAL FACTORS THAT INTERVENE IN THE SUSTAINABILITY OF ENTREPRENEURSHIPS IN THE WOMAN POWER COMMUNITY – PROVINCE OF CUSCO

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo identificar los factores personales de las emprendedoras de la comunidad Woman Power en la Ciudad del Cusco, las cuales cumplen un rol importante y determinante en la sostenibilidad y éxito de sus negocios, considerando a esta actividad como medio que fomenta la igualdad de oportunidades, reducción de las brechas de género y la pobreza, además que, propicia la competitividad, creatividad e innovación en el mercado promoviendo el crecimiento económico. El presente artículo de investigación posee una metodología de tipo básica, con alcance descriptivo y de diseño cualitativo; se aplicó la técnica de la entrevista a profundidad en una muestra de estudio por conveniencia, conformada por 11 emprendedoras de la comunidad Woman Power. Los hallazgos evidencian que las características personales más predominantes están definidas por el rango de edad que poseen, resaltando la pasión por lo que hacen y la independencia económica como motivación; predominan los emprendimientos por oportunidad y oportunidad/necesidad; así mismo, se evidencia que todas las entrevistadas son profesionales y que además de tener su negocio, algunas poseen un trabajo profesional; dentro de las competencias resaltan las habilidades de comunicación y resiliencia, conocimientos en marketing digital, actitudes visionarias y positivas, que han sido y son esenciales para llegar a consolidarse desde su inicio en el mercado.

PALABRAS CLAVE: factores personales, emprendimiento femenino, sostenibilidad.

ABSTRACT

The objective of this article is to identify the personal factors of the entrepreneurs of the Woman Power community in the City of Cusco, which play an important and determining role in the sustainability and success of their businesses, considering this activity as a means that promotes equal opportunities, reduction of gender gaps and poverty, in addition to promoting competitiveness, creativity and innovation in the market, promoting economic growth. This research article has a basic methodology, with a descriptive scope and qualitative design; The in-depth interview technique was applied in a convenience study sample, made up of 11 entrepreneurs from the Woman Power community. The findings show that the most predominant personal characteristics are defined by the age range they have, highlighting the passion for what they do and economic independence as motivation; Entrepreneurship based on opportunity and opportunity/need predominates; Likewise, it is evident that all the interviewees are professionals and that in addition to having their business, some have a professional job; Within the competencies, communication and resilience skills, knowledge in digital marketing, visionary and positive attitudes stand out, which have been and are essential to consolidate itself since its beginning in the market.

KEYWORDS: Burnout personal factors, female entrepreneurship, sustainability.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un elemento estructural en las economías latinoamericanas, en parte como solución a los elevados índices de desempleo presentes en la región. El autoempleo se posiciona como una alternativa para la generación de ingresos en este contexto (Zamora, 2018), en consecuencia, este tiene impacto positivo en la economía y la sociedad (Serida Nishimura et al., 2020). De la misma manera, es un proceso impulsado y materializado por los emprendedores, cuyas características, habilidades y competencias pueden variar de acuerdo con el contexto en el que se desenvuelve el individuo, su formación o el interés y motivación por el cual decide emprender una idea de negocio (Pacheco-Ruiz et al., 2022).

El Global Entrepreneurship Monitor es el más extenso y reconocido proyecto internacional, contiene investigaciones sobre los contextos y características independientes de los emprendedores en más de 100 países, dichos estudios cuentan con mayor aceptación y relevancia a nivel mundial, señala que el fenómeno del emprendimiento es un proceso que está condicionado por aspectos como la innovación, aspiraciones, motivaciones, competitividad y entre otras, todo ello realizado por una persona o grupo de personas a quienes se definen como emprendedores (Tunali & Sener, 2019). Uno

de los objetivos del GEM es descubrir y dar a conocer los factores determinantes de los niveles nacionales de actividad emprendedora, estudia las características de las personas e individuos con respecto al comienzo y gestación de un negocio con el fin de explotar nuevas oportunidades, promover la productividad y crear empleo, también para abordar algunos de los mayores desafíos de la sociedad, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Amorós, 2011).

De acuerdo con estudios del GEM, en el contexto empresarial se define las Condiciones Marco de Emprendimiento (EFC) como factores favorables, algunos de ellos son la formación empresarial y la influencia de las normas sociales y culturales en las cuales se desenvuelven, siendo condicionante dentro de la sociedad, el fomento y la celebridad del espíritu emprendedor. En cuanto a la edad, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA – Total Early-stage Entrepreneurial Activity), las personas de 18 a 34 tienen mayor probabilidad de iniciar un negocio. En el 2022, se hizo un estudio en 49 economías de las cuales solo en 4 se tenía un índice mayor de actividad empresarial femenino; Togo, Indonesia, Qatar y Polonia, revelando que existe mayor probabilidad de que los varones inicien un negocio (Global Press Release, s. f.).

En el contexto de pandemia, según estudios del Banco Mundial en el periodo de octubre del 2020 a enero del 2021, muestran que en una cuarta parte de las empresas del mundo las ventas cayeron en un 50%, dando lugar a que disminuyan puestos del trabajo a causa de los despidos (World Bank, 2021); en consecuencia, las personas optaron por buscar fuentes de ingresos insertándose en el mundo del emprendedurismo.

Un estudio en los países de Latinoamérica, específicamente en los estados miembros de la Alianza Pacifico, se encontró que la motivación juega un papel importante en la acción, tales como la generación de ingresos propios e independencia en la toma de decisiones; por otra parte, existe la aversión al riesgo y la falta de esfuerzo (Aguilar Barceló et al., 2023).

En la actualidad, el emprendimiento femenino ha ganado relevancia en ámbitos políticos y económicos, suscitando un creciente interés tanto en el ámbito científico como en el académico. A pesar de los avances que se observan en la actualidad, se percibe que esta temática todavía se encuentra en sus primeras etapas de desarrollo (Aranibar Ramos et al., 2022). Así mismo, se visualiza una baja en la efectividad de las instituciones y programas de apoyo empresarial, ya que el porcentaje de nuevas empresas creadas en relación al número de

personas que reciben capacitación es inferior al 5%. Esto se vuelve más inquietante cuando se observa la supervivencia en el tiempo de estas empresas (Marulanda Valencia et al., 2019).

El Perú está conformado en más de un 99% por Mypes, siendo considerado un país “emprendedor”, no obstante, en periodo de pandemia se generó la extinción de más de medio millón de empresas formales causando la pérdida de millones de empleos (CAMEX, 2022). Así mismo, en dicho reporte se observa que el 72.9% de las Mypes son dirigidas por mujeres de 44 años, lo que significa que las ventas mediante la actividad que realizan representan parte importante en el ingreso familiar, visualizando la importancia que tiene este tipo de empresas, siendo generadoras de empleo y fomento para la participación activa de la mujer en la economía.

En la región del Cusco, según el INEI (2023), la tasa de desempleo pasó de 7.5 % el 2022 a 12.3% en el 2023, en tanto, solo el 36.8 % de su población tiene un trabajo formal. Así mismo, según la Cámara de Comercio del Cusco, se observa una tasa de actividad más alta entre los hombres (83.68%) en comparación con las mujeres (76.5%), lo que indica que, en promedio, las mujeres tienen menos probabilidad de participar en el mercado laboral, por lo que de 10 personas empleadas solo 4 son mujeres.

En el Distrito del Cusco existe una tendencia de crecimiento a favor de la participación femenina en cargos directivos en distintos tipos de organizaciones rompiendo los paradigmas de género gracias a la profesionalización, responsabilidad, liderazgo y actitud emprendedora (Santos et al., 2021).

Así mismo, se observan programas y organizaciones tanto públicas como privadas en fomento del emprendimiento y empresariado en la ciudad; como, la Red Regional de Mujeres Emprendedoras y Empresarias Cusco (RED MEEC), Fundación de emprendedoras YAKARI y Emprender Cusco.

Por lo tanto, se observa un alto índice de creación de emprendimientos el cual es característico de la región y del país; sin embargo, se percibe una alta tasa de mortalidad puesto que muy pocos logran consolidarse y ser sostenibles. Por otro lado, la iniciativa empresarial femenina en los últimos años ha ido tomando relevancia en el entorno económico y social, siendo motivo de estudio; ello nos conlleva a hacernos la interrogante de, cuáles son aquellos factores y características de las mujeres que protagonizan la actividad emprendedora en la Comunidad Woman Power, teniendo como

objetivo la identificación y descripción de estos.

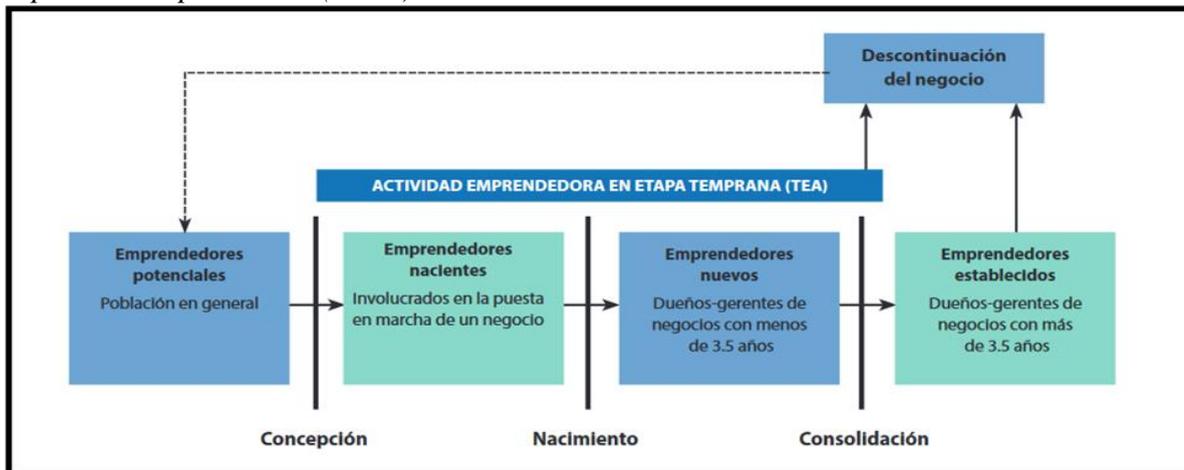
1. REVISIÓN LITERARIA

1.1 EMPRENDIMIENTO

Schumpeter conceptualiza la actividad emprendedora como un componente esencial en el sistema de mercado, atribuyendo a los emprendedores un papel crucial en la introducción de innovaciones. Para describir el impacto transformador de estas acciones en los procesos económicos, asimismo, acuña el término "Destrucción Creadora", resaltando cómo generan cambios y modificaciones significativos en las organizaciones (Avila Angulo, 2021); además que, dichas unidades se consideran como lugares de producción para satisfacer las necesidades de otros individuos y la producción total se distribuirá inicialmente entre estos agentes (Forero-Bernal et al., 2019).

Serida-Nishimura et al., (2020) da a conocer las etapas del proceso emprendedor bajo la óptica del GEM, el cual incluye la concepción, nacimiento y consolidación, así como la clasificación de los individuos que realizan dicha actividad de acuerdo con el nivel y la antigüedad del negocio; tal como se muestra en la figura N° 1.

Figura 1
el proceso emprendedor (GEM).



Nota. La presente figura muestra las etapas del proceso emprendedor, primeramente denominados emprendedores potenciales hasta denominarse emprendedores establecidos. Autor Serida Nishimura, J. F., Borda Reyes, A. J., Alzamora Ruiz, J., Morales Tristán, O., & Guerrero de Lizardi, C. (2020). <https://repositorio.esan.edu.pe//handle/20.500.12640/2070> Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019. Universidad ESAN.

Se toma de referencia la Óptica del GEM, puesto que brinda lineamientos para el desarrollo de la presente investigación; primero, el proceso emprendedor que define los tipos de emprendedores según la temporalidad; segundo, el perfil del emprendedor peruano desde los aspectos como edad indicando promedios de participación en diferentes etapas del emprendimiento, nivel de instrucción indicando niveles de potencialidad para sus iniciativas empresariales, situación laboral siendo el autoempleo característica cuando el negocio se va consolidando en el mercado y motivaciones que los llevan a poner en marcha un negocio; el aspecto de género no se considera ya que el estudio se realizó en una comunidad de mujeres emprendedoras y se suma el estudio de las competencias puesto que contiene a los conocimientos, habilidades y actitudes, siendo todos estos

características personales inherentes al comportamiento. Los emprendimientos fueron y son importantes en el crecimiento y desarrollo de la economía de un país, detrás de todo ello, existen personas quienes impulsan el suceso de dicho fenómeno, quienes poseen factores y características personales que les permite enfrentar diferentes situaciones y superarlas, entre ellos podemos mencionar las características como, la edad, motivación, la situación laboral, las habilidades, actitudes y conocimientos que poseen.

1.1.1. EMPRENDIMIENTO POR OPORTUNIDAD Y NECESIDAD

De acuerdo con el General Entrepreneurship Monitor, existen dos tipos de emprendimiento, los que son creados por oportunidad y por necesidad.

El primer tipo de emprendimientos se da por las oportunidades que se pueden

identificar y aprovechar en el mercado con el fin de cumplir aspiraciones, a su vez, existe una motivación voluntaria de empezar un proyecto empleando un plan de negocio, lo mencionado es una característica de los países desarrollados los cuales poseen un modelo económico de eficiencia e innovación que cuentan con un entorno adecuado para el desarrollo (Saavedra-Leyva & Taxis Flores, 2019).

Los emprendimientos por necesidad, son una forma de supervivencia en el que los individuos pretenden generar ingresos en contextos de subsistencia causados por situaciones de desempleo, inestabilidad o disconformidad laboral por trabajos dependientes; generalmente este tipo de iniciativas predominan en países con economía en vías de desarrollo, bajos niveles de innovación, especialización y falta de oportunidades, sumado a ello que no cuentan con un entorno propicio para el desarrollo de negocios (Serida Nishimura et al., 2020).

1.2 EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Para definir el emprendimiento femenino, es necesario realizar revisiones desde un enfoque social; la Organización de las Naciones Unidas (ONU) cuenta con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el cual, el quinto objetivo referido a la igualdad, busca un mundo más equitativo y próspero, con el propósito de que las niñas y mujeres crezcan en igualdad de género, con acceso a la educación, atención médica,

oportunidades para conseguir un trabajo digno y representación en decisiones políticas como económicas. El estado y el sector privado son trascendentes para el empoderamiento económico y financiero, de esa manera se fomenta el desarrollo a nivel económico y social (Chamorro González et al., 2022). Asimismo, desde el aspecto social, los emprendimientos cumplen un rol importante porque mediante ello se busca la elaboración, ejecución y sustentación de iniciativas para la superación de una dificultad social y el logro de beneficios para la colectividad por medio de acciones de emprendedurismo (Bargsted A., 2013). La actividad emprendedora es desarrollada bajo condiciones de tipo internos o externos y la influencia de los emprendedores que persiguen el crecimiento personal como empresarial, dando origen a la creación de empleo y la mejora de la comunidad en donde se desenvuelven (Sparano Rada, 2014).

Un factor determinante para el emprendimiento femenino es el empoderamiento, (Aguayo & Hinrichs, 2015) lo definen como el control que tienen las personas para poder decidir sin sometimientos, con propia autonomía como identidad, en este caso, es el poder de decisión de las mujeres sobre sus actos para alcanzar objetivos en diferentes contextos.

Por lo tanto, los emprendimientos femeninos permite a las mujeres superar dificultades y carencias, empoderarse, sentirse seguras y

tener un papel activo en la economía familiar, ser protagonistas en la toma de decisiones conscientes, con autodeterminación y valor de sí mismas, de elegir ser una empresaria como proyecto de vida, siendo agentes activos en el desarrollo de la sociedad (Ruíz et al., 2022).

1.3 CARACTERÍSTICAS

PERSONALES

La teoría de los rasgos de personalidad, según (Engler & Velázquez Arellano, 1996) señala que las características del comportamiento que cada individuo posee, tales como, el temperamento, la adaptación, la labilidad emocional (tendencia a los cambios intensos y rápidos de emociones) y los valores, hacen que una persona gire en torno a una característica determinada. En la misma línea, (Roa, 1992) indica que la teoría de los rasgos pretende explicar el comportamiento y actitudes de los emprendedores, sustentando que estos individuos poseen personalidad, manifestaciones diversas de extroversión, frustración, etc., en las cuales se pueden determinar similitudes frente a estímulos o situaciones recurrentes a lo largo del tiempo.

Desde el ámbito social, se puede definir a la personalidad como el resultado de un conjunto de características que parten de la base social en la cual está inmersa una persona, configurada por las exigencias, demandas y estímulos, probando su

personalidad para desenvolverse en la comunidad (Montaño Sinisterra et al., 2009). Desde un punto de vista psicológico, las características personales son un conjunto de actitudes y conductas recurrentes de una persona, de igual modo, es la organización de tendencias reactivas, patrones de hábitos y características físicas que definen la efectividad social del individuo, modo de efectuar impulsos internos y demandas del ambiente (Leal et al., 1997).

Por último, la teoría fenomenológica de la personalidad considera que las características personales evolucionan junto a la vida, la cual está fundamentada en la motivación que la persona quiere conseguir y en las aspiraciones de lograr niveles de superioridad (Montaño Sinisterra et al., 2009), y que la persona nace con capacidades y potencialidades que le permite afianzar su seguridad mientras la pongan en práctica, caso contrario temerán al fracaso, todo ello determina su madurez (Morris et al., 2005).

1.4 EMPRENDIMIENTO Y CARACTERÍSTICAS PERSONALES

El emprendimiento forma parte de un fenómeno cultural que contiene conductas, valores, creencias y modelos de actuación con la intención de crear desarrollo y bienestar en la sociedad. En tal sentido, Herrera citado en (Orrego Correa, 2009) menciona que: “Es a través de nuestra experiencia que la realidad adquiere un

sentido”, dando a entender que la experiencia y la realidad social se desarrollan conjuntamente, y que la actividad emprendedora es parte de la cultura que tiene aportes al desarrollo de la sociedad, con emprendedores que experimentan el mundo social a través de la realización de sus emprendimientos.

Robbins & Coulter (2005), señalan que las personas con alto impulso al logro, poseen características individuales como la lucha por logros personales, poseen el deseo de tener retos para trabajar en un problema, mejorar constantemente y buscar retroalimentación, ante todo ello asumir la responsabilidad individual del fracaso o éxito; siendo los emprendedores ingeniosos que emplean la audacia, el entusiasmo, la ilusión y la insatisfacción laboral para innovar constantemente las ideas, procesos y productos (Castro et al., 2015).

Las competencias de las personas emprendedoras abarcan conocimientos, habilidades y actitudes, las cuales son fundamentales para el éxito, dichas personas cuentan con un perfil que incluye pensamiento crítico, habilidades de comunicación, capacidad de investigación, adaptabilidad, habilidades de negociación, ética y resiliencia (Borja et al., 2020); de la misma manera, los factores como la edad, la experiencia, la formación, el nivel de satisfacción con los ingresos y la motivación influyen en el emprendimiento, con ciertos

rangos de edad y niveles de experiencia asociados a un mayor potencial, mientras que la formación y la satisfacción con los ingresos son indicativos de éxito empresarial (Reina Gutiérrez et al., 2018).

1.5 SOSTENIBILIDAD

El término sostenibilidad se da a conocer por primera vez en 1987 durante la Comisión Mundial para Medio el Ambiente y el Desarrollo (Comisión de Brundtland), en el que se denomina como “Una forma de desarrollo que aborda las necesidades actuales sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras para cubrir sus propias necesidades”, bajo esta definición, la sostenibilidad es soportada por tres dimensiones, el económico, ambiental y social (Gladwin et al., 1995).

Schaltegger & Wagner citado en (Reina Gutiérrez et al., 2018) indican que la sostenibilidad es la capacidad que tiene un negocio para permanecer en el tiempo, es decir, desarrollar constantemente el grado de competencias, con la óptima organización para mantener su posición en el mercado y la industria, lo que le permite sobrevivir por muchos años y generar rentabilidad y valor para la propia empresa.

Para efectos del presente artículo de investigación, se estudian las características y factores personales de las emprendedoras que están ligados a la edad, motivación, formación, situación laboral y competencias, influyentes en la creación, crecimiento,

consolidación y sostenibilidad de sus negocios. Además, se considera emprendimiento sostenible a la unidad que superó la valla de discontinuación (3.5 años) y tiene la capacidad de mantenerse en el mercado.

METODOLOGÍA

El presente artículo de investigación tiene un enfoque cualitativo de nivel descriptivo y se basa en el método inductivo, de corte transversal y con diseño fenomenológico, ya que esto nos permite explorar, describir y comprender las experiencias de los individuos respecto a un proceso o fenómeno para recopilar elementos generales y distintos de una muestra determinada, que a menudo se representan en categorías, es así que los resultados obtenidos se validan mediante el reconocimiento por parte de los investigados y otros investigadores (Hernández Sampieri et al., 2018).

La metodología utilizada en el presente estudio posee similitudes en relación a estudios del GEM, puesto que se toma de referencia los aspectos del perfil del emprendedor peruano, realizando en este caso una entrevista a las emprendedoras ya

establecidas en el mercado, se realiza una recopilación y análisis exhaustivo que permiten identificar aquellas características de las mujeres en la unidad de estudio.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La comunidad de emprendedoras Woman Power ubicadas en la provincia del Cusco, está conformada por 200 emprendimientos desde su inicio en junio del año 2018 al 2022, abarcando diferentes rubros tales como repostería, ropa y moda, joyería, accesorios, producción, entre otros.

El muestreo aplicado es no probabilístico, ya que este tipo de muestreo selecciona a individuos de una población por características comunes de acuerdo al objetivo de investigación (Hernández Sampieri et al., 2018). Además, dicha muestra responde a los requisitos dados por el Global Entrepreneurship Monitor, en el que se establece el tiempo de consolidación de emprendimientos, siendo este igual o mayor a los 3.5 años, véase figura N°01. De esta forma el tamaño de muestra establecido para el presente artículo de investigación es de 11 emprendimientos que forman parte de la Comunidad Woman Power.

Tabla 1*Emprendimientos que forman parte de la muestra*

| N° | Emprendimiento | Rubro |
|----|-------------------|--|
| 1 | Emprendimiento 1 | Ropa |
| 2 | Emprendimiento 2 | Ropa |
| 3 | Emprendimiento 3 | Producción de derivados de productos orgánicos |
| 4 | Emprendimiento 4 | Ferías |
| 5 | Emprendimiento 5 | Ropa |
| 6 | Emprendimiento 6 | Accesorios |
| 7 | Emprendimiento 7 | Repostería y pastelería |
| 8 | Emprendimiento 8 | Repostería y pastelería |
| 9 | Emprendimiento 9 | Artesanías y manualidades |
| 10 | Emprendimiento 10 | Repostería y pastelería |
| 11 | Emprendimiento 11 | Producción de bebidas y Licores |

Nota. Tomado de (Quispe Alegria & Virto Loayza, 2024)

TÉCNICA, INSTRUMENTO Y RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica empleada fue la entrevista a profundidad, por ser una conversación personal, en la cual la entrevistada expresa de manera abierta sus opiniones, actitudes o preferencias sobre el tema que está siendo investigado (Carmona & Flores, 2007, p. 250). Además, se aplica la técnica de la observación con anotaciones interpretativas, el cual nos permitió recabar información en base a las inferencias y comportamientos de las emprendedoras al momento de realizar la entrevista. El instrumento aplicado es la guía de entrevista semiestructurada y las notas de campo.

Es importante mostrar las preguntas generales por subcategorías empleadas en la guía de entrevista (que a partir de ellas se realizan repreguntas) y esta se vea reflejado en los resultados del estudio, que parten de

los factores de estudio empleados GEM, la cual fue validado por un experto en el tema.

Subcategoría Edad

1. ¿Cuántos años tiene?, ¿A los cuantos años inició su emprendimiento?, ¿Cree que la edad constituya un factor relevante a la hora de emprender?

Subcategoría motivación

1. ¿Nos puede comentar sobre su motivación cuando inició y su motivación actual con su emprendimiento?
2. ¿Qué influyó para que emprendiera en el rubro al cual se dedica?

Subcategoría educación / formación

1. ¿Cuál es su grado de formación académica? ¿Usted cree que su grado de formación influyó en su emprendimiento?
2. ¿Usted piensa que es indispensable contar con educación para emprender?

Subcategoría situación laboral

1. Nos puede comentar la relación que tiene su emprendimiento y su situación laboral, si usted se autoemplea, si tiene un trabajo adicional, los tiempos de dedicación, y otros aspectos relevantes.
2. ¿Su emprendimiento se basa en la experiencia de algún trabajo anterior?

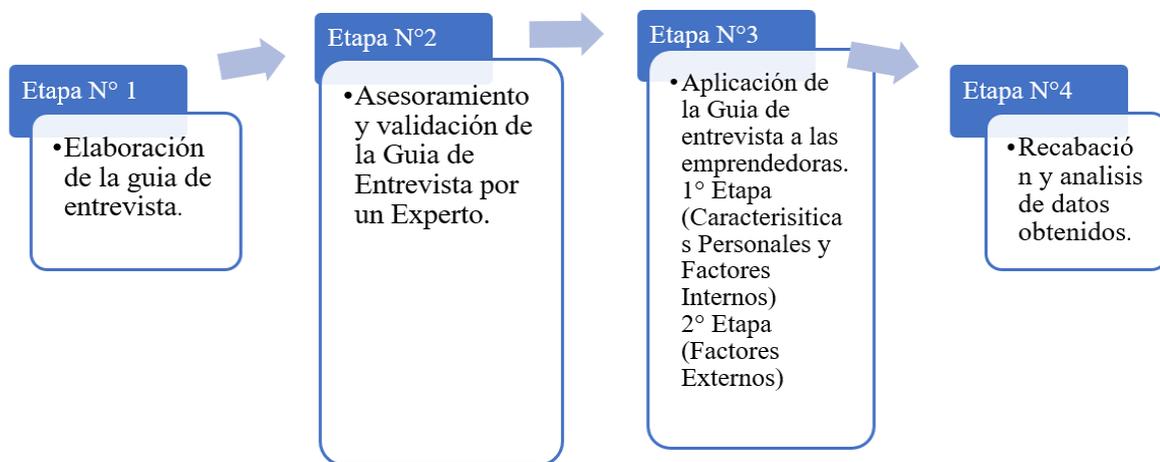
Subcategoría Competencias

1. Nos podría comentar los conocimientos que posee para el manejo y gestión de su emprendimiento.
2. ¿Qué habilidades posee para el desarrollo de su emprendimiento?

3. ¿Cuáles son las actitudes que posee como emprendedora, cuán importantes considera que son y por qué?

Tabla 2

Proceso de recolección de datos



Nota. Grafica del proceso para la recolección de datos dividido en cuatro etapas, empezando por la elaboración de la guía de entrevista, seguido de la validación de la guía, aplicación, recabación y análisis de datos obtenidos. Autor Quispe Alegria, D. A., & Virto Loayza, L. A. (2024). Factores de sostenibilidad en emprendimientos de la comunidad Woman Power, provincia y región Cusco, 2018-2022. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/8279>.

CONCLUSIONES

Las emprendedoras poseen edades comprendidas entre los 23 y 45 años (jóvenes y adultas) exhibiendo las características

personales como la madurez emocional, pasión por lo que hacen, el esfuerzo y aprendizaje constante, las cuales desempeñan un papel esencial para su éxito. La

motivación que poseen es de tipo económica, a la actualidad desean ser reconocidas y poseer un punto de venta físico; se observa que los emprendimientos femeninos de la Comunidad Woman Power son impulsados por oportunidades siendo menos comunes aquellos impulsados por necesidad, ya que las mujeres poseen formación profesional concluyendo que es necesario capacitarse constantemente. Mas allá de que sus iniciativas empresariales les genera empleo, algunas poseen trabajos profesionales dependientes. Las emprendedoras poseen habilidades como la comunicación y resiliencia, conocimientos en marketing y actitudes de positivismo y visión siendo esenciales para el crecimiento de su negocio. Aun percibiendo competencias positivas algunas mujeres poseen la mentalidad de siempre necesitar apoyo de personas independientes a su negocio.

Por último, se visualiza que las emprendedoras que poseen carga familiar le dedican menos tiempo a las actividades y tareas, siendo esto una desventaja para su óptimo desenvolvimiento y crecimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguayo, E. C., & Hinrichs, J. S. (2015). Curadoras de semillas: Entre empoderamiento y esencialismo estratégico. *Revista Estudios Feministas*, 23, 347-370. <https://doi.org/10.1590/0104-026X2015v23n2p347>

Aguilar Barceló, J. G., Mungaray Lagarda, A., Severiano Quintana, E. N., Aguilar Barceló, J. G., Mungaray Lagarda, A., & Severiano Quintana, E. N. (2023). Un análisis de las actitudes, percepciones e intenciones que llevan a emprender en los países de la Alianza del Pacífico. *Ensayos. Revista de economía*, 42(1), 33-56. <https://doi.org/10.29105/ensayos42.1-2>

Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 1-15. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71617238002>

Aranibar Ramos, E. R., Huachani Licon, D. Y., & Zúñiga Chávez, M. Y. (2022). Emprendimiento Femenino en el Perú: Puntos Fuertes y Débiles para su Sostenibilidad en el Tiempo. *FIDES ET RATIO*, 23(23). <https://doi.org/10.55739/fer.v23i23.115>

Avila Angulo, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>

Bargsted A., M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13(25), 121-132. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1657-89532013000200009&lng=en&nrm=iso&tlng=es

Borja, A. H., Carvajal, H. R., & Vite, H. A. (2020). *Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad*.

CAMEX. (2022, abril 29). MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS CUSQUEÑAS QUE ACCEDIERON AL FONDO DE APOYO EMPRESARIAL (FAE - MYPE). *Cámara de Comercio de Cusco*. <https://www.camaracusco.org/micro-y-pequenas-empresas-cusqueñas-que-accedieron-al-fondo-de-apoyo-empresarial-fae-mype/>

Carmona, C. S. V., & Flores, S. R. de. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. *Laurus*, 13(23), 249-262. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76102313>

Castro, M. A. A. B., García, M. L. S., & Adame, M. E. C. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98-107. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>

Chamorro González, C. L., Rangel Gil, D., & Acevedo Valencia, J. M. (2022). Revisión del cumplimiento del ods-5 (igualdad de género) en el contexto colombiano. *Criterio Libre*, 20(36), 1-12. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8542575>

Engler, B., & Velázquez Arellano, J. A. (1996). *Introducción a las teorías de la personalidad*.

Forero-Bernal, L. A., Durán-Duarte, L. K., Forero-Bernal, L. A., & Durán-Duarte, L. K. (2019). Aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia. *Revista EAN*, 86, 77-92. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2291>

Gladwin, T. N., Kennelly, J. J., & Krause, T.-S. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *The Academy of Management Review*, 20(4), 874. <https://doi.org/10.2307/258959>

Global Press Release. (s. f.). GEM Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado 15 de noviembre de 2023, de <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4). McGraw-Hill Interamericana México.

Leal, I., Vidales, F., & Vidales, I. (1997). *Psicología general*. México: Limusa.

Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., Vélez Restrepo, J. M., Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Revista Universidad y Empresa*, 21(36), 149-174. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>

Montaño Sinisterra, M. R., Palacios Cruz, J. L., & Gantiva Díaz, C. A. (2009). Teorías de la personalidad. Un análisis histórico del concepto y su medición. *Psychologia: avances de la disciplina*, 3(2), 81-107.

Morris, C. G., Maisto, A. A., & Salinas, M. E. O. (2005). *Introducción a la Psicología*. Pearson Educación.

Orrego Correa, C. I. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, 27, 235-252.

Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Hernández-Palma, H. G., Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., & Hernández-Palma, H. G. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*, 15(1), 135-144. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>

Quispe Alegria, D. A., & Virto Loayza, L. A. (2024). *Factores de sostenibilidad en emprendimientos de la comunidad Woman Power, provincia y región Cusco, 2018-2022*. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/8279>

Reina Gutiérrez, W., Sépulveda Rivillas, C. I., & González Uribe, G. J. (2018). Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 26(1), 163-180. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6228912>

Roa, M. G. (1992). Teoría de los rasgos: Contribución a la teoría del comportamiento del empresario. *Innovar*, 2(2), 30-35.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). *Administración*. Pearson educación.

Ruíz, L. P., Sánchez, M. del C. R., & Ulloa, L. G. Y. P. (2022). Emprendimiento femenino para lograr el empoderamiento económico. *Desarrollo Gerencial*, 14(2), Article 2. <https://doi.org/10.17081/dege.14.2.5252>

Saavedra-Leyva, R. E., & Taxis Flores, M. (2019). El factor institucional en el emprendimiento por oportunidad de América Latina y el Caribe. *Innovar*, 29(73), 99-112.

Santos, D. L., Guevara, J. P. L. de, Fernández, B. M. G., Cayocusi, O. C., & Lezama, R. C. (2021). “Liderazgo laboral y equidad de género en MYPES del Distrito del Cusco”. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), 2081-2107. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.450

Serida Nishimura, J. F., Borda Reyes, A. J., Alzamora Ruiz, J., Morales Tristán, O., & Guerrero de Lizardi, C. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019*. Universidad ESAN. <https://repositorio.esan.edu.pe//handle/20.500.12640/2070>

Sparano Rada, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1692-85632014000200008&lng=en&nrm=iso&tlng=es

Tunali, C. B., & Sener, S. (2019). The Determinants of Entrepreneurship in Turkey. *Procedia Computer Science*, 158, 648-652. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.099>

World Bank. (2021). *Cómo la COVID-19 (coronavirus) afecta a las empresas en todo el mundo*. World Bank. <https://www.bancomundial.org/es/news/infographic/2021/02/17/how-covid-19is-affecting-companies-around-the-world>

Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador. *Espacios*, 39.